

Palladium

magazine

ENGLISH // ESPAÑOL | 2017 | Nº7

EUROPE
IBIZA
Edition

INTERVIEW

Bono

40 YEARS OF U2



SWITCH OFF

Page 32

IN THE OFFICE

Page 76

TRAVEL CLUB

Page 114

SICILIAN
CUISINE

Page 144

Palladium
Hotels
& Resorts
APP

Available on the
App Store

Google play

TAKE IT
with you



Ibiza

A YEAR OF INVESTMENTS, A YEAR OF CHALLENGES

Un año de inversiones, un año de desafíos

Abel Matutes Prats



CEO
Palladium
Hotel Group

ENG | ESP

At Palladium, we won't let a year go by without committing to new challenges in order to help make our guests' experiences even better. In 2017 we'll be focusing on a significant investment in our hotels in the Caribbean and Mexico, putting a total of over 20 million euros into our Grand Palladium Hotels & Resorts and The Royal Suites by Palladium brand venues. Our main objective is to ensure that all the resorts offer the same high-level "guest experience" with excellent value for money. At the same time, we are redoubling our efforts as far as personnel, hiring over 13% more staff for a total of 8,243 employees at Grand Palladium Hotels & Resorts and The Royal Suites by Palladium in the Caribbean and Mexico.

Another of our key operations this year includes integrating the Grand Palladium Riviera Resort & Spa on the Mayan Riviera in Mexico within The Royal Suites Yucatan. This operation will expand the resort's "adult only" offer. The transformation will be completed in various stages starting July 1st and will continue until the fall. Converting the Grand Palladium Riviera Resort & Spa into The Royal Suites Yucatan will allow us to offer adults a personalized, intimate and unique experience with access to exclusive restaurants. This renovated "adults only" hotel will thus become another of the group's flagships in the area. All these new investments are being made in addition to the significant remodeling and updates carried out at Palladium Hotels & Resorts venues in Jamaica, the Mayan Riviera and Punta Cana in 2016.

Among other novelties, this year we have also renovated the rooms at The Ushuaia Club, in Ibiza, which will sport a new, more modern and luxurious, look, with fine wood trim and top-quality materials all in order to offer our customers a unique experience, exquisite treatment and unprecedented fun.

For us, a year of challenges is a better year. We hope we'll have a chance to amaze you on both sides of the Atlantic. •

En Palladium no dejamos que pase un año sin comprometernos con nuevos retos que hagan las experiencias de nuestros huéspedes todavía mejores. Este 2017 nos centraremos en una importante inversión en nuestros hoteles de Caribe y México, con un total de más de 20 millones de euros en los establecimientos de las marcas Grand Palladium Hotels & Resorts y The Royal Suites by Palladium. Nuestro objetivo principal es garantizar que todos los resorts ofrezcan el mismo alto nivel de 'guest experience' con una excelente relación calidad-precio. A la vez, redoblabemos el esfuerzo en el equipo humano, aumentando las contrataciones un 13% para llegar a un total de 8.243 empleados en los hoteles Grand Palladium Hotels & Resorts y The Royal Suites by Palladium del Caribe y México.

Otro de los ejes de las operaciones de este año será la integración del Grand Palladium Riviera Resort & Spa en Riviera Maya, México, dentro de The Royal Suites Yucatán. Una operación que aumentará la oferta 'solo para adultos' que ofrece el resort. Esta transformación se completará en varias fases a partir del 1 de julio y se llevará a cabo hasta el otoño. La conversión del Grand Palladium Riviera Resort & Spa a The Royal Suites Yucatán brindará una experiencia personalizada, íntima y única para adultos y con acceso a exclusivos restaurantes. Así, este renovado hotel 'solo para adultos' será otro de los buques insignia del grupo en la zona. Toda esta nueva inversión se realiza tras las importantes reformas y mejoras en los establecimientos Palladium Hotels & Resorts en Jamaica, Riviera Maya y Punta Cana que se llevaron a cabo en 2016. Entre otras novedades, también hemos renovado este año las habitaciones de The Ushuaia Club, en Ibiza, que lucirán una nueva imagen más moderna y lujosa, con acabados nobles y materiales de primera calidad que brindarán a nuestros clientes una experiencia única, un trato exquisito y una diversión sin precedentes.

Para nosotros, un año de retos es un año mejor. Esperamos ser capaces de sorprenderlo a ambos lados del Atlántico. •



Be Freixenet



BONO 40 YEARS OF U2.
NEW ALBUM AND TOUR
/ ESP. BONO, 40 AÑOS DE
U2. NUEVO ÁLBUM Y
NUEVA GIRA

58

CONTENTS

Sumario
Nº7 2017

12

Travel / Viajar

SIX PHOTOS AROUND THE WORLD

Seis fotos alrededor del mundo

24

Interview / Entrevista

JESÚS SOBRINO

30

Gastronomy / Gastronomía

TATEL IBIZA

TATEL Ibiza

32

Health / Salud

FLICK THE SWITCH

Pulsa el interruptor

38

Books / Libros

A PAPER LOVER

Una amante del papel

42

Music / Música

HÏ AND MIGHTY

Poderoso HÏ

44

Trend / Tendencia

THE BEST TACO

Cómo preparar el mejor taco

46

Interview / Entrevista

KYGO

56

Fashion / Moda

THE SUITCASE

La maleta

68

Palladium

THE FAMILY

La Familia



The U2 leader remembers the band's 40-year history. / ESP. El líder de U2 rememora los 40 años de historia de la banda.



TECHNOLOGY
FOR BIG
CHILDREN
TECNOLOGÍA
PARA NIÑOS
GRANDES

50

Luxury leisure
console.
/ ESP. Consola
de ocio de
lujo.

40



USHUAÏA IBIZA, BOSSING THE BEACH

CONTENTS

Sumario

Nº7 2017

98

Palladium

DIGITAL TRANSFORMATION

Transformación digital

76

Palladium

IN THE OFFICE WITH JOSÉ MORGAN

En la oficina con José Morgan

80

Palladium

A NEW CARIBBEAN

84

Palladium

THE FUTURE OF LUXURY ON THE MAYAN RIVIERA

El futuro del lujo en la Riviera Maya

88

Palladium

USHUAÏA AND HARD ROCK FASHION

Moda Ushuaïa y Hard Rock

92

Palladium

WEDDINGS

Bodas

114

Palladium

TRAVEL CLUB

128

Stories

ISLA MUJERES

136

Stories

SURFING CABARETE

Cabaret surf

144

Stories

SICILIA, A ISLAND GOOD ENOUGH TO EAT

Sicilia, una isla para comérsela

152

Stories

THE EYE OBSERVING THE SKIES

El ojo que observa los cielos



Mexican
designers. / ESP.
Diseñadores
mexicanos.



104

HARD ROCK HOTEL TENERIFE CELEBRATES ITS INAUGURATION

NEW HOTEL IN TENERIFE
/ ESP. NUEVO HOTEL EN TENERIFE



GUIDE

MAKE THE MOST OF YOUR DESTINATION

SÁQUELE JUGO A SU DESTINO

The Palladium Hotel Group gives you the chance to discover a country to fall in love with from one of its many hotels. // Palladium Hotel Group le descubre un país del que enamorarse a través de toda su oferta hotelera.

Ibiza

SUEÑOS DE VERANO · SUMMER DREAMS

SOL DE INVIERNO
WINTER SUN

OTOÑO DE EXPERIENCIAS · AUTUMN EXPERIENCES

CON NOSOTROS EN PRIMAVERA
SPRING WITH US



www.ibiza.travel

IBIZA ES UN DESTINO QUE OFRECE INNUMERABLES OPORTUNIDADES PARA AQUELLOS QUE BUSCAN DISFRUTAR DE EXPERIENCIAS ÚNICAS EN CUALQUIER MOMENTO DEL AÑO.

¡APROVECHA Y VEN A CONOCER LA ISLA, UNA INFINIDAD DE SORPRESAS TE ESPERAN!

IBIZA IS A DESTINATION THAT OFFERS COUNTLESS OPPORTUNITIES FOR THOSE LOOKING TO ENJOY UNIQUE EXPERIENCES AT ANY TIME OF THE YEAR.

TAKE ADVANTAGE AND COME TO KNOW THE ISLAND, AN ENDLESS AMOUNT OF SURPRISES AWAIT YOU!

Consell  d'Eivissa

 [Ibiza_Travel](https://twitter.com/Ibiza_Travel)

 facebook.com/ibztravel

 [@ibizatrans](https://www.instagram.com/ibizatrans)

Good Celebrations

BUENAS CELEBRACIONES

Welcome to another issue of Palladium magazine. Our cover for this issue celebrates Bono, an icon among icons, both as a musician and as an international opinion leader in his ongoing dedication to humanitarian work. Bono and U2 are commemorating 40 years on the stage with a new album and a world tour. And Bono tells us all about it in this exclusive interview.

U2's tour will last all through the summer, which has already arrived in Ibiza. We're looking forward to the summer and to another season, with all the possibilities it brings and its capacity for transformation. Like U2's tour, summer is a celebration. It will definitely be an important summer for the Palladium Group, which also has many reasons to celebrate. I

myself am celebrating one of its latest hotels, the Only YOU Atocha, where I've stayed on my last few trips to Madrid. It's an incredible new concept that is bringing the best brands and best events from New York to Madrid, including the Blue Note Jazz Club and the best barmen in the world in a laid back, novel atmosphere. Only YOU Atocha is a true expansion of the brand itself, and an example of things well done.

For all these reasons, we are celebrating summer's arrival and the start of another season. The following pages include articles about each one of the destinations, so opening this magazine is much like going on a world tour. Bon voyage. •

ESP. Bienvenidos a un número más de Palladium magazine. En él celebramos desde nuestra portada a Bono, icono entre los iconos como músico y líder de opinión internacional, siempre volcado en tareas humanitarias. Bono y U2 cumplen 40 años en los escenarios y lo celebran con un disco y una gira mundial. Todo ello nos lo cuenta en esta entrevista exclusiva.

La gira de U2 atravesará todo el verano, que ya llega en Ibiza. Tenemos ganas de verano y ganas de una temporada más, con todas las posibilidades que trae y su capacidad de transformación. El verano, como la gira de U2, es una celebración. Será desde luego un verano importante para el grupo Palladium, que también

está de celebraciones múltiples. Yo mismo celebro uno de sus últimos hoteles, el Only YOU Atocha, en el que me he hospedado en mis últimos viajes a Madrid. Es un increíble concepto nuevo que trae a la ciudad las mejores marcas y los mejores eventos neoyorquinos, como el jazz de Blue Note, y los mejores cocteleros del mundo en un ambiente distendido y nuevo. El Only YOU Atocha es una verdadera expansión para la marca y un ejemplo de las cosas bien hechas.

Por todo ello, celebremos la llegada del verano y el inicio de una temporada más. En estas páginas hemos realizado reportajes para cada uno de los destinos, de manera que abrir esta revista es un paseo alrededor del mundo. Buen viaje. •



Massimo Shadi Saab

STAFF

Director

Massimo Shadi Saab

Editor-in-chief / Subdirector

Carlos Risco

Creative Directors

Rodríguez y Cano

Contributors / Colaboradores

Abby Lowe, Daniel Prince, Carlos Adame, Martín Ulloa, Sira Lebón, Ángela Herrero, Jordi Teixeira, Brian Boyd.

Photo Editor

Julie Turcas

Translator

Eva Obregón**Thanks to:** Jose Morgan, Leandro

Tajes, Maricela Maldonado, Ana Castro, Laura Granados, Jose Manuel Molina, Thomas Canet, Jacobo Medrano, Gonzalo Azumendi, Luis Fraguas Moure, Álvaro González, José Morgan, Fábio Mazini, Rebeca García, Carolina Solís, Ricardo Canales, Yavel Velázquez, Guillermo Maldonado, Fábio Mazini, Guille Rodríguez, Gabriela Martínez de Castilla, Eduardo Peris, Patricia Otal, Fabio Barbosa, Álex Soto, Juanan Mari, Ana Muga, Remy Arroyo, Albert Español, María Andreu y Ed Kennard.

Published by

Fiesta Hotel And Resorts SI

Advertising

Exclusive Agent Advertising

massimo@simaribiza.com

Write us about whatever you want, we learn from you!

Contact us at

magazine@**palladiummagazine.net**

Printed by Europe Edition

Rotimpres

CEO

Palladium Hotel Group

Abel Matutes Prats

Deputy Managing Director

Palladium Hotel Group

Jesus M. Sobrino

Marketing Director

Palladium Hotel Group

Iñaky Bau**SIMAR IBIZA,**

WHERE LIFESYTL E AND CORPORATE MAGAZINES ARE DREAMT

WWW.SIMARIBIZA.COM

Café
MAMBO[®]
Ibiza

**BREAKFAST, LUNCH,
SUNSET & FIESTA**

www.cafemamboibiza.com
+34 974 346 638 |    mamboibiza



Familia MARI MAYANS

*Ibiza en
tu copa*



DISFRUTA DE UN CONSUMO RESPONSABLE



hierbasfamiliamarimayans



@hierbasibicencs



@hierbasibicencs

www.frigolaibiza.com · www.fmarimayans.com · www.hierbasibicencas.es · tel. 971 10 35 74

INTERVIEW WITH
MILES E.
RIVINGTON
NY BARBER
page 34

Let us guide you through the latest trends in technology, literature, fashion, beauty and sports We like smiling at the friendly, well informed side of life. / **ESP.** Déjenos acompañarle a través de las últimas tendencias en tecnología, literatura, moda, belleza y deporte. Nos gusta sonreírle a la vida desde el lado más amable y mejor informado.

JAMAICA

18°28'00"N 77°55'00"W

Where // Dónde: Saint Ann,
Jamaica.

The Black River is one of the longest rivers in Jamaica. With a length of 53.4 kilometers, its name refers to the darkness of the river bed caused by the thick layers of decaying vegetation. More than 100 species of birds have been recorded in the Black River swamp. The small town of Black River, on its swampy river, is a must visit during a trip around Jamaica.

The place is a magnificent example of Georgian architecture along the High Street that runs along the river of this harbor town, which provides the opportunity to enjoy a trip through the dark waters of the island's largest navigable river to the protected wetlands where the fearsome crocodiles live.

ESP. El Río Negro es uno de los ríos más largos de Jamaica. Con una longitud de 53,4 kilómetros, su nombre hace referencia a la oscuridad de la cama del río causada por las gruesas capas de vegetación en descomposición. Más de 100 especies de aves han sido registradas en el pantano del río Negro. La pequeña localidad de Black River, en su río de aguas pantanosas, es un lugar de obligada visita durante un viaje por Jamaica.

El lugar es un magnífico ejemplo de la arquitectura georgiana a lo largo de la calle High Street que recorre el río de esta localidad portuaria, que brinda la oportunidad de disfrutar de un viaje a través de las aguas oscuras del río navegable más grande de la isla hacia los humedales protegidos donde habitan los temibles cocodrilos.



A white bird with black wings and a black head is captured in mid-flight against a clear blue sky. Below the bird, a river flows with several colorful wooden boats docked along the bank. The background features lush greenery, including tall palm trees and a large tree, and some buildings with blue accents. The water reflects the sky and the surrounding environment.

by Martín Ulloa

Colourful boats on Black River, the swampy river of Jamaica, famous for its crocodiles. / **ESP.** Coloridas barcas en Black River, el río pantanoso de Jamaica, famoso por sus cocodrilos.

REPÚBLICA DOMINICANA

40°25'08"N 3°41'31"W

Where // Dónde: Puerto Plata, Dominican Republic. // Puerto Plata, República Dominicana.

Long Beach, in Puerto Plata, known as the “Bride of the Atlantic”, is a boardwalk that spans several miles. At its far end lies Fortaleza San Felipe, the “point”, a 16th century bastioned colonial fortress built by the Spaniards to protect the city from potential enemy attacks. This beach, like others in the Dominican Republic such as Cabarete, was discovered as an ideal destination in which to practice kitesurf, and it is considered one of the best places in the world to practice this sport. The place offers ideal conditions: flat water all the way to the reef and waves of all sizes with favorable winds that start off as a light breeze in the morning and increase in strength throughout the day until reaching ideal speeds in the afternoon. A paradise for the soul and for sport.

ESP. Long Beach, en Puerto Plata, al que se conoce como “la novia del Atlántico”, es un malecón de varios kilómetros. En su extremo final se encuentra la fortaleza de San Felipe, la “puntilla”, una fortaleza colonial con cañoneras construida por los españoles en el siglo XVI para proteger la ciudad de posibles ataques enemigos. Esta playa, como otras de la República Dominicana como Cabarete, fue descubierta como destino ideal para la práctica del kitesurf y está considerada uno de los mejores lugares del mundo para la práctica de este deporte. El lugar ofrece unas condiciones ideales: agua plana hasta el arrecife y olas de todos los tamaños con un viento amable que comienza a soplar por la mañana con una ligera brisa y que va incrementándose a lo largo del día hasta llegar a unas velocidades idóneas por las tardes. Un paraíso para el alma y para el deporte.

by Jordi Teixeira



Surfers on the beaches of Puerto Plata, one of the paradises of this nautical sport for which the Dominican Republic is the world's Mecca. / **ESP.** Amantes del surf en las playas de Puerto Plata, uno de los lugares paradisíacos para la práctica de este deporte náutico, del que República Dominicana es la meca mundial.

© Santiago Vidal

ESPAÑA

18°30'37"N 68°22'10"O

Where // Dónde: Ibiza, Spain. // Ibiza, España.

Widely touted as Ibiza's most famous street, Vara de Rey is considered the beating heart of Ibiza Town. Lined by leafy trees and bustling restaurants and bars, it's a meeting point for people passing through and an unrivalled spot for watching the world go by. Now, thanks to a structural shake-up undertaken over winter 2016 - during which archaeological remains were found buried deep beneath the park nearby - it's been transformed into a pedestrian's paradise. And, after a public vote to determine whether it would keep its current name or revert back to its previous title of S'Alameda, it was decided it will remain as it is, in honour of one of Ibiza's most famous sons, General Joaquín Vara de Rey.

ESP. Vara de Rey, el paseo más famoso de Ibiza, es el corazón de la capital. Esta amplia avenida llena de árboles frondosos y bulliciosos restaurantes y bares es un punto de encuentro para los viandantes y un lugar incomparable para observar el mundo. Ahora, gracias a las reformas acometidas aprovechando el invierno de 2016 -durante las cuales se encontraron restos arqueológicos enterrados varios metros bajo la vecina plaza del Parque, también renovada- esta vía se ha convertido en el paraíso del peatón. Y, tras un voto popular para determinar si debería conservar su nombre actual o recuperar la antigua designación de S'Alamera, se decidió que la calle seguirá llamándose así en honor a uno de los hijos más ilustres de Ibiza: el general Joaquín Vara de Rey.



by Abby Lowe



Vara del Rey square, in Ibiza town, is the epicenter of urban life. / **ESP.** La plaza de Vara de Rey, en la ciudad de Ibiza, es el epicentro de la vida urbana.

© Claire Louise Carter

by Martín Ulloa



Light and color. The Samba Unidos do Jacarezinho school parades at the Sambadrome in Rio de Janeiro during Carnival. / **ESP.** Luz y color. Desfile de la escuela de Samba Unidos do Jacarezinho en el Sambódromo de Río de Janeiro, durante los carnavales.



BRAZIL

38°07'00"N 13°22'00"E

Where // Dónde: Salvador de Bahia, Brazil. // Salvador de Bahia, Brasil.

The city of Rio de Janeiro literally explodes during Carnival, reaching its peak on Sunday and Monday before the end of Carnival, when the rhythms of the city's most important samba schools with their magnificent dancers, wonderful floats, and samba drums, directly reach the hearts of thousands of frenzied spectators at the Sambadrome. This huge structure was built in the city center by Brazil's most prominent architect, Oscar Niemeyer. The building is divided into 13 sectors and the entrance price for each sector depends on the view from the main avenue, Marquês de Sapucaí. Among the groups attending this Dionysian feast is Unidos do Jacarezinho, which began as a samba school and is now devoted body and soul to the collective merriment that takes place in Rio each February.

ESP. La ciudad de Río de Janeiro explota literalmente durante los días de Carnaval y alcanza su momento más álgido el domingo y el lunes de Carnaval, cuando las principales escuelas de samba y sus magníficos bailarines, las maravillosas carrozas, los tambores de samba y sus ritmos llegan directamente al corazón de los miles de espectadores que enloquecen en el Sambódromo. Esta gran estructura construida en el centro de la ciudad por el arquitecto más prominente de Brasil, Oscar Niemeyer, se divide en 13 sectores y el valor de las entradas a cada sector depende de la vista a la avenida principal, Marquês de Sapucaí. Entre las agrupaciones de esta fiesta dionisiaca, Unidos do Jacarezinho, que en sus orígenes fue escuela de samba, se entrega en cuerpo y alma a la algarabía colectiva que sucede en Río cada febrero.



by Martín Ulloa



A farmer rides his donkey through a field of blue tequila agave, used to prepare the popular Mexican liquor, Tequila. / **ESP.** Un granjero recorre en su borrico un campo de cultivo de agave tequilana en su variedad azul, con el que se elabora el popular licor mexicano, el tequila.

MEXICO

12°58'15''S 38°30'39''O

Where // Dónde: Tequila, Jalisco, Mexico. // Tequila, Jalisco, México.

Native Americans made wine from fermented agave, which had a strong flavor that the conquistadors did not care for. The Spaniards tried distilling it in the city of Tequila using an alembic, a sort of beaker that was a cultural legacy the Arabs had left behind in Spain. Thus was born tequila, a drink that is the product of the clash of three different cultures. This native of the desert areas of America is a globe-shaped shrub with thorns. It produces fleshy leaves, most of which end in a sharp spine. The procedure is very special. The agave's flower stem is cut off as soon as it begins to grow. This makes the plant react by boosting growth and accumulating a huge amount of sugar. When the plant is fully swollen, it is cut off at the root and its core is reduced to a sort of pine that is cooked in steam ovens to obtain the liquor.

ESP. Los indios americanos obtenían vino fermentado de agave, de fuerte sabor, que desagradó a los conquistadores. Los españoles probaron a destilarlo en la ciudad de Tequila con el alambique que les habían dejado los árabes en herencia cultural. Así nació el tequila, una bebida producto de un choque entre tres culturas diferentes. La planta, originaria de las zonas desérticas de América, tiene porte arbustivo, con espinas, y es de forma globosa. Produce hojas carnosas, casi siempre espinosas, en sus márgenes. El procedimiento es muy especial. Cuando empieza a crecer el tallo floral del agave, se corta. De este modo, la planta reacciona reforzando su crecimiento y acumulando una gran cantidad de azúcares. Cuando está bien hinchado se corta la planta por la raíz y la parte central es reducida a una especie de piña que se cocina en hornos de vapor para obtener el licor.

by Jordi Teixeira



The Temple of Concordia, in Agrigento (Sicily) is one of the best preserved temples from antiquity. It was erected between 450 and 400 B.C. / **ESP.**

El Templo de la Concordia, en Agrigento (Sicilia), es uno de los mejor conservados de la Antigüedad. Fue levantado entre el 450 y el 400 A.C.

SICILIA

19°37'53"N 87°04'23"O

Where // Dónde: Cefalu, Sicily. // Cefalú, Sicilia.

There's no better way to grasp the exceptional meaning of Magna Graecia, than visiting the archeological site of Agrigento, in Sicily. The ruins of the Hellenistic city, with its impressive Doric temples preserved practically intact, its agoras and both pagan and Christian necropolises, and its dense network of underground aqueducts comprise an archeological area of exceptional value covering over 1,300 hectares whose age-old history is an account of the origins of Europe and the values of Greco-Roman culture. The Temple of Concordia is the best preserved temple, you might almost say that it is also the most impressive Doric temple to have survived until modern times aside from the Parthenon in Athens. The Temple of Concordia was built around 425 B.C. in the colony of Agrigento, Sicily, according to the Doric order.

ESP. Para comprender el significado excepcional de la Magna Grecia, nada mejor que visitar la zona arqueológica de Agrigento, en Sicilia. Los restos de la ciudad helenística, con sus imponentes templos dóricos conservados en un estado casi intacto, las ágoras y necrópolis paganas y cristianas y la densa red de acueductos subterráneos conforman una zona arqueológica de excepcional valor que ocupa una extensión de 1.300 hectáreas y que cuenta una historia milenaria que explica el origen de europa y los valores de la cultura grecorromana. El Templo de la Concordia es el mejor conservado, y casi se podría decir que también es el más impresionante templo dórico que ha llegado hasta nuestros días después del Partenón de Atenas. Fue construido hacia 425 a. C en la colonia de Agrigento, Sicilia, siguiendo el orden dórico.





“WE TRY TO CONNECT WITH CUSTOMERS AT AN EMOTIONAL LEVEL, TO TURN THEM INTO FANS”

“BUSCAMOS UNA CONEXIÓN SENTIMENTAL
CON EL CLIENTE, CONVERTIRLO EN FAN”

by Carlos Adame

ENG | ESP

Jesús Manuel Sobrino Fernández (Mexico, 1980) joined the Empresas Matutes Group in 2007. He is Deputy C.E.O. of the Palladium Hotel Group, the hotel division of the Ibiza-based holding created by Abel Matutes Juan.

Sobrino represents a new type of executive with a pragmatic global view of the hotel business and an innate desire to continue evolving. He has played a key role in the company's ultimate launch and modernization. With his vision and efforts divided between Europe and Latin America, Sobrino is facing the complicated, and for him fascinating, challenge of consolidating Palladium Hotel Group's evolution and making sure the changes made are not only superficial but that they actually permeate the company's culture in order to ensure their sustainability over time. Guiding Principle: Making sure every process keeps customers in mind, tirelessly improving the product and innovating the service. Mission: To turn guest into life long fans.

How has the company been transformed?

It has evolved significantly over the last ten years. We have even changed our corporate mission, which may seem irrelevant, but this has turned out to be key. We were in a meeting where several executives asked what our corporate mission was... and not everyone remembered it!

Wasn't it to make money and satisfy customers?

No, we used to have the typical boring Corporate Mission Statement that you find in books... The new one is: “Turn Guest Into Life Long Fans!” This is unorthodox, you don't see that in other companies. But it's that simple.

Jesús Manuel Sobrino Fernández (México, 1980) llegó al Grupo Empresas Matutes en 2007 y es subdirector general de Palladium Hotel Group, la división hotelera del holding ibicenco creado por Abel Matutes Juan.

Sobrino encarna como nadie al nuevo ejecutivo, con una visión global y pragmática del negocio de la hostelería y un afán innato de evolución. Su participación en el despegue y la modernización definitiva de esta empresa ha sido clave. Con la vista y los esfuerzos divididos entre Europa y América, Sobrino y su equipo afrontan el complicado y para él apasionante reto de afianzar la evolución de Palladium Hotel Group y lograr que los cambios no sean superficiales, sino que se llegue a nivel cultura de la empresa para asegurar que éstos sean sostenibles en el tiempo. La guía: enfocar todos los procesos hacia el cliente, mejorar sin descanso el producto e innovar en el servicio. La misión: conseguir convertir a los clientes en fans.

¿Cómo se ha transformado la empresa?

En los últimos diez años ha sufrido una evolución importante. Ha cambiado incluso su misión corporativa, algo que puede parecer irrelevante pero que ha resultado fundamental. Reunidos varios ejecutivos nos hicimos la pregunta de cuál era nuestra misión empresarial... ¡y no todos la recordamos correctamente!

¿No era ganar dinero y satisfacer al cliente?

No, solíamos tener la típica misión corporativa aburrida que se encuentra en los libros... La nueva, ¡convertir clientes en fans! No es ortodoxo, no se ve en otras empresas. Pero así de sencilla, de simple y de potente e ilusionante es nuestra misión ahora. El cliente por encima de todas las cosas. Por supuesto no han sido los únicos cambios, ha cambiado el





ENG | ESP

Our mission now is simple and powerful and exciting. Customers come before everything else. Of course, these aren't the only changes we've made, there have been changes in the relative weight of our brands, in the way we communicate, the importance we give human resources, the use of technology at the customer's service, and the overall quality of our Hotels, among many other things.

You've made a lot of changes in a short time.

Perhaps the most important change that we're still making, and which we don't usually talk about, is a 360° turn in our Human Resources department in order to give it a more prominent role, which is of vital importance for the company. We've practically gone from having a payroll and conflict management department to having a department that manages people, career plans, and training and development programs.

Retain talent can be hard.

In fact, one of the objectives on our strategic map is to attract, develop and retain talent. This is very important in the hotel business, very. We mustn't forget that our industry is about people who make other people happy through their work and service, so having talented staff makes things much easier and it often makes all the difference.

Where are you right now in this process of change?

Half-way. The truth is, we've made a lot of changes and people are talking about Palladium, thank God, because we're doing a good job.

I imagine that has to do with the leap in terms of quality in Caribbean Sea and Mexico and the new businesses you've embarked upon...

On the one hand, we've been making important investments in hotel infrastructures for years. In changing the interior décor, renovating and remodeling restaurants, pools... And some years we've spent over fifty million between the six resorts we have in Latin America. I'm talking about remodeling, and that's a lot of money. From this moment on, having revamped the infrastructures, we need to focus on evolving the "software", that is to say, on people and their training. Invest in providing better service, a more sophisticated, improved and personalized offer. Hiring the best chefs and maître d's, improving

peso de nuestras marcas, nuestra forma de comunicar, la importancia que le damos a los recursos humanos, el uso de la tecnología al servicio del cliente, la calidad de nuestros Hoteles en general, entre otras tantas cosas.

Han implementado muchos cambios en poco tiempo.

-Tal vez el cambio más importante que estamos aún haciendo, y del que nunca se suele hablar, es el giro de 360 grados a nuestro departamento de Recursos Humanos para que tenga un papel protagonista, una importancia vital para la empresa. Prácticamente hemos pasado de tener un departamento de nóminas y de gestión de conflictos a un departamento de gestión de personas, planes de carrera, programas de formación y desarrollo.

Resulta difícil mantener el talento.

De hecho, uno de los objetivos marcados en nuestro mapa estratégico es atraer, desarrollar y retener el talento. Es importantísimo en hostelería, importantísimo. No podemos olvidar que nuestra industria va sobre personas que hacen

felices a otras personas a través de su trabajo y servicio, por lo tanto el contar con personal con talento facilita mucho las cosas y muchas veces marca la diferencia.

¿En qué momento se encuentran del proceso de cambio?

A medio camino. Es verdad que hay muchos cambios y, gracias a Dios, se escucha hablar de Palladium porque lo estamos haciendo bien.

Eso tendrá que ver, supongo, con el salto de calidad en el Caribe y México y los novedosos negocios en los que están embarcados

Por un lado, llevamos bastantes años con inversiones muy importantes en infraestructuras de los hoteles. En cambiar el interiorismo, en renovar y reformar restaurantes, piscinas... Y en algunos años hemos superado los cincuenta millones en gasto entre los seis complejos que tenemos en América. Estoy hablando de reformas, y es mucho dinero. A partir de ahora, tras ese buen repaso a las infraestructuras, tenemos que incidir en la evolución del 'software', en las personas, en su formación. Inversión en dar un mejor servicio, una oferta más sofisticada, mejorada y personalizada. En fichar mejores chefs y metes, en elevar la calidad de los alimentos y las bebidas... La inversión no es pequeña pues sólo en 2017 estamos hablando de 22 millones de dólares en mejoras de producto y sobretodo del servicio, en nues-

“PEOPLE ARE QUICK TO FORGET A HOTEL'S ARCHITECTURAL DETAILS, BUT THEY NEVER FORGET HOW IT MADE THEM FEEL”

“LA GENTE OLVIDA RÁPIDAMENTE LOS DETALLES DE ARQUITECTURA DEL HOTEL, PERO NUNCA OLVIDA LO QUE LE HIZO SENTIR”



ENG | ESP

the quality of food and beverage... This is no small investment, because in 2017 alone we're talking about a 22 million dollar investment in improving the product, and especially service, in our staff, which is our best asset. They're the secret to turning customers into fans.

That's a significant change.

Our course of action in Latin America is the same thing we did in Ibiza and Europe. Improving the positioning of our long-established brands, like Gran Palladium and Royal Suites, one catering to families and the other to adults-only. Because we've realized that there are a lot of players in the segment that we're competing in, and we've ended up in a combat area that is full of mercenaries. And customers make decisions based on which brand offers a better price.

What projects do you mean?

Costa Mujeres, in Mexico, for example. This project, which is now under construction, includes plans for two hotels. One Gran Palladium brand hotel with about 700 rooms, and a Royal Suites with 450 rooms. It's all new construction and it's born of this new philosophy, this new positioning for our offer.

And Cancun.

Exactly. We acquired a complex known as El Pueblito that was razed years ago by a hurricane and was in ruins. We're working with an excellent local partner, Daniel Araf. The basic project is now finished and we're developing the

tra plantilla, que es nuestro mejor activo. Invertimos en el secreto para convertir a los clientes en fans.

Un cambio importante.

Igual que hicimos en Ibiza y en Europa, en América el camino es el mismo. Mejorar el posicionamiento de nuestras marcas de toda la vida, la Gran Palladium y la Royal Suites, una familiar y otra only adults. Porque nos hemos dado cuenta de que en el segmento en el que hemos estado compitiendo hay muchos jugadores y al final acabamos en una zona de combate donde priman los mercenarios. Y el cliente se mueve en función de qué marca le ofrece un mejor precio.

¿En qué proyectos?

En Costa Mujeres, en México, por ejemplo. Este proyecto, ya en construcción, prevé dos hoteles. Uno de la marca Gran Palladium, que tendrá unas 700 habitaciones, y otro Royal Suites con 450 habitaciones. Es todo de nueva construcción y nacen con esta nueva filosofía, este nuevo posicionamiento de nuestra oferta.

Y en Cancún.

Exacto. Adquirimos un complejo conocido como El Pueblito, arrasado hace años por un huracán y que ha estado en ruinas. Estamos con un excelente socio local, Daniel Araf, ya tenemos el proyecto básico terminado y estamos en el desarrollo del proyecto ejecutivo para que aproximadamente en julio comiencen las obras del primer Ushahaia fuera de Ibiza. Demolaremos todo, limpiaremos la parcela y empeza-



ENG | ESP

execution plan so that construction on the first Ushuaia outside Ibiza can begin in July. We're going to demolish everything, clean up the plot and start from scratch. It's more fun that way, because we can do what we want to do!

And what will it be like?

The hotel part will have more weight than the events, even though, in essence, the offer will have the brand's DNA. We'll focus more on the hotel experience. We want people to enjoy a great hotel as well as great events. It's a massive investment. We're talking some 200 million dollars in 584 European-style rooms. It think it's going to be a bombshell. I'm convinced it will be. Thanks also to our six years of experience with Ushuaia in Ibiza. We'll be working on developing this new Ushuaia Cancun project and the 2 hotels in Costa Mujeres for the next six or seven years.

Coming back to Ibiza, what novelties are in store in this city, which is the company's home field?

On the one hand, we've completely renovated the rooms at Ushuaia Beach Hotel (the Club side), making impressive changes to the décor, furniture and equipment. We've also launched the long-awaited discotheque Hi Ibiza. This is our new project in the entertainment industry. We were very excited when we set off to launch Hi and surprise the world with new ideas.

Has this venture into the entertainment industry also helped with the hotels?

Without a doubt. We're leaving traditional hotel entertainment behind, which until now was characterized as being standard in our world, and migrating towards experiences where music and live performances, always in fair measure, are the protagonists and form the narrative thread of the customer's experience. People are quick to forget a hotel's architectural details, but they never forget what that hotel made them feel or how great or terrible their vacation was.

Speaking of making things unforgettable, the Only You brand has taken another step forward with its second hotel in Madrid, which is already heading the rankings on TripAdvisor... How did you manage to do this in such a short time?

We picked amazing staff! Everyone from the receptionist to the waitress makes you feel very special. I think we're doing things right by finding the perfect balance between a business and leisure hotel, and in a city as special as Madrid. •

remos de cero. ¡Es más divertido así porque haremos lo que queremos hacer!

¿Y cómo será?

Tendrá más peso la parte hotelera que la de eventos, que sigue siendo una oferta esencial en el ADN de la marca. Haremos más hincapié en la experiencia hotelera. Queremos que la gente disfrute, además de los eventos, de un hotelazo. La inversión es brutal. Estamos hablando de unos 200 millones de dólares en 584 habitaciones en régimen europeo. Creo que será una bomba. Estoy convencido. Gracias también a nuestra experiencia de seis años de Ushuaia en Ibiza. Este proyecto de Ushuaia Cancún y los dos hoteles en Costa Mujeres nos darán trabajo para seis o siete años de construcción y desarrollo.

Volviendo a Ibiza, ¿qué novedades nos esperan en la ciudad donde juegan en casa?

Por un lado hemos renovado completamente las habitaciones del Ushuaia Beach Hotel (la parte del Club) dando un giro impresionante al interiorismo, mobiliario y equipamiento. Igualmente hacemos el tan esperado lanzamiento de la discoteca Hi Ibiza. Es nuestro nuevo proyecto en la industria del entretenimiento. Nos embarcamos en Hi con la enorme ilusión de volver a sorprender al mundo con nuevas ideas.

Este recorrido en la industria del entretenimiento, ¿también les ayuda en los hoteles?

Sin lugar a dudas. Estamos dejando atrás la animación tradicional de un hotel, que ha sido muy característica y estándar en nuestro mundo, para migrar más hacia experiencias donde la música y las actuaciones en vivo, siempre en su justa medida, son protagonistas e hilo conductor de la experiencia del cliente. La gente olvida rápidamente los detalles de la arquitectura del hotel, pero nunca olvida lo que ese hotel le hizo sentir y lo bien o mal que lo pasó durante sus vacaciones.

Hablando de hacer cosas inolvidables, un paso más de la marca Only You es su segundo hotel en Madrid, que ya ocupa los primeros puestos en los ranking de TripAdvisor... ¿cómo se logra esto en tan poco tiempo?

¡Hacemos una selección espectacular del personal! Desde el recepcionista hasta la camarera te hacen sentir muy especial. Creo que estamos haciendo bien las cosas al encontrar el equilibrio perfecto entre el hotel de negocios y el de placer, y en una ciudad tan especial como Madrid. •



“ONE OF THE OBJECTIVES ON OUR STRATEGIC MAP IS TO ATTRACT, DEVELOP AND RETAIN TALENT” // “UNO DE LOS OBJETIVOS MARCADOS EN NUESTRO MAPA ESTRATÉGICO ES ATRAER, DESARROLLAR Y RETENER EL TALENTO”

THE SURVEY

EL CUESTIONARIO

1 A Childhood Memory / ESP Un recuerdo de la infancia

My grandmother used to take us fishing to the lake on the golf course near my house! Fishing was prohibited, for obvious reasons, and my father used to get letters from the manager complaining, but Granny would do anything to make her grandkids happy. / ESP. ¡Cuando mi abuela nos llevaba a pescar al lago del campo de golf más cercano a casa! Estaba prohibido pescar ahí por razones obvias y a mi padre le llegaban cartas del director quejándose, pero la yaya siempre hizo cualquier cosa por hacer felices a sus nietos.

2 A Film / ESP. Una película

Legends of the Fall. It left an impression. I love it. / ESP. *Leyendas de Pasión*. Me marcó. Me encanta.

3 A hideout: / ESP. Un lugar para perderse:

Besides the shower, which I find very relaxing, any terrace with an open view. With a book in my hands.

/ ESP. Además de la ducha, que me relaja, cualquier terraza con una vista despejada. Con un libro en las manos.

4 A Song: / ESP. Una canción: *Every breath you take*, The Police. / ESP. *Every breath you take*, The Police.

5 A Smell / ESP. Un olor

The forest. Pine and moss. I had the chance to enjoy this again recently on an excursion to Mount Teide in Tenerife.

/ ESP. A bosque. A pino y musgo. Lo he vuelto a disfrutar recientemente en una excursión por El Teide, en Tenerife.

6 A Dish / ESP. Una comida:

Aguachiles. Boiled shrimp with lemon in a chili and cilantro sauce... It's my downfall! / ESP. Los aguachiles. Gambas cocidas al limón con sala de chile, cilantro... ¡Es mi perdición!

7 A Travel Destination / ESP. Un destino para viajar: India. / ESP. India.

/ ESP. India.

8 A Hobby / ESP. Un hobby: Playing golf and running. / ESP. El golf y correr.



Located on Playa D' En Bossa, TATEL is set to become the new hot spot on the island. // **ESP.** Ubicado en Platja d'en Bossa, TATEL pretende convertirse en un nuevo hotspot de la isla.

TATEL DESEMBARCA

TATEL DISEMBARKS

EN IBIZA

AT IBIZA WITH

CON VISTAS AL MAR

SEA VIEWS

by Martín Ulloa

FOLLOWING ITS RECENT OPENING IN MIAMI, THE RESTAURANT TATEL IS CONTINUING ITS EXPANSION AND DISEMBARWING ON THE BEACHFRONT AT IBIZA, RIGHT BETWEEN USHUAÍA AND HARD ROCK HOTEL. // TRAS SU RECIENTE APERTURA EN MIAMI, EL RESTAURANTE TATEL CONTINÚA SU EXPANSIÓN Y DISEMBARCA EN IBIZA EN PRIMERA LÍNEA DE LA PLAYA, ENTRE USHUAÍA Y HARD ROCK HOTEL.

TATEL, the new restaurant concept promoted by world-famous Spaniards Pau Gasol, Enrique Iglesias and Rafael Nadal and entrepreneurs Abel Matutes Prats and Manuel Campos, has just opened a new restaurant in Ibiza. Located on Playa D'En Bossa, between Ushuaia Ibiza Beach Hotel and Hard Rock Hotel, TATEL Ibiza, the restaurant has an Art Déco style created by Italian design studio Ilmiodesing and enough capacity to seat over 300 people. The venue covers an area over 1,250 square feet, with a beachfront terrace, a large dining room with a bar and an indoor terrace with sea views, plus another more private space that is perfect for VIP parties, as well as an



TATEL Ibiza combines live music with traditional Spanish cuisine. / **ESP.** TATEL Ibiza aún música en directo con cocina tradicional española.



emblematic copper DJ booth that will be used to pipe out Ushuaïa-brand music live. TATEL Madrid's menu has moved to Ibiza hand-in-hand with Head Chef Nacho Chicharro, and respecting the brand's basic premises: maximum respect for the product, updated traditional recipes, seasonal Spanish cuisine and market-fresh produce as the protagonist. And so, some must-try dishes like the truffle omelet, the black cod and the red tuna tartar, appear side-by-side with more summery fare such as live lettuce salads, cold soups, oysters and caviar. And to round off this culinary experience, TATEL has an exceptional wine cellar and a wine list with several references inspired by Spain but open to the world. •

ESP. TATEL, el novedoso concepto de restauración impulsado por los españoles de talla mundial Pau Gasol, Enrique Iglesias y Rafael Nadal y los empresarios Abel Matutes Prats y Manuel Campos, acaba de abrir un nuevo restaurante en Ibiza. Ubicado en Platja d'en Bossa, entre Ushuaïa Ibiza Beach Hotel y Hard Rock Hotel, TATEL Ibiza, de estética Art Decó, obra del estudio italiano Ilmiodesing, cuenta con capacidad para más de 300 personas. En sus 1.250 m2 el restaurante cuenta con terraza a pie de playa, gran sala con barra y terraza interior con vistas al mar y un gran espacio privado idóneo para las fiestas más VIP, además de una icónica cabina de DJ en cobre, donde sonará la música en directo con el sello de Ushuaïa. La carta de TATEL Madrid se ha trasladado a Ibiza de la mano de Nacho Chicharro, jefe de cocina, manteniendo las premisas de la marca: máximo respeto al producto, recetas tradicionales actualizadas, gastronomía española adaptada a la temporada y el producto de mercado como protagonista. Así, los platos imprescindibles como la tortilla de trufa, el bacalao negro y el tartar de atún rojo, conviven con otras propuestas más estivales como ensaladas de lechugas vivas, sopas frías, ostras y caviar. Y para completar la experiencia gastronómica, TATEL cuenta con una bodega excepcional y una carta de vinos inspirada en España pero abierta al mundo con numerosas referencias. •

Smartphone

Flick the switch

by **ABBY LOWE**

Take a break from oating around cyber space for a day by turning off your phones and embracing the moment. **ESP.**
Date un respiro y deja de surcar el ciberespacio por un día, apagando tus teléfonos y viviendo el presente.

These days, we spend so much time gazing at our phones that they've become like extensions of our hands. In fact, it's estimated we spend almost 23 days per year looking at our phones - that amounts to almost 90 minutes per day. That's an hour and a half that we're immersed in social media, consumed by news, and lost in a world without any real human connection. We've become disengaged from the people and events happening around us; caught up in a chasm of cyber communication. So, how can we counter this descent into the online abyss? The key perhaps lies in changing our attitudes towards what's acceptable when using handheld devices. Let's start by putting away our phones at the dinner table, for example. Introduce penalties for the people who get their phones out first - whoever starts to scroll pays the bill. Then, we can intro-

duce our own rules at work. Instead of swiping mindlessly through Instagram images every time we've got a moment to spare, get up and wander around your desk instead, that way you get to stretch your legs and give your eyes a rest from the screen. And you know what? If you're struggling with simple measures like this, why not go one step further and, god forbid...turn your phone off altogether. As much as this might sound like modern-day blasphemy, switching off completely can help you be more productive, can help you focus, can help you remember that actually, what's happening on Facebook isn't really all that pressing, and certainly doesn't require you to check in several times a day. So, while you lay on that sun lounger, sipping on a cocktail and revelling in relaxation, we double dare you to disconnect. It could be the best thing you do this trip. •





Hands off! Now's the time to change your phone habits forever. /
ESP. ¡Arriba las manos!
Es el momento de cambiar sus hábitos telefónicos para siempre.

ESP. PULSA EL INTERRUPTOR. Hoy en día pasamos tanto tiempo mirando nuestros teléfonos que ya prácticamente se han convertido en una extensión de nuestras manos. Se calcula que pasamos casi 23 días al año mirando nuestros terminales, casi 90 minutos al día. Es decir, pasamos hora y media inmersos en las redes sociales, consumidos por las noticias, perdidos en un mundo sin una conexión humana real. Nos hemos desconectado de las personas y de los acontecimientos que suceden a nuestro alrededor, quedando atrapados en un abismo de comunicación cibernética. Y ¿cómo podemos contrarrestar este descenso al abismo del mundo online? Puede que la clave esté en cambiar un cambio de actitud respecto a lo que es o no aceptable a la hora de utilizar dispositivos móviles. Empecemos por guardar los teléfonos cuando nos sentemos en la mesa a cenar, por ejemplo. Podemos imponer sanciones al primero que vuelva a sacar el teléfono -el primero en mirar la pantalla paga-. También podemos imponer nuestras propias normas en el trabajo. En vez de mirar fotos en Instagram de forma mecánica cada vez que tenemos un momento libre, podemos levantarnos y dar una vuelta alrededor del escritorio, así estiraremos las piernas y descansaremos la vista de tanta pantalla. Y, ya que estamos... Si te cuesta incorporar medidas sencillas como esta, ¿por qué no ir un paso más allá y apagar el teléfono del todo? Aunque en el mundo moderno pueda parecer una especie de blasfemia, apagar el dispositivo te ayudará a ser más productivo, a centrarte y a recordar que, en realidad, lo que está pasando en Facebook no es realmente tan urgente, y no hace falta que lo consultes varias veces al día. Así que, mientras tomas el sol en la hamaca, disfrutas de un cóctel y te deleitas en el relax, te retamos a que desconectes del todo. Puede que sea la mejor decisión de todo el viaje. •



THE NEW YORK

EL BARBERO NEOYORQUINO HA

BARBER @

HECHO DEL ONLY YOU ATOCHA

ONLY YOU

SU BARBERÍA TEMPORAL

by Carlos Risco | photos Simone Gallucci

ENG | ESP

For four months, Seagram's Gin has turned the new Only YOU Hotel Atocha into the Seagram's New York Hotel at Only YOU.

In the program has highlighted the presence in Madrid of this reputed barber of the Lower East Side, one of the oldest neighborhoods in New York. The Rivington Barber is a barber shop in which more than the perfect shave or studied haircut, it is sought that client and barber to enter into an almost mystical relationship and enjoy a good time and, of course, a great conversation.

Durante cuatro meses, Seagram's Gin ha convertido el nuevo Only YOU Hotel Atocha en el Seagram's New York Hotel at Only YOU. Entre la programación ha destacado la presencia en Madrid de este reputado barbero del Lower East Side, uno de los barrios más antiguos de Nueva York. La Rivington Barber es una barbería en la que más que el afeitado perfecto o el corte de pelo estudiado, se busca que cliente y barbero entablen una relación casi mística y disfruten de un buen rato y, por supuesto, de una gran conversación.





How did you get into cutting hair? How important was it for you growing up to have a fresh cut?

Great question. Growing up it was very important to me and everyone in my neighbourhood in NY to have a fresh cut weekly. The problem was when I was a kid, we didn't have a lot of money, so getting a haircut once a week was expensive and the only way to get it done was to do it myself.

Do you remember giving your first haircut? Or your first lesson in giving a haircut?

I definitely remember giving the first haircut that wasn't on myself. It was for my cousin who wanted a skin fade and now that I am a professional, I know now that should not have been my first attempt at a haircut! A skin fade is one of the hardest haircuts to do. Everything must be perfect or it will look terrible! The haircut took me two hours to finish! It was very stressful.

You have said that "Most barbershops have lost that culture and quality". How did this barbershop identity crisis begin?

I think it began in the '70s when men started to wear their hair big. They needed blowouts and treatments that barbers weren't licensed to do, so they had to go to a cosmetologist. The same continued throughout the '80s with long hair mullets, and through the late '90s with frosted tips. After that, men started coming back to barbershops for more traditional men's haircuts again.

Unfortunately, because being a barber is cool again, there are barbers out there who find it more important to look the part than to actually learn how to cut hair well and hone their craft.

What should a real barbershop experience be like?

Should feel authentic. It should feel brotherly as much as professional. After a couple visits to a barber who you like, you should probably know a little about each other and other barbers in the room. There are barbershops out there now that see the culture as a way to make a ton of money and are trying to commercialise it.

Nowadays, hipster culture tends to focus on manual jobs and analogic processes. Do you think the new barbershop culture and its rebirth is driven by hipster culture?

I would say the hipster movement helped with the rebirth of barbershop culture, but I don't think it's entirely driven by the hipster. Before it was cool for a hipster to get a haircut at a barbershop, there were still barbershops in every neighbourhood. It probably wasn't as cool to the masses but it was still cool in certain communities. •

¿Cómo empezó a cortar el pelo? ¿Qué importancia tenía para usted de niño llevar un corte de pelo nuevo?

Muy buena pregunta. Porque cuando era niño, para mí y para todos los de mi barrio en Nueva York era muy importante ir a cortarse el pelo cada semana. El problema era que no teníamos mucho dinero. Cortarse el pelo una vez a la semana era caro y la única forma de poder hacerlo era cortármelo yo mismo.

¿Recuerda el primer corte de pelo que le hizo a alguien?

¿O su primera lección de cómo cortar el pelo?

¡Claro que recuerdo el primer corte de pelo que hice! Le corté el pelo a un primo mío que quería un estilo "piel desvanecida", y ahora que me dedico a esto me doy cuenta de que no es un corte que deba intentar un novato. El estilo "piel desvanecida" es uno de los cortes de pelo más difíciles de realizar. O te sale perfecto o ¡queda terrible! ¡Tardé dos horas! Fue muy estresante.

Alguna vez ha dicho que "la mayoría de las barberías han perdido la cultura y la calidad de antes". ¿Cómo empezó esta crisis de identidad de las barberías?

Creo que empezó en los años 70, cuando los hombres empezaron a llevar el cabello largo, porque necesitaban hacerse peinados y tratamientos para los cuales los barberos no tenían licencia -tenían que ir a un cosmetólogo-. Y esto continuó durante la década de los 80 con esas greñas que se llevaban entonces y con las puntas teñidas tan de moda en los 90.

Después, los hombres empezaron a volver a las barberías para pedir cortes de pelo más tradicionales. Por desgracia, como ahora vuelve a estar de moda ser barbero, hay barberos por ahí que se preocupan más por dar la imagen que por aprender a cortar bien el pelo y perfeccionar su oficio.

¿Cómo debería ser una experiencia de barbería?

Una verdadera experiencia de barbería tiene que dar la sensación de ser auténtica. Es una experiencia tanto fraternal como profesional. Después de ir un par de veces a un barbero que te gusta, deberíais conocerlos un poco mejor los dos, y también deberías saber algo de los otros barberos de la sala. Hay barberías por ahí que ven esta cultura como una forma de ganar mucho dinero e intentan comercializarla.

Hoy en día, la cultura hipster está poniendo el foco en los trabajos manuales y los procesos analógicos. ¿Cree que está detrás del resurgimiento de las barberías?

Yo diría que el movimiento hipster contribuyó al resurgimiento de esta cultura, pero no su motor principal. Antes de que para los hipsters se pusiera de moda cortarse el pelo en una barbería, seguía habiendo barberías en cada barrio. Seguramente no era algo tan cool para las masas, pero en ciertas comunidades sí que se consideraba cool. •

INTERVIEW WITH
**MILES E.
RIVINGTON**

Barber



BEFORE IT WAS COOL FOR A HIPSTER TO GET A HAIRCUT AT A BARBERSHOP,
THERE WERE STILL BARBERSHOPS IN EVERY NEIGHBORHOOD //
ANTES DE QUE PARA LOS *HIPSTERS* SE PUSIERA DE MODA CORTARSE EL PELO
EN UNA BARBERÍA, SEGUÍA HABIENDO BARBERÍAS EN CADA BARRIO

THE SURVEY

EL CUESTIONARIO



1 What do your costumers want? // ¿Qué buscan sus clientes?

The freshest haircuts and advice about where to shop, eat and travel (I'll tell them how awesome Madrid is when I get back). // Cortes de pelo frescos con consejos sobre dónde comprar, dónde comer y viajar (les contaré lo maravilloso que es Madrid).



2 The most challenging about what you do // ¿Cuál es el mayor reto que le plantea su profesión?

Trying to come up with new styles for everyone. // El Cluends I made there. // Yo diría que el mayor reto que me plantea es intentar proponer nuevos estilos para todo el mundo.



3 When you give someone a good haircut... // Cuando le hace a alguien un buen corte de pelo...

You can tell their confidence goes up immediately. You can see their gratitude. // Ves que inmediatamente aumenta la confianza en sí mismo y su gratitud es evidente.



4 Before barber; What did you want to be? // Antes de convertirte en barbero, ¿qué quería ser?

I wanted to be an architect or a menswear designer. Aesthetics and design have been always appealing to me. // Quería ser arquitecto o diseñador de ropa. Siempre me atrajeron la estética y el diseño.

Books

A paper lover

MÓNICA LARCADA US MARKETING MANAGER DE PHG HABLA DE SUS HÁBITOS DE LECTURA // MONICA LARCADA US PHG MARKETING MANAGER TALKS ABOUT HER READING HABITS.

by **MARTÍN ULLOA**

Una amante del papel

A Mónica le apasionan los libros en papel. Suele leer antes de acostarse y su sala de lectura favorita es, sin lugar a dudas, la playa. // Monica is passionate about paper books, she usually read before bed and her favorite reading room is, without a doubt, the beach.

Do you remember the first things you read?

Yes, I was very into Mysteries. The Boxcar Children series were my favorite. I think I had the entire collection!

What do you find most seductive? Fiction, novels, philosophy, self-help?

My favorite books are historical nonfiction. I love being transported to another time in history.

What book are you reading at the moment?

Ahora mismo estoy leyendo The Pearl That Broke It's Shell.

What do you want from a good book?

I like to forget what is going on in my life and be completely transported and taken to another time. I love getting to feel what others felt and how they learned from their life experiences and journeys.

What is your favorite place to read? Why?

On the beach! With my feet in the sand and the wind blowing in my face!

What's your favorite time to read? Describe that moment.

Whenever I have free time which is usually right before bed.

Do you prefer the paper or do you use an electronic reading device?

Paper books! I enjoy turning the pages of an actual book and being able to go back to re-read a section. I also love using books I have read as decoration around my house. •



© Luis Barta

ESP. ¿Recuerdas sus primeras lecturas? Sí, me gustaban mucho las novelas de misterio. La serie The Boxcar Children era mi preferida. ¡Creo que llegué a completar la colección!

¿Qué es lo que más le seduce: la ficción, las novelas, la filosofía, la auto ayuda?

Me gustan sobre todo los libros de ensayo histórico. Me encanta que me transporten a otro momento de la historia.

¿Qué libro estás leyendo en estos momentos?

Ahora mismo estoy leyendo The Pearl That Broke It's Shell.

¿Qué le pide a un buen libro?

Me gusta evadirme de lo que está ocurriendo en mi vida y dejarme transportar completamente a otra época. Me encanta sentir lo que otros sintieron y ver cómo aprendieron de sus experiencias y de su camino vital.

¿Cuál es su lugar preferido para leer? ¿Por qué?

¡La playa! ¡Con los pies en la arena y el viento en la cara!

¿Cuál es su momento preferido para leer? Describa ese momento.

Cuando tengo un rato libre, que suele ser antes de acostarme.

¿Prefiere leer en papel o utiliza algún dispositivo de lectura electrónico?

¡Libros en papel! Me gusta pasar las páginas de un libro de verdad y poder rebuscar para volver a releer una sección. También me gusta utilizar los libros que he leído como decoración en casa. •

6 BOOKS

THAT HAVE MARKED YOUR LIFE IN SOME WAY OR OTHER.
/ **ESP.** Seis libros que han marcado su vida de una manera u otra.



1 **Criadas y señoras**

Kathryn Stockett

This book captured me from the first couple of pages. It tells the story of 3 very different women living in Mississippi in the 60s and how their lives progress through different experiences. I think this is my favorite book!

Este libro me cautivó desde las primeras páginas. Cuenta la historia de tres mujeres muy diferentes entre sí que viven en Mississippi en los años 60, y de cómo transcurren sus vidas a través de distintas experiencias. ¡Creo que este es mi libro preferido!

2 **La chica del tren**

Paula Hawkins

This is a thriller! It is a fun read that will keep anyone on their feet. It is about a girl who becomes obsessed with a couple that she sees at their home everyday on her train ride. She becomes fascinated with their seemingly perfect life and soon walks into their neighborhood at night and witnesses a life altering incident.

¡Es de suspense! Es una lectura amena que mantendrá en vilo a cualquier lector. Cuenta la historia de una chica que se obsesiona con una pareja que ve todos los días en el tren de camino a casa. A la chica le fascina lo que ella se imagina como una vida perfecta de pareja, y una noche va paseando por su barrio y es testigo de un incidente que le cambiará la vida.

3 **El alquimista**

Paulo Coelho

A classic by Paulo Coelho that is filled with underlying messages about life that will truly inspire anyone who reads it.

Un clásico de Paulo Coelho que está lleno de mensajes subyacentes sobre la vida y resulta realmente inspirador para cualquiera que lo lea.

4 **Memorias de una geisha**

Arthur Golden

This book is just fascinating to me. It is about a young girl who is sold into a geisha boarding house in Kyoto,

Japan. The book tells the story of her journey into becoming one of the most sought after Geisha's.

Este libro sencillamente me fascina. Es la historia de una chica que es vendida a una casa de geishas en Kioto, Japón. El libro cuenta la historia de cómo esta chica se convierte en una de las geishas más cotizadas.

5 **Nacidos para correr**

Christopher McDougall

I am a big runner so reading this book was a must! It is a book around the secrets of running learned from one specific tribe in Mexico that is known for being one of the world's greatest distance runners. I learned so much from this book so I definitely recommend it to anyone who enjoys running or just wants to understand why people run.

Me encanta practicar el running, ¡así que no podía dejar de leer este libro! Es un libro sobre los secretos del running de una tribu de Méjico que se ha hecho famosa porque de ella han salido

algunos de los mejores corredores de larga distancia del mundo. Aprendí muchísimo de este libro, así que lo recomiendo a cualquiera que le guste practicar el running o que simplemente quiera entender por qué corre la gente.

6 **Rebecca**

Daphne du Maurier

Rebecca was one of the first novels that I read in high school. I remember reading it with my grandmother as it was one of her favorite books as well. It is a classic love novel about a woman who marries a widower and faces daily challenges as she tries to incorporate herself into his life.

Rebecca fue una de las primeras novelas que leí en el instituto. Recuerdo que la leí con mi abuela ya que también era uno de sus libros preferidos. Es una novela clásica de amor sobre una mujer que se casa con un viudo y se enfrenta al reto diario de intentar incorporarse al mundo de su marido.

THE JEWEL IN THE

LA JOYA EN LA CORONA DE IBIZA

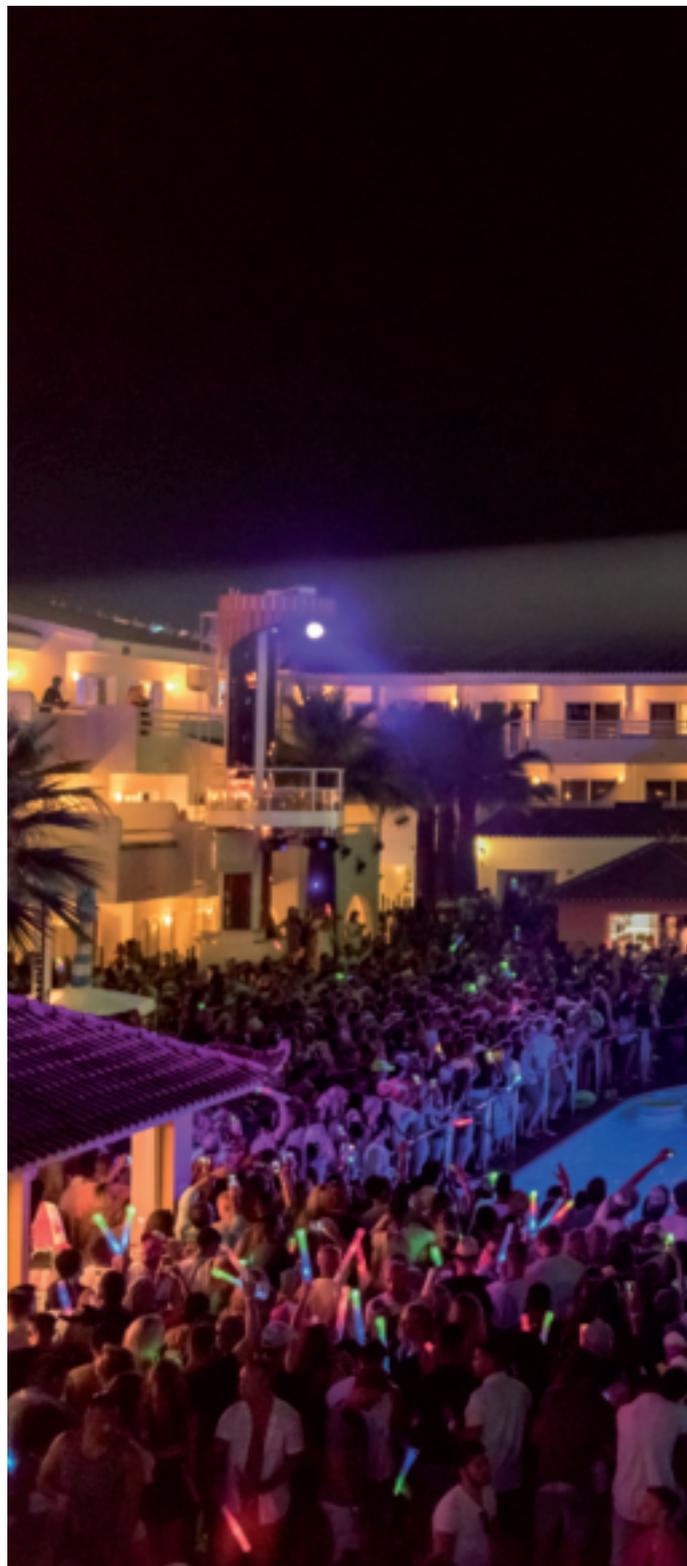
IBIZA CROWN

FIVE STAR DAY AND NIGHT CLUBBING AT THE WORLD'S PREMIER PARTY PALACE. / **ESP.** UN CINCO ESTRELLAS DE DÍA Y EL MEJOR CLUB DEL MUNDO DE NOCHE.

by Daniel Prince

Ushuaia Ibiza Beach Club continues to set the world benchmark for day and night time clubbing with their totally unique experience where you can enjoy the action from the terrace of your room or join the crazy communion on the dancefloor at the biggest party in Ibiza. The most famous DJ on the planet David Guetta starts your week every Monday with his BIG adventure featuring spectacular stage production and the French superstar's trademark big tune soundtrack. Tuesday sees Belgium boy wonders Dimitri Vegas & Like Mike start a new residency with their Garden of Madness event bringing their huge combination of DJ sets and crowd busting MCing to the open air whilst Wednesday enjoys a different festival style party each week at Limited Edition with on rotation Hardwell, DJ Snake, Axwell & Ingrosso, Major Lazer and Alesso. Wow! Martin Garrix slips into a new role on Thursday with his unmistakable super-

charged riffs and powerhouse productions displaying why he is the World's No. 1 DJ, Friday features a barrage of block rocking hip hop beats with the main man Tinie Tempah before Saturday rolls into Bossa for the most insane afternoon and night session of your holiday at Ants – a brilliant party with loads of your favourite electronic artists. Rounding off a very special week is Kygo and his beautiful journey of melodic house every Sunday, if you haven't seen a show from the Norwegian megastar yet then put it on your wish list...a guaranteed summertime moment. Sitting pretty next door Hard Rock Hotel Ibiza continue to celebrate the decade that style forgot with their Children of the 80's weekly party. Fresh for 2017 the team moves to Fridays, a perfect way to start the weekend in the company of a chart topping selection of live shows that in past years have included Barbara Tucker, Sabrina Salerno or Samantha Fox. It's showtime Ibiza! •





Ushuaia Ibiza Beach Club continues to set the world benchmark for Ibiza clubbing. // **ESP** Ushuaia Ibiza Beach Club sigue marcando el paso entre los clubs de Ibiza.

ESP. Ushuaia Ibiza Beach Club sigue marcando el paso entre los clubes de día y de noche de todo el mundo ofreciendo una experiencia completamente única que te permite disfrutar de la acción desde la terraza de tu habitación o unirse a la disparatada comunión con la pista de baile en la fiesta más grande de Ibiza. El DJ más famoso del planeta, David Guetta, empieza los lunes de cada semana con su aventura BIG, una producción espectacular con la inconfundible gran banda sonora de esta súper estrella francesa. Los martes, los maravillosos chicos belgas Dimitri Vegas & Like Mike empezarán una nueva residencia con su evento Garden of Madness, llevando su gran combinación de sets de DJ y al hiper popular MCing al aire libre, mientras que cada miércoles se organizará una fiesta distinta de estilo festivalero en Limited Edition con Hardwell, DJ Snake, Axwell & Ingrosso, Major Lazer y Alesso actuando en rotación. ¡Guau! Martin Garrix asume un nuevo rol los jueves y nos demostrará por qué es el DJ número 1 del mundo

con sus inconfundibles riffs super energéticos y producciones powerhouse. Los viernes se presentará un bloque de ritmos hip hop con el gran Tinie Tempah antes de movernos los sábados al son del bossa con la sesión de tarde/noche más loca de tus vacaciones en Ants – una gran fiesta con muchos de tus artistas electrónicos preferidos-. Y para acabar una semana muy especial, Kygo y su preciosa odisea de house melódico estará presente cada domingo. Si todavía no has visto a esta megaestrella noruega, añádelo a tu lista de deseos... un momento veraniego garantizado. La niña bonita de al lado, Hard Rock Hotel Ibiza, seguirá celebrando la década olvidada de la moda, con su fiesta semanal Children of the 80's. El equipo se traslada a los viernes. Es una forma perfecta de empezar el fin de semana acompañados de una selección de grandes éxitos con espectáculos en directo como los de otros años, con artistas como Barbara Tucker, Sabrina Salerno y Samantha Fox.. ¡Hora de empezar el espectáculo en Ibiza! •

A black and white portrait of Black Coffee, a bald man with a beard and glasses, wearing a dark button-down shirt. The image is a close-up, focusing on his face and upper torso. The background is a plain, light color.

Black Coffee one of the superstars at Hi this summer. // **ESP** Black Coffee, una de las superestrellas que estarán en Hi este verano.

Hï

PODEROSO HÏ

AND

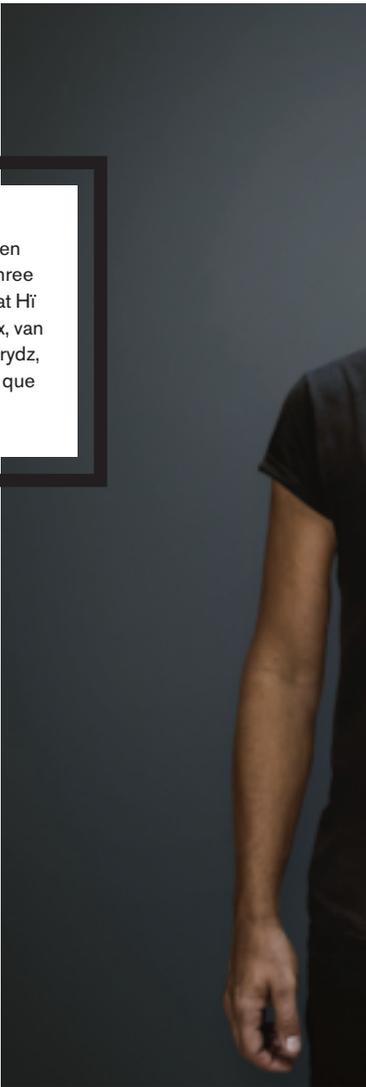
by Dan Prince

MIGHTY

AFTER A WINTER OF HUGE
ANTICIPATION THE WAIT IS
OVER. WELCOME TO THE
MOST EAGERLY AWAITED CLUB
LAUNCH EVER. // **ESP** TRAS UN
INVIERNO DE EXPECTATIVAS
LA ESPERA HA TERMINADO.
BIENVENIDOS A LANZAMIENTO
DEL CLUB MÁS ESPERADO.



Garrix, van Buuren and Eric Prydz - three of the superstars at Hï Ibiza. // **ESP** Garrix, van Buuren and Eric Prydz, las superestrellas que visitarán Hï.



After a winter of huge anticipation and second guessing, the most eagerly awaited club launch we have ever witnessed is upon us. Brought to you by Ushuaïa Entertainment, this state of the art venue on the former site of Space takes centre stage in Summer 2017 as the next chapter of Ibiza music history begins. Dominated by the Theatre Room 1 housing a different DJ booth and lighting production every night, Room 2 the Club is altogether a more intimate affair with low ceilings and tiered dance áreas. Upstairs is a stunning open air terrace with views of Ushuaïa Ibiza in a no music zone whilst down in the new Magic Garden (a new outdoor zone), gorgeous teepees dominate an area perfect for those heady nights under the stars. Other features to drool over include the DJ booth in the unisex toilets, the insane main room light system nicknamed 'The Twist' and entrance to the club - the car park is no

more, a new sweeping drop off system and beautiful trees now sit in front of the club. Make no mistake, this is a venue for the future - there is nowhere like it in the world. DJs wise residencies for the likes of French legend Eric Prydz, World No. 1 Martin Garrix, Armin Van Buuren, Steve Lawler, Kölsch, Nic Fanciulli, Luciano, Joris Voorn and the Glitterbox crew all catch the eye. But it is the Saturday night feast that catches the eye with man of the moment Black Coffee taking up a new weekly home this summer. "Since the start of my career I've been driven by the desire to share my taste in music and expose the world to the beauty of South African dance music...I believe that Hï Ibiza is the perfect place to do that. I'm truly honoured to be part of the continuing legacy of the island." Ibiza waits with bated breath! What an entrance. What a club. What a way to introduce yourself. •



ESP. Tras un invierno de grandes expectativas y muchas dudas, llega el lanzamiento más esperado jamás de un club. De la mano de Ushuaïa Entertainment, este ultra moderno local ubicado en el antiguo solar de Space asumirá el protagonismo del verano del 2017, emprendiendo un nuevo capítulo de la historia de la música ibicenca. El Club lo preside la Sala de Teatro 1, que alberga una cabina de dj con iluminación distinta cada noche, mientras la Sala 2 ofrece un ambiente mucho más íntimo con techos bajos y pistas de baile escalonadas. Arriba hay una impresionante terraza al aire libre con vistas a Ushuaïa Ibiza en una zona sin música, mientras que abajo unos preciosos tipis presiden el nuevo Jardín Mágico (una nueva zona exterior), la zona perfecta para esas noches embriagadoras. Otros detalles que harán que se os caiga la baba incluyen una cabina de dj en los aseos unisex, el alucinante sistema de luces de la sala principal, conocido como “El Twist”, y la

entrada al club --el parking ha desaparecido y ha sido reemplazado por un nuevo sistema de forma que ahora delante del club lo que hay son unos preciosos árboles. Sin duda alguna, este es el local del futuro --no hay otro como él en todo el mundo. En cuanto a los djs residentes, llaman la atención el mítico galo Eric Prydz, el número 1 mundial Martín Garrix, Armin Van Buuren, Steve Lawler, Kölsch, Nic Fanciulli, Luciano, Joris Voorn y el equipo de Glitterbox. Pero lo que más llama la atención es la fiesta de las noches de sábado, en las que este verano ejercerá de anfitrión el hombre del momento, Black Coffee. “Desde los inicios de mi carrera, me ha movido el deseo de compartir mis preferencias musicales y presentarle al mundo la belleza de la música de baile sudafricana... Creo que Hi Ibiza es el lugar perfecto para hacerlo. Es un verdadero honor formar parte del legado continuado de la isla”. ¡Ibiza le espera con ansia! Vaya apertura. Vaya club. Vaya forma de presentarse. ●

A close-up portrait of Kygo, a young man with dark hair and light eyes, looking directly at the camera with a neutral expression. He is wearing a dark t-shirt. The background is a dark, textured blue.

Kygo

The world at his fingertips

by **DAN PRINCE**

Producer. Musician. Songwriter. DJ. The first artist to reach one billion plays on Spotify. Global Tour. Fashion line. Las Vegas. Performance at the Closing Ceremony of the 2016 Olympic Games. Forbes Top 30 List. Weekly residency in clubbers capital Ibiza. All achieved in only two years. //ESP. Músico. Compositor. DJ. El primer artista en obtener mil millones de escuchas en Spotify. Gira mundial. Colección de moda. Las Vegas. Actuación en la ceremonia de clausura de los Juegos Olímpicos de 2016: hecha. lista de los Top 30 de Forbes. Residencia en Ibiza. Y todo en sólo dos años.

You have started 2017 where you left off in 2016 with some mesmerizing music thanks to 'It Ain't Me' with Selena Gomez, your first drop since the release of your debut album 'Cloud Nine'. How did the hook up with Selena happen?

Thank you! Since the album release I've been lucky enough to spend some time in the studio with crazy talented writers, vocalists and more. One of those was Andrew Watt who is close with Selena and ended up playing her a demo of the track we were working on. She loved it, made it her own and it all went on from there.

What are your musical plans for the rest of 2017?

2017 is going to be an exciting year for sure. As I mentioned before, I've been working on my music with some incredible musicians and couldn't be happier about the direction I'm moving in.

2016 was a crazy year for you. Did you have time to soak up the experiences?

It was all a blur to be honest Dan.

Like you said earlier, there was the Kygo Life fashion line launch, the world tour, the Olympics, the album release... there were so many moments rolled into that crazy 12 month period. I've now had time to reflect since the start of the year and am raring to go again.

The last time we spoke at one of your Ushuaia Ibiza gigs you were telling me how much you loved the winter as it gave you time to spend skiing in the mountains? Did you manage to hit the slopes?

Yep! I got away to Aspen earlier this January with my friends and family to kick back and relax. It was the perfect way to start 2017 and gave me a chance to clear my head for the coming year.

What was it like making your headline debut at Ushuaia last year? What have you in store for us in 2017?

Ushuaia has been amazing with me and are they are great in the sense that they are always open to hearing my point of view when it comes to the production, talent and overall aesthetic of my residency. It more than lived up to the hype last year but that was only three shows. This year, we are

“USHUAIA HAS BEEN AMAZING WITH ME AND ARE THEY ARE GREAT IN THE SENSE THAT THEY ARE ALWAYS OPEN TO HEARING MY POINT OF VIEW WHEN IT COMES TO THE PRODUCTION, TALENT AND OVERALL AESTHETIC OF MY RESIDENCY”

Ha empezado en 2017 justo donde lo dejó en 2016, con música alucinante gracias 'It Ain't Me' de Selena Gomez, su primer lanzamiento desde que publicó su disco debut, 'Cloud Nine'. ¿Cómo llegó a juntarse con Selena?

¡Gracias! Desde que lanzé el disco, he tenido la suerte de pasar un tiempo en el estudio con letristas, vocalistas y mucha más gente con un talento flipante. Uno de ellos fue Andrew Watt que es íntimo de Selena y le puso una demo de la pista que estábamos grabando. A Selena le encantó, la hizo suya y así surgió todo.

¿Cuáles son sus planes musicales para el resto de 2017?

Sin duda 2017 va a ser un año muy emocionante. Como te decía, he estado trabajando en mi música con unos músicos increíbles, y estoy más que contento con el rumbo que estoy tomando.

2016 fue un año flipante para usted. ¿Le ha dado tiempo a digerir las experiencias?

Si te digo la verdad, Dan, es todo una nebulosa. Como acabas de decir, primero fue el lanzamiento de la línea de moda Kygo Life, la gira mundial, las Olimpiadas, el lanzamiento del disco... hay tantos momentos concentrados en un periodo flipante de 12 meses. Ahora a principios de año me ha dado tiempo a reflexionar, y ya estoy ansioso por ponerme otra vez en marcha.

La última vez que hablamos, durante una de sus sesiones en Ushuaia Ibiza, me comentá que le encantaba el

invierno porque entonces tiene tiempo para ir a la montaña a esquiar. Pudo salir a las pistas?

¡Si! Hice una escapada a Aspen a principios de enero con mis amigos y mi familia para desconectar y relajarnos. Fue la forma perfecta de empezar el 2017, y me dió la oportunidad de despejar la mente para este próximo año.

¿Cómo fue la experiencia en Ushuaia el año pasado? ¿Qué nos tiene guardado para el 2017?

Ushuaia se ha portado increíblemente bien conmigo y son geniales, porque siempre están abiertos a escuchar mi punto de vista respecto a la producción, el talento o la estética global de mi residencia. El año pasado superó todas las expectativas, pero sólo fueron tres sesiones. Este año, vamos a hacer más sesiones y más grandes, ¡y llevaré más artistas a tocar conmigo!

ENG | ESP

going bigger with more shows and more acts coming down to play with me!

What other artists are you digging at the moment?

Ed Sheeran is on a different level than everyone else right now. His new album is an amazing piece of work. Other than him, I'm a big fan of Julia Michaels' new single and in general there's just a ton of incredible music being released right now.

Just how big a team is team Kygo? How many people are behind the machine?

We are a super small team. I've got my main man Myles who has managed me since day one and then Mike handles a bunch of the day-to-day stuff.

We also work very closely with our label Sony on everything with my music and marketing and then our agents at William Morris who book me to perform at some of the most incredible places on earth. There are so many other people I haven't named playing their part but it's the small, close-knit family feel to our team that makes things work.

You had a very special time playing at Ultra in Singapore, the country where you were born...

The surprises never stopped during that weekend. First Myles brought out a bunch of my childhood friends and family – they all turned up in my hotel room out of nowhere – then I got taken out on a boat, I played one of my favourite sets of the year at the debut of a new festival and at the end of it all, was presented with a birthday cake by Ultra in front of 20,000 people. Special is one way to put it.

You have traveled the world thanks to your music.

What places have really stood out for you, where do you want to revisit asap?

Japan. I went there after Singapore, once again with Ultra and it was just a different world. The culture and the food is something I have to go back and experience. My fans were also on another level over there.

Ushuaia and the whole of Ibiza is waiting to party with you this summer!

I'm so looking forward to coming back. I need some sun in my life! See you on the dancefloor... •

¿Qué otros artistas le gustan estos días?

Ahora mismo Ed Sheeran está a un nivel por encima de cualquier otro. Su nuevo album es un pedazo de obra alucinante. Aparte de él, también soy muy fan del nuevo single de Julia Michaels, y en general ahora mismo está saliendo muchísima música increíble.

¿Qué tan grande es el equipo Kygo? ¿Cuánta gente hay detrás de esta máquina?

Somos un equipo minúsculo. Tengo a mi hombre de confianza, Myles, que ha sido mi representante desde el principio, y luego está Mike que se ocupa de muchas cosas del día a día. También trabajamos en estrecha relación con nuestro sello, Sony, en todo lo que tiene que ver con mi música y el marketing, y con nuestros agentes de William Morris que me programan para hacer actuaciones en algunos de los lugares más increíbles del mundo. Hay muchísima más gente que no he mencionado que también pone de su parte, pero el hecho de ser

como una pequeña familia muy unida es lo que hace que las cosas funcionen en nuestro equipo.

Tuvo una experiencia muy especial cuando fue a tocar en Ultra en Singapur, el país donde nació...

Todo ese fin de semana estuvo lleno de sorpresas. Primero Myles trajo a un montón de mis familiares y amigos de la infancia – aparecieron como por arte de magia en la habitación del hotel – luego me llevaron

a dar un paseo en barco, y toqué una de mis sesiones preferidas del año durante el debut de un nuevo festival, y al final de todo, los de Ultra me sacaron una tarta de cumpleaños delante de 20.000 personas. Decir que 'especial' se queda corto.

Ha viajado por todo el mundo gracias a su música. ¿Qué lugares le han marcado más? ¿Dónde le gustaría regresar lo antes posible?

Japón. Fui después de ir Singapur, también con Ultra, y es sencillamente otro mundo. La cultura y la comida... son cosas que tengo que volver a experimentar. Mis seguidores allí también están a otro nivel.

Ushuaia y toda Ibiza ¡están ansiosas por salir de fiesta con usted este verano!

Yo tengo muchísimas ganas de volver. ¡Necesito un poco de sol en mi vida! Nos vemos en la pista de baile... •

ESP. "USHUAÏA SE HA PORTADO INCREIBLEMENTE BIEN CONMIGO Y SON GENIALES, PORQUE SIEMPRE ESTÁN ABIERTOS A ESCUCHAR MI PUNTO DE VISTA RESPECTO A LA PRODUCCIÓN, EL TALENTO O LA ESTÉTICA GLOBAL DE MI RESIDENCIA"



Kygo at Ushuaïa every
Sunday July 9th –
September 10th. /
ESP. Kygo en Ushuaïa
todos los domingos
del 9 de julio al 10 de
septiembre.





It's Time to Fly

Drones, video games and VR are bringing human beings increasingly closer to the dream of autonomous flight. The latest multimedia creations entertain the notion of individual air travel, while virtual reality devices allow us to fly like birds without leaving home.

Flight Simulator. LLEGÓ LA HORA DE VOLAR. Drones, videojuegos y VR acercan al ser humano cada vez más al sueño de volar de manera autónoma. Las últimas creaciones de la industria multimedia refrendan la idea del transporte aéreo individual, mientras que los dispositivos de realidad virtual nos permiten convertirnos en pájaros sin salir de casa.

Birdly VR Flight Simulator // Simulador de vuelo www.somniacs.co



Ehang 184

Gigantic Drone // Dron gigante
www.ehang.com

A gigantic autonomous drone with capacity for one person. Soon to be launched in Dubai.

Dron gigante y autónomo con capacidad para transportar a una persona. Será introducido en Dubai próximamente

by **CARLOS RISCO**



Pinel et Pinel Arcade System

Leisure Console // Consola de ocio
www.pineletpinel.fr

Luxury arcade with up to 60 classic games (from Pacman to Space Invaders).

Arcade de lujo con hasta 60 juegos clásicos (de Pacman a Space Invaders).



DJI Inspire 2

Cinematography Drone // Dron cinematográfico www.dji.com

Cinematography drone with HD video transmission, rotary stabilizer and professional camera.

Dron cinematográfico con sistema de transmisión de vídeo HD, estabilizador con rotación y cámara profesional.



DJI Phantom 4

Multimedia Drone // Drone multimedia www.dji.com

Small, lightweight multimedia drone with HD camera and flight stabilizer. Features Return Home function.

Pequeño y ligero dron multimedia con cámara HD y estabilizador de vuelo. Incluye una función de vuelta a casa.

Dunes

IBIZA



Breakfast
Lunch
Dinner



CTRA. PLAYA D'EN BOSSA 14, IBIZA
RESERVAS: (+34) 971 300 224
WWW.DUNESIBIZA.COM /



SIR ROCCO BEACH CLUB BY USHUAIA



AGROTURISMO SA TALAIA



GRAND PALLADIUM PALACE IBIZA RESORT & SPA



HARD ROCK HOTEL IBIZA

Weddings

by PALLADIUM

SAY I DO IN THE MAGICAL ISLAND

With its charming landscapes and unique atmosphere, Ibiza is the perfect place for romance. Grand Palladium Palace Ibiza Resort & Spa is pure elegance in a breathtaking setting. Agroturismo Sa Talaia combines sophistication and luxury in the heart of nature. Hard Rock Hotel Ibiza provides you with all the glamour and stardust to ensure your special day rocks, and Sir Rocco Beach Club by Ushuaia offers you the chance to say "I do" with the sea as witness in first row. The beach, the sky bar or the beautiful Ibizan countryside... you choose. Share with us the ceremony of your dreams and we make it happen.

+34 971 396 734

WEDDINGS.IBIZA@PALLADIUMHOTELGROUP.COM

WWW.PALLADIUMWEDDINGS.COM/EN/DESTINATION/IBIZA

Dr. R. Tomás

Dr. Rafael Tomás, dermatologist, has his clinic in Ibiza. / **ESP.** El doctor Rafael Tomás, dermatólogo, tiene su clínica en Ibiza.



SKIN REJUVENATION: LATEST TRENDS

by **DOCTOR TOMÁS**

Kronos, but especially photoaging, which ages our skin not only due to the ravages of time but, especially, due to excessive exposure to the sun's rays, inevitably leads to the early appearance of signs of damage: flaccid, sagging, wrinkly, dull-looking skin with spots, dyschromia, or dilated pores. In recent times, great progress has been made in trying to eliminate all these signs of photoaging. And we've achieved unprecedented results in our attempts to rejuvenate skin. By combining several of the latest technologies, we're able to remarkably improve results for all types of skin damage. The three most important new machines that have made it possible for us to achieve these excellent results are:

- Non-Ablative Fractional Laser: makes millions of micro-perforations that promote rejuvenation, not only of the epidermis but also of the skin's collagen.
- SWT: the newest thing in intense pulsed light. It is a lot more intense and takes a lot less time, achieving much better results and with much greater security. At least as important as the previous system. Now we're combining them.
- NdYag 1064 nm Laser to help resolve red blotches, couperosis, spider veins, cherry angiomas, etc. Combining this system with the previous one is equally important. •

ESP. REJUVENECIMIENTO CUTÁNEO: ÚLTIMAS TENDENCIAS. El crono, pero sobretodo el fotoenvejecimiento, el envejecimiento de nuestra piel no sólo por el paso del tiempo, sino sobre todo por la excesiva exposición a los rayos solares, nos lleva irremediablemente a la aparición temprana de los signos de desgaste: flacidez, descolgamiento, arrugas, manchas, discromía, falta de luminosidad, dilatación de poros. En los últimos tiempos se ha dado un gran avance en la resolución de todos estos signos del fotoenvejecimiento. Y conseguimos resultados en el rejuvenecimiento de nuestra piel nunca antes vistos. La combinación de las últimas tecnologías ha mejorado notablemente los resultados en todos los signos de desgaste. Principalmente tres son las nuevas máquinas

que nos permiten tener estos muy buenos resultados:

- Láser Fraccionado No Ablativo: hacemos millones de microperforaciones que ayudan a la renovación, no sólo de la epidermis sino también del colágeno dérmico.
- SWT: la gran novedad en luz pulsada intensa. Trabajamos con mayor intensidad y en mucho menos tiempo, consiguiendo mejores resultados y con mucha mayor seguridad. Al menos tan importante como el anterior sistema. Los combinamos.
- Láser NdYag 1064 nm. para ayudar a resolver las zonas rojas, cuperósicas, arañas vasculares, nevus rubis. Las manchas desaparecen, recuperamos tensión y firmeza, las arrugas mejoran notablemente, vuelve la luminosidad, el tono mejora, los poros se cierran, mejora la textura. •



DESIRE PALETTE From Dita Von Teese to Caitlyn Jenner, up to and including Rihanna, Mac Cosmetics has the perfect products for each type of woman. Its spring time translates into a high-intensity range of colors and a collection of perfumes in line with its iconic lipsticks: Candy Yum Yum, Lady Danger...

/ESP. EL COLOR DEL DESEO De Dita Von Teese a Caitlyn Jenner, pasando por Rihanna, Mac Cosmetics tiene los productos perfectos para cada tipo de mujer. Su primavera se traduce en colorido de alta intensidad y en una línea de perfumes acorde a sus labiales icónicas: Candy Yum Yum, Lady Danger...

SUPERCOLOR MOOD

Organic formulas that respect the skin, top hair product brands and a world of colorful makeup and nails are just some of the key advantages the treatments at Palladium Hotel Group's spas and beauty parlors offer this season. **// ESP. MODO SUPERCOLOR** Fórmulas orgánicas que respetan la piel, firmas top para el cabello y un mundo de colorido en maquillaje y uñas son las grandes bazas de los tratamientos que ofrecen los spas y centros de estética de Palladium Hotel Group para esta temporada.

by **ÁNGELA HERRERO**

ALWAYS SHINING

The leading long-lasting nail polish brand has always had a place of honor in manicure salons. Its new spring collection is called Fiji and includes 12 vibrant colors ranging from exotic yellow to Coconut.

/ESP. SIEMPRE BRILLANDO La firma líder en esmaltes de uñas de larga duración siempre tiene un sitio predilecto en los salones de manicura. Su novedad para esta primavera se llama Fiji y presenta 12 vibrantes colores que van desde el amarillo exótico al tono Coconut.

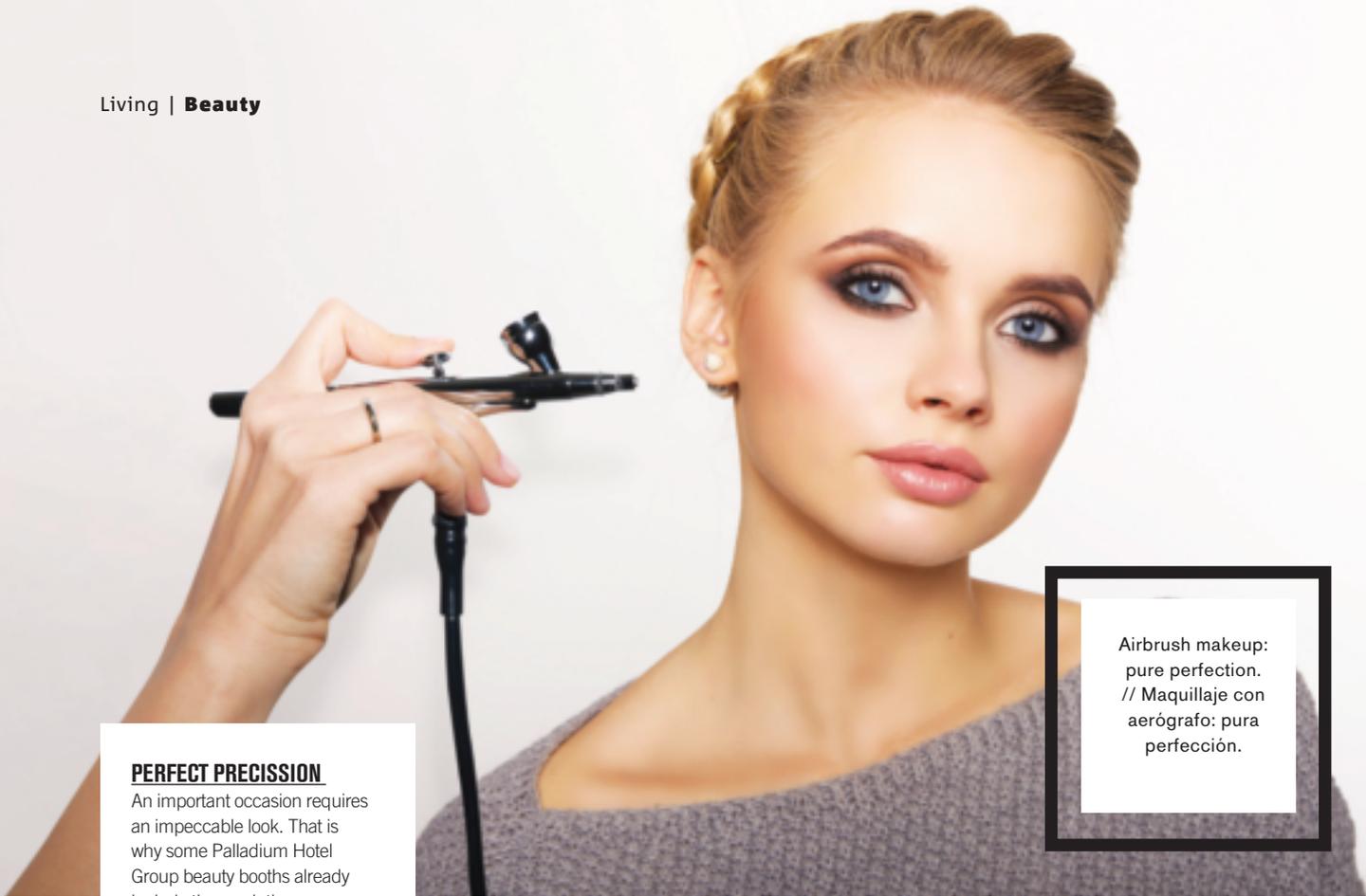


INTELLIGENT BEAUTY

This German brand is backed by nearly 55 years at the service of cosmetics. The anti-aging formulas in its various specialized lines are used in some of Palladium Spa's most innovative treatments.

/ESP. BELLEZA INTELIGENTE Más de 55 años al servicio de la estética avalan a esta firma alemana. Las fórmulas anti-aging de sus distintas líneas especializadas se utilizan en los tratamientos más innovadores de los Palladium Spa.





PERFECT PRECISION

An important occasion requires an impeccable look. That is why some Palladium Hotel Group beauty booths already include the revolutionary Temptu Pro airbrush makeup system. Eight hours of perfect skin? Yes, it's possible.

/ESP. PRECISIÓN TOTAL Una ocasión importante requiere un look impecable. Por ello, algunas cabinas de estética de Palladium Hotel Group ya incorporan el revolucionario sistema de maquillaje con aerógrafo de Temptu Pro. ¿8 horas de piel perfecta? Sí, se puede.

Airbrush makeup: pure perfection.
// Maquillaje con aerógrafo: pura perfección.



HEALTHY HAIR

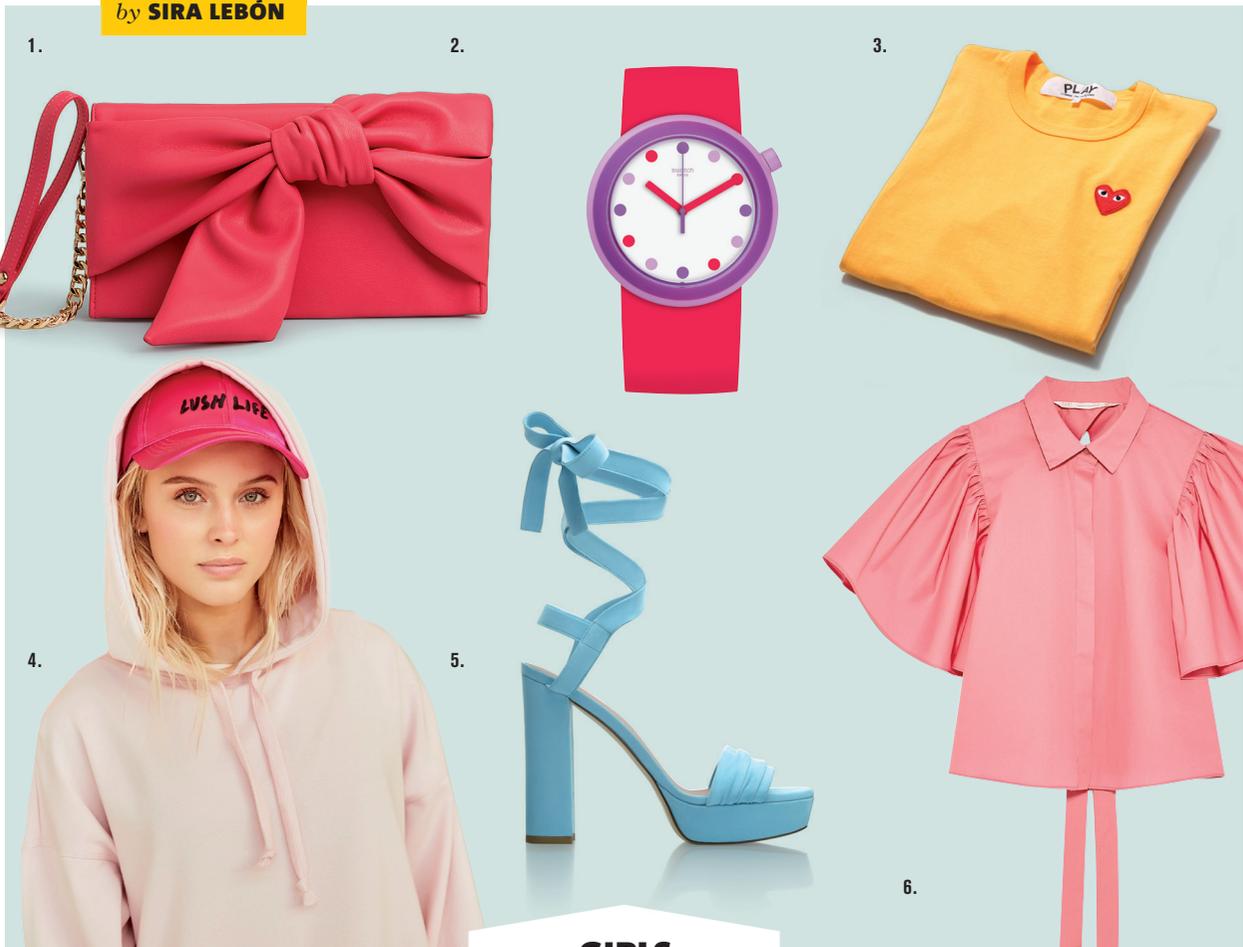
Tired of letting her hair take a beating on the set, actress Paula Kent created these quality products based on pH balance and protein technology. Today, women (and their hair) owe a lot to the Redken brand. **/ESP. MELENA SALUDABLE** Cansada de castigar su pelo en los rodajes, la actriz Paula Kent creó estos productos de alta calidad basados en la tecnología de la proteína y en un pH óptimo. Hoy, las mujeres (y su cabello) le deben mucho a la firma Redken.

LONG LASTING It's applied like a gloss and lasts like a gel. Gelish by Harmony will guarantee that you enjoy a long-lasting manicure and pedicure all through those intense days on the beach. **/ESP. DURADEROS** Se aplican como un esmalte y duran como un gel. Gelish de Harmony son una garantía para disfrutar de manicura y pedicura de larga duración en las intensas jornadas de playa.



THE LA MALETA SUITCASE

by **SIRA LEBÓN**



GIRLS

1. Lady strawberry

Handbag // Bolso de mano
www.liujo.com / €99

Feminine and vibrant, it's the perfect way to add a touch of color to spring looks. // Femenino, vibrante y perfecto para poner la nota de color a los looks de primavera.

4. Happy hour

'Popalicious' watch // Reloj 'Popalicious'
www.pop.swatch.com / €75

The object of desire of 1990's teenagers is back with increased color saturation. // El objeto de deseo de los *teen* de los años 90 ha vuelto saturado de color.

2. Red heart

Comme des Garçons (for Vestiaire Collective) www.vestiairecollective.es

Attractive tones + iconic brands, or the perfect combination for a very cool summer. // Tonos apetecibles + firmas icónicas, o la combinación ideal para un verano muy cool.

5. Sweet game

Zara Larsson for H&M
www.hm.com / Available May 18th.

Spring is relaxed and made all the sweeter with street-wear signed by the pop diva. // La primavera es relajada y se dulcifica con prendas *streetwear* firmadas por la diva pop.

3. Up in the sky

Sandals // Sandalias
www.stuartweitzman.com / €475

A winning bet on the runway: sandals with bows in pastel shades. // Una apuesta ganadora vista en pasarela: sandalias con lazadas, en tonos pastel.

6. Romantic ruffle

Pink blouse // Blusa rosa
www.zara.com / €22,95

The season inspires delicacy, and you'll succumb to the pink magic and flounces. // La temporada inspira delicadeza y sucumbirás a la magia del rosa y los volantes.

A color chart for men, women, young and old. For those days when you're not in the mood for white, and those nights that beg for more than all-black. Color discreetly invades the closet.

Un carta de colores para hombres, mujeres, jóvenes y mayores. Para los días que no apetece el blanco y las noches que piden más que un *look* negro. El color invade el armario, a discreción.



BOYS

1. Always camo

Weekend bag // Bolsa de viaje
www.cos.com / €69

Timeless accessories are always a yes. Especially if they're lightweight and neutral. // Los accesorios atemporales siempre son un sí. Más aún si son ligeros y neutros.

2. Special views

Glacier sunglasses // Gafas Glacier
www.vuarnet.com / €490

Technology and design at the service of a pair of pilot glasses worthy of the latest James Bond. // Tecnología y diseño al servicio de unas gafas de piloto dignas del último James Bond.

3. Orange is the new bomber

Bomber jacket // Bomber
www.zara.com / €39,95

The outer garment deviates in intense tones like its traditional lining. // Es la prenda exterior por derecho y arrasa en tonos intensos, como el de su tradicional forro.

4. Traditional choice

Cap // Gorra
www.levis.com / €25

A classic design, a classic brand and an unbeatable color for fine weather. // De diseño clásico, de firma clásica y en un color infalible para el buen tiempo.

5. Soft blue

Blue shorts // Shorts
www.dockers.com / €59

Yes, sir: this summer there is life beyond Bermudas and denim shorts. // Sí, señores: este verano hay vida más allá de la bermuda kaki y del *short denim*.

6. Full painted

All Star trainers // Zapatillas All star
www.converse.com / See stockist.

From black boots to fluorescent models... Who doesn't have a pair of All Stars? // De las negras de bota a los modelos flúor... ¿Quién no tiene unas All Star?

INTERVIEW BY
BRIAN BOYD
photo by Sebastian Kim

BONO ON 40 YEARS OF U2 // BONO, 40 AÑOS DE U2

WITH A NEW ALBUM AND A NEW TOUR ON THE HORIZON, HERE BONO EXPLAINS HOW THEY GOT FROM THERE TO HERE AND WHAT REALLY HAPPENED ALONG THE WAY. // ESP. CON UN NUEVO ÁLBUM Y UNA NUEVA GIRA A LA VISTA, EN ESTA ENTREVISTA BONO NOS EXPLICA CÓMO LLEGARON HASTA AQUÍ Y QUÉ ES LO QUE REALMENTE PASÓ POR EL CAMINO.



U2

's first rehearsal 40 years ago barely lasted 40 minutes. Bono, The Edge and Adam Clayton were squeezed around Larry Mullen's drumkit and already there were rows about who would play what instrument and what this new band would be called. A few weeks earlier Larry had put up a note up at the Dublin school. All four members of U2 attended. There would be rehearsals for the Larry Mullen Band to be held in Larry's family home on September 25 1976.

The Edge was first to arrive, not saying much and staring at his shoes. Adam Clayton swanned in later wearing a full-length Afghan coat and immediately appointing himself the band's bass player and manager. Last to arrive was Bono - a ball of manic energy - who was there to audition as the band's guitarist.

Within minutes of Bono's arrival, Larry Mullen knew this was no longer to be the Larry Mullen Band - such was the energy fizzing out of the band's prospective guitar player. The only problem was that Bono couldn't really play guitar. Bono should have been shown the door but the feeling was that he was too big a presence to simply let go. Larry suggested he might try his hand at vocals. U2 were born.

They called themselves The Hype and they were awful. They couldn't play, looked a mess, hadn't a penny between them and struggled to make it halfway through an Eagles cover version. They had no idea how to write a song, let alone get it released.

To complicate matters even further, three members of the band (Bono, Edge, Larry) were deeply committed to an evangelical Christian group. This was not very rock 'n' roll.

But 40 years after that first, troublesome rehearsal, U2 remain at the top of the musical world. They

El primer ensayo de U2 hace 40 años no duró ni 40 minutos. Bono, The Edge y Adam Clayton se apiñaron en torno al kit de batería de Larry Mullen, y empezaron discutiendo sobre quién tocaría qué instrumentos y qué nombre le pondrían a esta banda. Unas semanas antes, Larry había colgado una nota en un colegio de Dublín. Era el colegio al que asistían los cuatro miembros de U2. La nota anunciaba un ensayo de la Larry Mullen Band en casa de la familia de Larry el 25 de septiembre de 1976.

The Edge fue el primero en llegar, se quedó mirándose fijamente los zapatos sin hablar apenas. Luego hizo su aparición Adam Clayton, vistiendo su abrigo afgano de cuerpo entero, e inmediatamente se designó a sí mismo como el bajista y manager del grupo. El último en llegar fue Bono -una bola de energía frenética- que acudió para hacer una prueba como guitarrista.

A los pocos minutos de llegar Bono, Mullen supo que esto ya no era la Larry Mullen Band -tal fue la energía efervescente que emanaba el aspirante a guitarrista de la banda-. El único problema era el hecho de que Bono no sabía tocar la guitarra. A Bono le tenían que haber echado, pero tenían la sensación de que su presencia era demasiado fuerte para dejarla ir sin más. Larry le sugirió que probara como vocalista. Y así nació U2.

Se pusieron de nombre The Hype, y eran terribles. No sabían tocar, tenían una pinta zarrapastrosa, no tenían ni un céntimo entre los cuatro y a duras penas llegaron a la mitad de una versión de una canción de los Eagles. No tenían ni idea de cómo escribir un tema, ni mucho menos de cómo editar un disco.

Para complicar aún más el asunto, tres de los miembros de la banda (Bono, Edge, Larry) estaban profundamente comprometidos con un grupo evangélico cristiano. Lo cual no era muy rock-n-roll que digamos...

Pero 40 años después de este primer y penoso ensayo, U2 sigue estando en la cima del mundo de la música. Han vendido más de 170 millones de discos, han ganado más Grammys que cualquier otra banda de la historia y una de sus giras en directo ostenta el récord de mayor recaudación de todos los tiempos. Con un nuevo álbum y una nueva gira a la vista, en esta entrevista Bono nos explica cómo llegaron de allí hasta aquí, y qué pasó por el camino.

"En realidad, U2 nunca tuvo la más mínima esperanza, y eso fue todo por mi culpa," dice Bono. "Cuando la banda acababa de empezar y yo tenía 16 ó 17 años, supe que nunca llegaría a ningún sitio como cantante de



ENG | ESP

have sold over 170 million records, won more Grammy awards than any other band in history and have had the biggest grossing live tour of all time. With a new album and a new tour on the horizon, here Bono explains how they got from there to here and what really happened along the way.

“There really was never any hope for U2, and that was all down to me” says Bono. “When the band had just started and I was 16/17 I knew I was never going to make it as a punk rock singer or even a rock music singer because I had a girl’s singing voice. But I found my voice one night in Dublin. We all went to see The Ramones play live in 1977 and I found my voice through Joey Ramone. I just stood there and listened to him singing. He sang a bit like a girl too, the way I did. I just thought to myself: It is going to be OK after all. And that was my way in”.

A few weeks after The Ramones played in Dublin, The Clash arrived in town. “If I got my voice from Joey Ramone, then U2

punk rock, ni siquiera como cantante de rock, porque tenía voz de chica al cantar. Pero una noche en Dublín encontré mi voz. Fuimos a ver a los Ramones en directo en 1977 y encontré mi voz gracias a Joey Ramone. Me quedé allí escuchándole cantar sin más. Él también cantaba un poco como una chica, igual que yo. Y pensé: ‘Al final no está mal’. Y así fue como lo enfoqué.”

Unas semanas después del concierto de los Ramones en Dublín, llegó The Clash a la ciudad. “Del mismo modo que yo encontré mi voz gracias a Joey Ramone, U2 se convirtió en U2 cuando vimos tocar a The Clash en Dublín. Esa noche lo cambió todo. Recuerdo perfectamente que al día siguiente me quedé sentado en mi angosta habitación de Cedarwood Road mirando fijamente por la ventana. Lo vi todo muy claro en ese momento: el mundo es más maleable de lo que pensamos.”

Pero aún quedaba trabajo por hacer. “El tema es que entonces había bandas en Dublín que eran mejores que

Bono during one of the campaigns for his organization which fights AIDS. // Bono durante una de las campañas para su organización (RED), que lucha contra el Sida.

became U2 the night we saw The Clash play in Dublin. Everything changed that night. I distinctly remember sitting in my box room of a bedroom in Cedarwood Road the very next day and staring out the window. Everything became very clear to me in that moment: the world is more malleable than you think”.

But there was still work to be done. “The thing is that there were better bands than us in Dublin back then – bands who looked better, played better, wrote better songs but what we got from The Ramones and The Clash was that you could just pick up a mic and say something through your music” says Bono. “Even today, I still wish that U2 were a better band. I wish we were a more talented band. I have to go through excruciating humility these days when I set about writing a song”.

This is no ordinary self-deprecation. “Every time I hear a U2 song on the radio I wince” he says. “Do you want to know what my most humiliating U2 moment is? It’s “Where the Streets Have No Name”.

nosotros, bandas con mejor pinta, que tocaban mejor, que escribían mejores canciones, pero lo que nos aportaron los Ramones y The Clash es la idea de que puedes simplemente coger el micrófono y decir algo a través de tu música,” comenta Bono. “Aún hoy, me encantaría que U2 fuera mejor banda. Me encantaría que tuviésemos más talento como banda. Es insoportable la sensación de humildad que me invade cuando me pongo a escribir una canción”.

U2 remain at the top of the game. They have sold over 170 million records, won more Grammy awards than any other band and have had the biggest grossing live tour of all time. // U2 sigue estando en la cima. Han vendido más de 170 millones de discos, tienen más Grammys que cualquier otra banda y el récord de recaudación de una gira.

No se trata de una autocrítica vacía. “Cada vez que escucho una canción de U2 en la radio, doy un respingo,” reconoce. “¿Quieres saber cuál ha sido mi momento más humillante desde que estoy en U2? Fue con el tema ‘Where the Streets Have No Name’. Escribí la letra durante una estancia en el norte de Etiopía (en 1985). Estaba en la tienda en la que dormía y apunté algunas ideas: “Quiero correr, me quiero esconder, quiero derrumbar los muros que me contienen”. A mí me pareció bastante estúpida la letra, pero cuando fuimos a grabar en



— THE BAND —





“There really was never any hope for U2, and that was all down to me” says Bono. // “En realidad, U2 nunca tuvo la más mínima esperanza, y eso fue todo por mi culpa,” dice Bono.

ENG | ESP

When I wrote those lyrics I was sleeping in a tent in northern Ethiopia (in 1985) and I scratched down some thoughts and they were: “I want to run, I want to hide, I want to tear down the walls that hold me inside”. I thought they were fairly inane but when we recorded the song in the studio, those words just stayed on the song. Now I have to sing them for the rest of my life. And it’s U2’s most successful live song!”

There have been two big moments of Do or Die in U2’s career. The first came when they were “trying to dream it all up again” in the early 1990’s. “I remember a really bad U2 moment when we first went into the studio in Berlin to begin recording Achtung Baby. Things were bad, very bad. On a scale of one to ten we were at a nine for breaking up” he remembers.

The second was just after 2009’s No Line On The Horizon album when the singer said “If we don’t come up with a very good reason to make a new album, we should just fuck off”.

The “very good reason” he had was to write about the harrowing events in his youth that bled their way onto the current album, “Songs of Innocence”. “We went back to the Dublin of where it all began for us” he says. “To ask ourselves now “Why did we start doing this in the first place?” and “What does this still mean for us?”. But this wasn’t nostalgia, when I went back to those early days again, I

el estudio, esas palabras simplemente se quedaron en la canción. Ahora tendré que cantarlas el resto de mi vida. ¡Y es la canción de U2 que más éxito tiene en directo!”

Ha habido dos grandes momentos críticos en la carrera de U2. El primero fue cuando intentaron “volver a soñarlo todo de nuevo” a principios de los noventa. “Recuerdo un momento muy malo para U2, cuando volvimos por primera vez al estudio de Berlín para grabar Achtung Baby. Las cosas iban muy, pero que muy mal. En una escala del uno al diez, estábamos en un nueve, a punto de separarnos,” recuerda.

El segundo fue después del álbum de 2009, No Line On The Horizon, cuando el cantante dijo, “Si no se nos ocurre un motivo realmente convincente para hacer otro álbum, deberíamos irnos al carajo.”

El “motivo realmente convincente” que encontró fue escribir sobre los desgarradores eventos de su juventud, que inspiraron su nuevo disco ‘Songs of Innocence’. “Volvimos a Dublín, donde todo empezó para nosotros,” recuerda. “Y nos preguntamos, ‘¿por qué empezamos a hacer esto en un principio?’ y ‘¿qué significa hoy esto para nosotros?’. Pero no era cuestión de nostalgia. Cuando volvía a recordar nuestros orígenes, me dí cuenta

de que habían pasado muchas cosas malas. Se me removió un montón de mierda.”

Uno de los temas del disco, ‘Raised by Wolves’, habla sobre

A young Bono poses on a snowy bench. They were the years of U2 expansion. // Un joven Bono posa en un banco nevado. Eran los años de expansión de U2.

found that a lot of bad things happened. A lot of shit got dragged up”.

A song on the album, “Raised by Wolves” is about a horrific bomb attack in Dublin in 1973 (when Bono was just 14). “Every Friday growing up as a teenager I would leave school and take the bus into the city centre to go in and browse in a certain record shop. But on one particular Friday I had cycled to school so I didn’t take the bus into the record shop after. At 5.30pm on that particular Friday, when I always would have been in that recordshop, the worst atrocity of the Troubles took place just around the corner from that record shop when 33 people were killed by a car bomb”.

Just four months after this traumatic incident, Bono’s mother, Iris, died suddenly from a brain aneurysm. “I have very few memories of my mother but all of them are in the song “Iris”” he says. He thinks the mother is vital to understanding the dynamics of rock musicians. “The mother is so, so important in rock music. Show me a great singer and I’ll show you some-

un horrible atentado con bomba en Dublín en 1973 (cuando Bono tenía sólo 14 años). “Cuando era adolescente, todos los viernes salía del colegio y cogía un autobús al centro de la ciudad para ir a curiosear en una tienda de discos. Pero ese viernes había ido en bici a la escuela, así que no cogí el autobús para ir a la tienda de discos. A las 17:30 de ese mismo viernes, hora en la que yo normalmente hubiese estado en esa tienda de discos, ocurrió la peor de atrocidad de todo el conflicto de Irlanda: justo a la vuelta de la esquina de esa tienda de discos un coche bomba mató a 33 personas”.

Cuatro meses después de este traumático incidente, la madre de Bono, Iris, murió de repente de un aneurisma cerebral. “Tengo muy pocos recuerdos de mi madre, pero están todos en la canción ‘Iris’”, explica. Bono cree que la madre tiene una importancia vital para comprender la dinámica de los músicos de rock. “La figura de la madre es importantísima en la música rock. Casi todos los grandes cantantes perdieron a su madre de muy pequeños -Paul McCartney, John Lennon...-. Escucha a Lennon cantando sobre su madre, escucha a Eminem

**(RED)TM
IN THE WORLD**

Bono poses with Bill Gates at the World Economic Forum annual meeting in Davos to mark the 10 years of (RED). (RED) was created by Bono and Bobby Shriver to engage millions of people in the greatest challenge of our time – the fight to end AIDS in Africa where 2/3 of the world’s estimated 37 million people with HIV/AIDS live.

Bono posa junto a Bill Gates en la reunión anual del Foro Económico Mundial en Davos, para celebrar el décimo aniversario de (RED), creada por Bono y Bobby Shriver para animar a millones de personas a implicarse en el mayor desafío de nuestros tiempos: la lucha contra el SIDA en África, donde viven dos tercios de las 37 millones de personas infectadas.



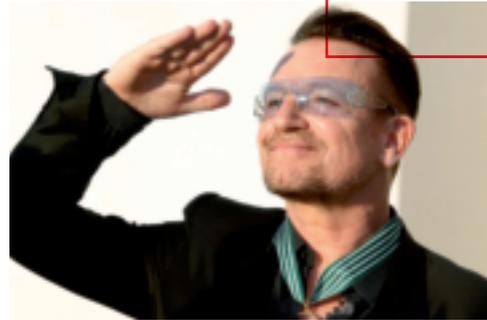
Front and back of the iPod U2 Special Edition launched by Apple in 2006, which included the signatures of the four components of U2. // Parte anterior y posterior de la edición especial U2 del iPod lanzado por Apple en 2006 con las firmas de los cuatro miembros del grupo.





Bono and Mandela at the Special Olympics World Games. Below, with Ali Hewson and as a Commander of the Order of Arts and Letters. // Bono y Mandela en las Olimpiadas Especiales. Debajo, con Ali Hewson y como Comandante de la Orden de las Artes y las Letras.

“Being in U2 is like being in the priesthood” // “Ser miembro de U2 es como ser sacerdote.”



ENG | ESP

one who lost their mother early on – Paul McCartney, John Lennon. Listen to Lennon singing about his mother, listen to Eminem singing about his mother. I had rage and grief for my mother. I channelled those emotions into music. And I still do”.

Bono credits his father (who died in 2001) as having the best take on him. “The greatest line ever said about me and also the most accurate line ever said about me was most definitely by my father. He said, ‘You, Bono, are a baritone who thinks he’s a tenor.’ And that is the story of my life right there.”

Of his own sense of mortality, he remains defiant: “This thing about mortality: if experience has taught me anything it is that joy is an act of defiance to the world. The fun, the frolics – the moment you’re in, be fully in it. Death and mortality? I answer with joy. U2 came into existence to fill a void, a gaping hole in my heart.”

40 years on U2 still fulfills that function for Bono. There’s been acclaim as there has been criticism. The singer thinks people still don’t realise what the original mission statement was: “The whole point of being in U2 is that we’re not here to be an art-house band. Our job, as we see it, is to bring the art house to the mainstream; our job is to puncture the mainstream.”

And how long will he sing this song? “You have to remember, being in U2 is like being in the priesthood. There’s only one way out - and that’s in a coffin”. •

cantando sobre su madre. Yo estaba lleno de rabia y de pena por mi madre. Canalicé esas emociones en la música. Y lo sigo haciendo”.

Bono asegura que su padre (que murió en el 2001) es la persona que mejor le comprendía. “La mejor frase que jamás han dicho sobre mí, y también la más acertada, desde luego, fue algo que dijo mi padre. Dijo: ‘Tú, Bono, eres un barítono que se cree tenor.’ Y eso básicamente resume la historia de mi vida”.

En cuanto a su conciencia de la muerte, sigue siendo provocador: “Este tema de la muerte... Si algo me ha enseñado la experiencia es que la alegría es un acto de rebeldía contra el mundo. La diversión, el juego -vivir realmente el momento presente-. ¿La muerte y la mortalidad? Mi respuesta es la alegría. U2 surgió para llenar un vacío, un vacío descomunal en mi corazón.

40 años más tarde, U2 sigue cumpliendo esa función para Bono. “Nos han aplaudido y nos han criticado”. El cantante piensa que la gente todavía no se da cuenta de cuál fue la declaración de principios original: “La idea de U2 es que no pretendemos ser una banda artística. Nuestra función, tal y como nosotros lo vemos, es llevar la música artística a las masas; nuestra función es penetrar en las masas”.

¿Y cuanto tiempo seguirá cantando su canción? “Hay que tener en cuenta que ser miembro de U2 es como ser sacerdote. Sólo hay una forma de salir, y es dentro del ataúd”. •

USHUAÏA IBIZA SUMMER 2017

MONDAYS

BIG

DAVID GUETTA

FROM 12TH JUNE
TO 28TH AUG.

TUESDAYS



DMITRI VEGAS & LIKE MIKE
GARDEN OF MADNESS

FROM 4TH JULY
TO 29TH AUG.

WEDNESDAYS



ALESSO & DIPLO
AXWELL & INGROSSO

DJ SNAKE
(PARDON MY FRENCH)

HARDWELL

MAJOR LAZER SOUNDSYSTEM

FROM 28TH JUNE TO 6TH SEPT.

THURSDAYS

**MAR+IN
GARRIX**

FROM 6TH JULY
TO 14TH SEPT.

FRIDAYS

TINE TEMPAH PRESENTS:
**DISTURBING
IBIZA**



FROM 9TH JUNE
TO 15TH SEPT.

SATURDAYS



FROM 3RD JUNE
TO 30TH SEPT.

SUNDAYS



FROM 9TH JULY
TO 10TH SEPT.



WEDNESDAY 14TH JUNE

SPECIAL DATES



CHAINSMOKERS

SUNDAY 2ND JULY

NERVO
NATION

THU. 8TH - 15TH - 22ND JUNE
MON. 4TH - 11TH - 18TH SEPT.



TNL



BUY YOUR TICKETS AT:
USHUAIAIBIZA.COM

USHUAÏA

ALL THE LATEST FROM THE HOTEL GROUP // TODAS LAS NOVEDADES DEL GRUPO HOTELERO

Palladium WORLD



HRH
TENERIFE
OPENING
PARTY

FIESTA HARD ROCK HOTEL TENERIFE

After much expectation, on Saturday December 10th, the Hard Rock Hotel Tenerife was officially inaugurated with a huge opening party.

/ **ESP.** Tras mucha expectación, el sábado 10 de diciembre se inauguró oficialmente en las islas Canarias el Hard Rock Hotel Tenerife con una gran fiesta de apertura.



THE FAMILY



YANN PISSENEM'S TEAM

El equipo de Yann Pissenem

Left to right // De izquierda a derecha: Jeep: Assembling & dismantling manager; Ana: Press manager; Raúl: Accounts manager; David: Social media manager; Laurens: IT manager & web developer; Toni: Gate & promo manager; Adolfo: Graphic design manager; Yann Pissenem: CEO, Founder, Owner & Artistic Director at Hi Ibiza & Ushuaia Ibiza; Katrien: Managing Director; David: Presale manager; Virginia: Animation manager; Dennis: Security manager; Luisa: Production & logistics manager; Raúl: Resident DJ & sound technician; Leslee: Booking manager.





© Alex Soto

THE FAMILY

HARD ROCK HOTEL TENERIFE

Reinventing a destination

The recently inaugurated Hard Rock Hotel Tenerife represents a new model for the hotel business on the islands. According to Álvaro González, Head of Marketing: "This is a great opportunity to reinvent Tenerife as a destination and attract a new type of public, more fun-loving and more drawn to the musical offer. We've managed to put together a great team, with very dedicated people who embody the Hard Rock spirit. Opening really bring people together, because you need a lot of complicity to start a new project together from scratch."

ESP. El recién inaugurado Hard Rock Hotel Tenerife abre un nuevo modelo de hotelería en la isla. En palabras de Álvaro González, al frente del equipo de marketing: "Esto supone una gran oportunidad para reinventar el destino Tenerife y atraer a un nuevo tipo de público, más inclinado a la diversión y la oferta musical. Hemos conseguido formar un gran equipo, con gente muy implicada y que lleva el espíritu Hard Rock por bandera. Las aperturas unen mucho, ya que se necesita mucha complicitad y para empezar un proyecto juntos y desde cero".

Left to right // De izquierda a derecha:

Loly Figueroa, Assistant Director; Elsa Trujillo, Administration; Nayra Figueroa, F&B; Janet Plasencia, Administration; María José Velasco, Quality; Pablo Álvarez, HR; Marisol Plasencia, HR; Ana María Santiago, HR; Mari Carmen Martín, Administration; Abigail Barreto, Administration; Marzia Siggilino, Sales; Amalia Ruiz, HR; Samuel Ríos, Reception; Mercedes González, Sales; Haridían Santana, Acquisitions; Álvaro González Úbeda, Marketing; Mónica González-Mateo, Marketing; Shyrea Doreste, Entertainment; Maurane Demoulin, Rock Royalty; Silvia Castrillo, Guest Service; Willy Plasencia, F&B; Maximilian Stahl, Entertainment; Iván Brión, Director; Ana González, Administration; Pablo Zafra, F&B; Mihail Zisov, F&B; Francisco Rodríguez, F&B; Carlos Bethancourt, F&B.



© Alba Alayón



DIEGO FERNÁNDEZ PÉREZ DE PONGA

“IN THE FUTURE, EVERY TRIP WILL BEGIN IN OUR LIVING ROOMS, USING VR GOGGLES TO WATCH A PREVIEW OF OUR VACATIONS”

“EL VIAJE DEL FUTURO EMPEZARÁ EN EL SALÓN DE NUESTRAS CASAS, JUNTO A UNAS GAFAS VR VIVIENDO UNA PREVIEW DE TUS VACACIONES”

by **MARTÍN ULLOA**

What does the Palladium Group's Revenue and Distribution Department do?

Ultimately, our objective as a department is to help the company make sales as efficiently and profitably as possible. Although this may seem obvious, since, after all, every company is born with this idea in mind, it implies a series of techniques and processes in which this department is totally and directly involved.

How does the department operate internally?

Our divisions correspond to geographical areas, with America, on the one hand, and, Europe, on the other, and their duties consist of providing support to vacation hotels within their respective areas of action. Each of these divisions has its own structure, and the three key pillars are the same for both divisions. First of all, we have

two reservation centers, located in Santo Domingo and Ibiza, whose main task is to register reservations and control booking (the state of occupancy at the hotels). In a sense, they're in charge of maintaining order for all the hotels as far as occupancy is concerned. Second, we have the Contact Center (also known as the Call Center), located on the Mayan Riviera and in Ibiza, whose main task is to provide services to customers when they contact PHG through various media, whether it's by phone, mail or even through our direct chat, in order to request information about our hotels and/or make a reservation. Lastly, and this is a recent creation, we have two Revenue teams, one per zone, whose main functions include analyzing the data generated each day, supporting the rest of the department with reporting, and, last but not

ESP. ¿En qué consiste el departamento de Revenue y Distribución del grupo Palladium?

Nuestro objetivo final como departamento es ayudar a la compañía a vender de una manera más eficiente y rentable posible. Esto, que puede parecer obvio, ya que al fin y al cabo todas las compañías nacen con esa idea, conlleva una serie de técnicas y procesos en los que este departamento está totalmente implicado de manera directa.

¿Cómo es su funcionamiento interno?

Estamos divididos en dos departamentos, uno que da soporte a las propiedades de América y otro a las propiedades vacacionales ubicadas en el rango de Europa. Cada uno de estos departamentos cuenta con una estructura propia y se subdividen en tres áreas. En primer lugar, disponemos de dos centrales de reservas, ubicadas en Santo Domingo e Ibiza, cuya principal tarea es la introducción de reservas y el control del booking (estado de la ocupación de los hoteles). Son, por decirlo de alguna manera, los encargados de mantener el orden en todos los hoteles en cuanto a nivel de ocupación. En segundo lugar, tenemos el Contact Center (también llamado Call Center) ubicado en Riviera Maya e Ibiza, cuya principal tarea es dar servicio a todos aquellos clientes que contactan con PHG (desde diferentes medios, ya sea por teléfono, mail o incluso a través del chat en directo) con el objetivo de informarse acerca de nuestros hoteles y/o realizar una reserva. Por último y, de reciente creación, contamos con dos equipos de Revenue, uno por zona, cuyas principales funciones son analizar los datos que se generan

Corporate Director of Revenue Management at Palladium Hotel Group. / **ESP.** Director corporativo de Recursos Humanos y Organización de Palladium Hotel Group.

AMERICAN
FOOD



© Jacobo Medrano

LA ENTREVISTA
the interview

**“OUR GOAL IS TO HELP THE COMPANY MAKE SALES IN A MORE EFFICIENT MANNER”// ESP.
“NUESTRO OBJETIVO ES AYUDAR A LA COMPAÑÍA A VENDER DE UNA MANERA MÁS EFICIENTE”**

least, making decisions about prices and occupancy whenever necessary. In short, these are the different areas that make up the Revenue and Distribution Department and their key functions and objectives.

What are the differences between the European and Latin American markets?

The fact is that there are many different parameters distinguishing them, because there are different variables at play, for instance, the way each market behaves, the reservation patterns in each of the markets, and the way people travel, among other things. A case in point is that the English market makes reservations well in advance, whereas, in Latin America last-minute reservations are more common. But, when it comes to stays, the English market tends to have longer stays than the Latin American market.

How many people work at the reservation center?

About 85 people, between the two centers.

Are we witnessing a change in vacation reservations?

Like in all sectors, the hotel industry is changing at a dizzying pace because of the growing pressure from the internet and new technologies, which is why

the way people travel and make reservations for their vacations is changing by leaps and bounds. As far as the future, we could say that it's practically already here, because, both at the destinations and at the hotels, we are seeing that there is a growing need to offer customers experiences rather than products. It has been proven that customers are no longer satisfied with just a nice, neat room on the beach, this no longer offers enough added value. In order to enjoy their stay and, consequently, give the company repeat business, customers need and want to have an unforgettable experience.

How will traveling change in the future?

PHG, as a company, is deeply committed to creating experiences in which everyone involved is focused on satisfying these emerging needs in future customers and those already arriving at our venues. On the other hand, as far as technology, in the future, every trip will begin in our living rooms at home, using a pair of VR goggles to watch a preview of our vacations, where we'll have a chance to visit the hotel's facilities and have “real” contact with whatever it is we want to reserve. •

de manera diaria, apoyar a nivel reporting al resto de departamentos y, por último pero no menos importante, la toma de decisiones tanto a nivel de precio como de ocupación en todos los puntos que sean necesarios. De manera resumida, estas son las diferentes áreas que forman el departamento de Revenue y distribución y sus principales funciones y objetivos.

¿Qué diferencias hay entre los mercados, europeo y latinoamericano?

La verdad que son muchos los parámetros en los que se diferencian, ya que entran en juego distintas variables. Por ejemplo, cómo se comportan, los patrones de reserva que tiene cada uno de los mercados y su manera de viajar, entre otros aspectos. En este caso el mercado inglés reserva con mucha antelación, mientras el Latinoamericano es más de última hora. Pero cuando hablamos de estancias, el mercado inglés tiene estancias más largas que el mercado Latinoamericano.

¿Cuánta gente trabaja en la central de reservas?

En torno a unas 85 personas, entre las dos centrales.

¿Estamos asistiendo a un cambio en la reserva vacacional?

Como en todos los sectores, la industria hotelera está cambiando a un ritmo vertiginoso debido al empuje de internet y las nuevas tecnologías. Por ello, la manera de viajar y de reservar unas vacaciones está cambiando a pasos agigantados. Si hablamos de futuro, podríamos decir que ya es casi presente ya que estamos asistiendo al nacimiento de la necesidad, tanto de los destinos como en los hoteles, de ofrecer a los clientes experiencias en vez de productos. Se está demostrado que el cliente no está conforme ni le aporta el valor suficiente una habitación bonita y ordenada frente a la playa, sino que necesita y quiere vivir una experiencia inolvidable para disfrutar de su estancia y, como consecuencia, repetir en la compañía.

¿Cómo será el viaje del futuro ?

PHG es una compañía que apuesta fuerte por la creación de experiencias en las que todas las personas involucradas están orientadas en satisfacer esas nuevas necesidades que nacen en el cliente del futuro, que está llegando al presente. Por otro lado, y a nivel tecnológico, el viaje del futuro empezará en el salón de nuestras casas, junto a unas gafas VR viviendo una preview de tus vacaciones, con las que se podrán visitar las instalaciones del hotel y podremos tener un contacto “real” con lo que queremos reservar. •



Jessica Mora
“Increase online sales”

Revenue Manager for the American Division. **Tell us about the peculiarities of your job.** We keep track of inventory in order to maximize production and ADR for every destination in the Caribbean, we keep track of sales for every type of room and typologies with limited inventory, we supervise promotions for the 15 hotels that we manage from these offices, and we keep track of all the resorts through various reports. We contact the sales directors to find out what actions they will carry out in the market, and we liaise between TTOO in Latin America and PHG in order to increase online sales.

ESP.
“Incrementar la venta online”

Revenue Manager de América. **Cuéntenos las particularidades de su puesto.** Llevamos el control de inventario para maximizar la producción y ADR de cada destino del Caribe. Controlamos sobreventas por tipo de habitación y tipologías con poco inventario, supervisamos las ofertas de los 15 hoteles que manejamos desde estas oficinas y hacemos seguimiento de todos los complejos a través de diversos informes. Estamos en contacto con los directores comerciales para saber qué acciones llevarán al mercado y realizamos las conectividades entre TTOO de Latam y PHG para incrementar la venta online.



Bárbara Calzada
“With real-time information, we can make decisions quickly”

Director of PHG's European Revenue and Reservation Center Department **How is your department set up?** We are divided into five teams that manage: customer service and direct reservations by telephone or email, the Offline Agency or Tour Operator reservations team, the Online reservations team for internet sales agencies, the MICE market reservations team and the Revenue Management team. **What does it require?** Having as much information as possible in real time, in order to make decisions quickly and accurately and thus maximize revenue.

ESP.
“Con información en tiempo real podemos tomar decisiones con rapidez”

Directora de Revenue y Central de Reservas Europa de PHG. **¿En qué consiste su departamento?** Se divide en cinco equipos que gestionan el servicio de atención al cliente y reserva directa a través del teléfono o el e-mail, el equipo de reservas de agencias Offline o Touroperación, el equipo de reservas online de las agencias de venta a través de Internet, el equipo de reservas del mercado MICE o grupos y el equipo de Revenue Management. **¿Qué requiere?** Disponer de la máxima información a tiempo real para tomar decisiones con rapidez y maximizar ingresos.



Eduardo Ledesma
“Turn our customers into fans”

Director of the American Division's Reservation Center and Call Center. **What are your main responsibilities?** Together with my Reservation Center, Call Center and Revenue teams, we control and sell the inventory and the Revenue, optimizing sales efficiency for over 6,000 rooms at the Palladium Hotel Group's American destinations. Overall, we make decisions to optimize efficiency for the company's hotel inventory, and also carry out corporate strategies with regards to Revenue, not to mention our objective as a company, "Turning customers into fans".

ESP.
“Convertir nuestros clientes en fans”

Director de la Central de Reservas y Call Center de América. **¿Cuáles son sus responsabilidades principales?** Junto con mi equipo de Central de Reservas, Call Center y el equipo de Revenue, controlamos y vendemos el inventario y el Revenue, haciendo más eficiente la venta de más de 6.000 habitaciones en los destinos de Palladium Hotel Group en América. En conjunto, tomamos decisiones para la eficiencia del inventario de los hoteles de la compañía, así como para cumplir las estrategias corporativas de Revenue. Sin olvidar nuestro objetivo como compañía: "Convertir clientes en fans".



JOSÉ MORGAN

GRAND PALLADIUM JAMAICA
GENERAL MANAGER

Director General Grand Palladium Jamaica

What was your background before joining PHG?

I studied bachelor's degree in international relations at Cancun Qroo. While studying, in the afternoons I worked in the hotels on the night shift or in the morning. I started as a security agent in one of the oldest hotels in Cancun. Afterwards, with the rapid growth of hotel infrastructure in the Mayan Riviera, I became very interested in that sector, and that's when I finally decided to change courses, forget about my political science

degree, dedicate myself 100% to hospitality, and try my luck at Palladium, which at the time was still the Fiesta Colonial & Kantenah.

You are General Manager of the Grand Palladium Jamaica Resorts & Spa. What is this hotel like? What are its characteristics?

I'm not saying this just because it's my hotel, but I personally think that (Grand Palladium) is, architecturally, the prettiest hotel there is, with the best views, a spectacular setting and a unique

“GUESTS WHO VISIT JAMAICA ARE NOT JUST LOOKING FOR A CARIBBEAN DESTINATION”

/ ESP. “EL HUÉSPEDE QUE VISITA JAMAICA NO SÓLO BUSCA UN DESTINO DEL CARIBE”

the interview

In the office

charm.

What are the particularities of Jamaica's hotel market? How has it evolved?

Guests who visit Jamaica are not just looking for a Caribbean destination, they're looking specifically for Jamaica, its music, its people, its vibe, its authenticity, its culture, its cuisine, and its unique atmosphere. The market is very diverse, although Americans and Canadians predominate throughout most of the year, but, over the last few years there has been an increased presence of the Europeans.

How do you deal with the competition at your hotel? How are you managing this season? What are your goals and challenges?

The competition and challenges will always be there, and, obviously, because of that, we will always strive to evolve, renovate and innovate, but I also think that every product is unique. We all know that most hotels offer the same thing: rooms, services, beach, etc., etc... but what really makes a difference are those little details that ensure our guests get something more out of the experience than just a simple vacation. The idea is to make every day at the hotel a unique and unforgettable experience, to offer those magic moments that guests will remember their whole lives.

You have just made some major renovations at the hotel. What were the key aspects of these works? What improvements have been

“WE MUST MAKE EVERY DAY AT THE HOTEL A UNIQUE AND UNFORGETTABLE EXPERIENCE“ / ESP. “DEBEMOS HACER QUE CADA DÍA EN EL HOTEL SEA UNA EXPERIENCIA ÚNICA E INOLVIDABLE”



ESP. ¿Cuál era su bagaje antes de unirse a la familia Palladium?

Yo estude licenciatura en relaciones internacionales en Cancun Qroo. Mientras estudiaba, por las tardes trabajaba en los hoteles en el turno nocturno o de mañana. Empecé como agente de seguridad en uno de los hoteles más antiguos de Cancún. Posteriormente, con el rápido crecimiento de la infraestructura hotelera en la Riviera Maya, me llamó la atención dicho sector y fue cuando finalmente decidí cambiar de rubro y dedicarme 100% a la hotelería y probar suerte en Palladium, entonces todavía Fiesta Colonial & Kantenah.

Es usted el general manager del Grand Palladium Jamaica Resorts & Spa. ¿Cómo es el hotel? ¿Cuáles son sus características?

No es porque sea mi hotel, pero personalmente considero que es el hotel (Grand Palladium) más bonito arquitectónicamente, con las mejores vistas en un enclave espectacular y con un encanto único.

¿Qué particularidades tiene el mercado hotelero de Jamaica? ¿Cuál ha sido su evolución?

El huésped que visita Jamaica no sólo busca un destino del Caribe, busca específicamente Jamaica, su música, su gente, su vibración, su autenticidad, su cultura, su gastronomía y su incomparable ambiente. El mercado es muy diverso, pero predomina la mayor parte del año el americano y canadiense. Sin embargo, en los últimos años se ha incrementado la presencia de europeos.

¿Cómo afrontan la competencia esta temporada? ¿Cuáles son sus metas y desafíos?

La competencia y los desafíos siempre van a existir y obviamente gracias a ello siempre vamos a intentar evolucionar, renovarnos e innovar. Sin embargo, también considero que cada producto es único y todos sabemos que la mayoría de los hoteles ofrecen lo mismo; habitaciones, servicios, playa etc, etc... Pero lo que realmente marca la diferencia son aquellos pequeños detalles que hacen que nuestros huéspedes se lleven algo más que unas simples vacaciones. Se trata de hacer que cada día en el hotel sea una experiencia única e inolvidable, esos momentos mágicos que quedarán marcados en sus vidas.

Acaban de realizar profundas renovaciones en el hotel. ¿Cuáles han sido los aspectos principales de esas obras? ¿Qué ha mejorado?

Han sido unos años de impresionantes cambios y mejoras en el producto, desde la remodelación de todas las

the interview

In the office



“I TRY TO LEAD BY EXAMPLE” // INTEN- TO PREDICAR CON EL EJEMPLO”

made?

We've made some impressive changes and improvements to the product over the past few years, from remodeling all the rooms at the Lady Hamilton (516 rooms); to building our children's water park; totally refurbishing six of our seven specialty restaurants, including our sports bar; completely overhauling our sports center; building our presidential suite, among many other projects and improvements.

You've also made improvements to the restaurants: How did you go about remodeling the restaurants?

We remodeled the restaurants gradually, always working during low-occupancy months, and, of course, trying to make sure we had the least possible impact on our guests. It's also worth mentioning that, even while the restaurants were being remodeled, this did not affect the variety of our cuisine. We would

offer the menu of the restaurant that was being remodeled at another restaurant at least a couple of times a week.

What has the hotel gained from this transformation process?

Because we have made a large number of improvements to the product, and remarkably increased the quality of service, the hotel has managed to significantly improve our guests' level of satisfaction, and this improvement is reflected day-to-day in better results in terms of our positioning and reputation online.

What other renovations are still pending?

We're still contemplating several important projects for this year, including the complete remodeling of one of our buffets (Negril Buffet), the remodeling of our members-only bar (Palladium Travel Club) and the remodeling our new wedding office.

Does a luxury hotel require ongoing renovations?

habitaciones del Lady Hamilton (516) hasta la construcción de nuestro parque acuático infantil, la remodelación integral de seis de nuestros siete restaurantes de especialidades, incluyendo nuestro sport bar, y la reforma total de nuestro centro deportivo y de nuestra suite presidencial, entre otros muchos proyectos y reformas.

Los restaurantes también han sido objeto de mejora. ¿Cómo se ha abordado su reforma?

Las reformas de nuestros restaurantes se han ejecutado de forma gradual, siempre aprovechando los meses de más baja ocupación y por supuesto intentando en todo momento afectar lo menor posible a nuestros huéspedes. Cabe también mencionar que incluso con los restaurantes en plena remodelación nuestra variedad gastronómica no se vio afectada y seguimos ofreciendo el menú del restaurante en reforma en algún otro, al menos en un par de ocasiones a la semana.

¿Qué ha ganado el hotel después de estos procesos de transformación?

Gracias al gran número de mejoras en el producto y gracias al notable incremento en la calidad en el servicio, el hotel ha logrado mejorar significativamente el nivel de satisfacción de los huéspedes, mejora que se ve reflejada día a día en el incremento de los resultados de nuestro posicionamiento y reputación on-line.

¿Qué otras reformas quedarían pendientes?

Para este año se contemplan todavía varios e importantes proyectos, tales como la remodelación integral de uno de nuestros buffets (Negril Buffet), la remodelación de nuestro bar exclusivo para socios (Palladium Travel Club) y la construcción de nuestra nueva oficina de bodas.

La hotelería de lujo, ¿exige una renovación permanente?

No hay duda de que hoy por hoy para mantenerse a flote en esta tan competitiva industria sólo hay dos caminos. Por un lado, en algunas empresas, por no decir en la mayoría de ellas, intentan mantener elevadas ocupaciones como sea, a costa de sacrificar el precio y por consiguiente la calidad del producto. En PHG apostar por buscar siempre la mejora continua, la renovación, la evolución e innovación de nuestro producto, con la intención de ofrecer un producto de calidad, siempre intentando superar las expectativas del huésped mas exigente.

¿Cómo describiría su liderazgo?

Me considero un persona justa, ecuánime y perseverante, intento siempre predicar con el ejemplo.

No doubt in this day and age, in order to stay afloat in this very competitive industry, there are only two ways to go. On the one hand, some, if not most, companies focus on trying to keep occupancy high, even if this means sacrificing price and therefore the quality of the product. On the other hand, and fortunately this is what we're committed to doing at PHG, we are constantly looking to make improvements, renovate, evolve and innovate our product, with the aim of offering a quality product, and always exceeding the most demanding guests' expectations.

How would you describe your leadership style?

I think I'm somebody who is fair, equanimous and persevering. I always try to preach by example. I'm very tolerant and patient, but, on the other hand, I'm not especially obliging with people who do not meet their responsibilities and/or commitments.

I am motivated by challenges and objectives that are hard to meet, especially the kind that other people normally prefer to avoid. I like working for and with my team.

What corner of the hotel would you like to get lost in?

Curious as it may seem, I find it hard to get lost, but there is one area where I sometimes sit to enjoy the view and clear my head from the daily grind, it's the area near the bungalows. From there, you can see all of the main beach and much of the central building. It is no doubt one of my favorites spots in the resort. •

personal

1

A surprise / ESP. Una sorpresa

My last name is more common in Jamaica than it is in my own country.
/ ESP. Mi apellido es más común en Jamaica que en mi país.

2

A field trip / ESP. Una excursión

The YS waterfalls are simply spectacular.
/ ESP. Una de las mejores excursiones es a las cascadas de YS. Simplemente espectaculares.

**“I LIKE TO WANDER AROUND THE BUNGALOWS”
// “ME GUSTA PERDERME POR LOS BUNGALÓS”**

3

An experience / ESP. Una experiencia

Jamaica as a destination, hotel, work, friends, family... / ESP. Jamaica como destino, hotel, trabajo, amigos, familia... Toda una experiencia.

4

A drink / ESP. Un trago

Marley or Rum and Cola.
/ ESP. Bob Marley o Ron Cola.

5

A corner / ESP. Un rincón

The bungalows area.
/ ESP. El área de los bungalós.

6

A dish / ESP. Un plato

Tacos. / ESP. Los tacos.

7

An activity / ESP. Una actividad

Tennis or snorkeling.
/ ESP. Tenis o snorkel.

8

A massage / ESP. Un masaje

Stress Cure. / ESP. Stress cure.

9

A view / ESP. Una vista

From the cabins or the bungalows.
/ ESP. Desde las cabañas o Bungalós.

10

A room / ESP. Una habitación

No doubt the bungalows.
/ ESP. Sin duda, los bungalós.

Soy muy tolerante y paciente, pero por el contrario poco condescendiente con aquellas personas que no cumplen con sus responsabilidades y/o compromisos. Me motivan los retos y objetivos difíciles de cumplir, en especial aquellos que normalmente otros prefieren evitar. Me gusta trabajar para y con mi equipo.

¿En qué rincón del hotel le gusta perderse?

Por curioso que parezca, poco me puedo perder, pero un sitio donde en ocasiones me siento a disfrutar la vista y a despejarme del ajetreo diario es la zona de los bungalós, desde donde se puede ver toda la playa principal y gran parte del edificio central. Sin duda, uno de mis sitios favoritos del Resort. •



A NEW CARIBBEAN

LATEST DEVELOPMENTS IN THE DOMINICAN REPUBLIC AND MEXICO. // ÚLTIMAS REFORMAS EN LA REPÚBLICA DOMINICANA Y MÉXICO.

Palladium Hotel Group has embarked on an ambitious project that includes a series of refurbishments in all its resorts in Mexico, Jamaica and the Dominican Republic. These are just a few of the highlights: In Punta Cana, following the excellent response to the refurbishments that have been carried out recently in Grand Palladium Palace Resort Spa & Casino, Palladium Hotels & Resorts is continuing to renew its facilities in order to offer an even more luxurious and memorable holiday experience. Finally, in Riviera Maya, thanks to the recent upgrades carried out in Grand Palladium White Sand Resort & Spa, our guests can now live like aristocrats in a modern representation of Mexican architecture. Taking its inspiration from the history and environment of the legendary Riviera Maya, the renovated Resort has added extra quality to our guests' holiday experience both in the rooms and suites and in the public areas, including the lobby and its bar. The cheerful Caribbean touches that this country is known for, have been embodied in an exclusive design with a strong colonial character that imbues the hotel with a certain classical elegance. •

ESP. UN NUEVO CARIBE. PHG se ha embarcado en un ambicioso proyecto que incluye una serie de renovaciones en todos sus complejos de México, Jamaica y la República Dominicana. Estas son algunas de las novedades más destacadas: en Punta Cana, tras la excelente acogida de la reciente remodelación del Grand Palladium Palace Resort Spa & Casino, Palladium Hotels & Resorts continúa renovando sus instalaciones para poder ofrecer una experiencia vacacional aún más lujosa y memorable. Por último, en la Riviera Maya, gracias a las recientes mejoras acometidas en el Grand Palladium White

Sand Resort & Spa, ahora nuestros huéspedes podrán vivir como aristócratas en una interpretación moderna de la arquitectura tradicional mejicana. Inspirado en la historia y en el ambiente de la mítica Riviera Maya, el recién renovado complejo ha mejorado aún más la calidad de la experiencia vacacional de nuestros huéspedes, tanto en las habitaciones como en las suites y también en las zonas nobles, incluido el lobby y el bar. Los alegres detalles caribeños que dan fama a este país se han incorporado a un diseño exclusivo con fuerte carácter colonial que le da al hotel un toque añadido de elegancia clásica. •

The Element of Fun.



Riviera Maya, Mexico.

Swimming pools that merge with the horizon. Entertainment for the whole family and flavors of the world. This is Grand Palladium Hotels & Resorts. And here, you'll find your element -during an exotic, all-inclusive holiday. Where joyful moments simply come with the territory.



GRAND PALLADIUM

WHITE SAND RESORT & SPA



Book now and receive our best price guarantee +34 971 926 486

PALLADIUMHOTELGROUP.COM



PALLADIUM
HOTELS & RESORTS

MEXICO • DOMINICAN REPUBLIC • JAMAICA • BRAZIL • SPAIN

NOTICIAS
news

Upgrades



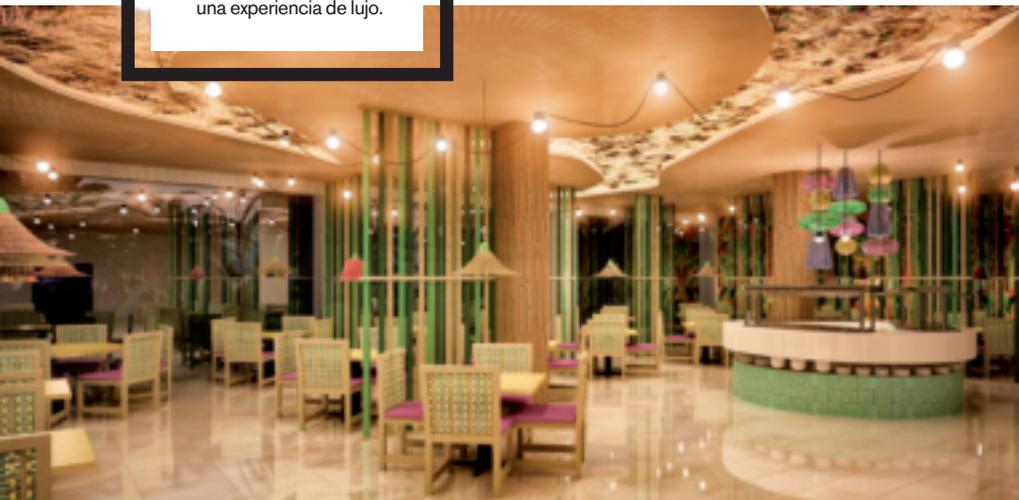
NEW DEVELOPMENTS IN PUNTA CANA RESORTS

The Grand Palladium Palace Resort Spa & Casino has renewed for a luxurious experience. / **ESP.** El Grand Palladium Palace Resort Spa & Casino se renueva para una experiencia de lujo.

Palladium Hotels & Resorts is continuing to renew its facilities in order to offer an even more luxurious and memorable holiday experience. In Punta Cana, the lobby of Grand Palladium Palace Resort Spa & Casino now has a totally up-to-date look and important changes have been made to the reception area, including a new lobby bar and a revamped interior courtyard. All the rooms and the suites have been renovated and redecorated with new furniture. To mention just a few of the improvements that have been carried out, the bathrooms have been redesigned, private Jacuzzis with views over the sea have been installed, some terraces have been extended, the loft suites now have a second bathroom on the top floor and while some suites have been turned into family rooms, other rooms with sea views have been turned into junior suites.

Besides, Several restaurants and bars, The facilities of Zentropia Palladium Spa & Wellness Center have also been included in the upgrades.. 2017 will bring other new developments to Punta Cana. •

ESP. NOVEDADES EN PUNTA CANA. Palladium Hotels & Resorts sigue renovando sus instalaciones con el fin de ofrecer una experiencia vacacional aún más lujosa y memorable. El vestíbulo del Grand Palladium Palace Resort Spa & Casino en Punta Cana estrena una imagen totalmente renovada con grandes reformas en la zona de recepción, un nuevo bar en el vestíbulo y un patio interior rehabilitado. Todas las habitaciones y suites se han reformado y redecorado con muebles nuevos. Por mencionar sólo algunas de las mejoras que se han llevado a cabo, los baños han sido rediseñados, se han instalado jacuzzis privados con vistas al mar y se han ampliado algunas de las terrazas. Además, se ha añadido un segundo cuarto de baño en la planta superior de las suites tipo loft, y mientras algunas suites se han convertido en habitaciones familiares, otras habitaciones con vistas al mar se han convertido en suites junior. Y por si fuera poco, se han hecho mejoras en varios de los restaurantes y bares y en las instalaciones del Zentropia Palladium Spa & Wellness Center... 2017 traerá otras novedades a Punta Cana. •



The Element of Happiness.



Punta Cana, Dominican Republic.

Comfortable rooms waiting to be filled with stories. Entertainment for the whole family and flavors of the world. This is Grand Palladium Hotels & Resorts. And here, you'll find your element -during an exotic, all-inclusive holiday. Where joyful moments simply come with the territory.

Book now and receive our best price guarantee +34 971 926 486

PALLADIUMHOTELGROUP.COM



GRAND PALLADIUM

PALACE RESORT SPA & CASINO



MEXICO • DOMINICAN REPUBLIC • JAMAICA • BRAZIL • SPAIN



PALLADIUM
HOTELS & RESORTS

NOTICIAS
news
Upgrades





Computer image of the future The Royal Suites Yucatan by Palladium.
/ **ESP.** Infografía del futuro The Royal Suites Yucatán by Palladium.

THE FUTURE OF LUXURY ON THE MAYAN RIVIERA

AN EXCITING 2017 IN STORE FOR PALLADIUM HOTELS & RESORTS ON THE MAYAN RIVIERA

Un emocionante 2017 para Palladium Hotels & Resorts en Riviera Maya

Palladium Hotels & Resorts has announced plans to renovate and upgrade its resort on the Mayan Riviera this year (2017). These upgrades include incorporating the Grand Palladium Riviera Resort & Spa into The Royal Suites Yucatan by Palladium. Both these spaces will be closed from July 1st through November 15th in

NOTICIAS
news
Upgrades



Rooms at The Royal Suites Yucatan by Palladium will feature premium services. / **ESP.** Las habitaciones de The Royal Suites Yucatán by Palladium contarán con servicios premium.



order to undergo a complete transformation. Once finished, The Royal Suites Yucatan by Palladium will feature a total of 454 rooms with premium facilities and services (108 of them with a pool), a completely new beach experience at the adults-only Beach Club, four à la carte theme restaurants, a “Dinner and Show” restaurant that will offer all sorts of performances, and a new infinity pool. These upgrades will provide new options for our guests to make their stay a lot more special. •

ESP. UN FUTURO DE LUJO EN RIVIERA MAYA. Palladium Hotels & Resorts ha anunciado sus planes de renovación y mejoras del Complejo Riviera Maya en este 2017. Estas renovaciones incorporarán el ahora llamado Grand Palladium Rivera Resort & Spa, al The Royal Suites Yucatán by Palladium. Los espacios permanecerán cerrados desde el primero de julio hasta el 15 de noviembre para una transformación total. Una vez terminado, The Royal Suites Yucatán by Palladium contará con un total de 454 habitaciones con instalaciones y servicios premium (108 de ellas con piscina), una experiencia de playa completamente nueva con un Club de Playa exclusivo para adultos, cuatro restaurantes temáticos a la carta, un restaurante ‘Dinner and Show’, que será el lugar para toda clase de espectáculos, y una nueva piscina infinity. Estas mejoras brindarán a nuestros huéspedes nuevas opciones que harán de su estancia algo mucho más especial. •

EXPERIENCE THE CITY LIKE NEVER BEFORE

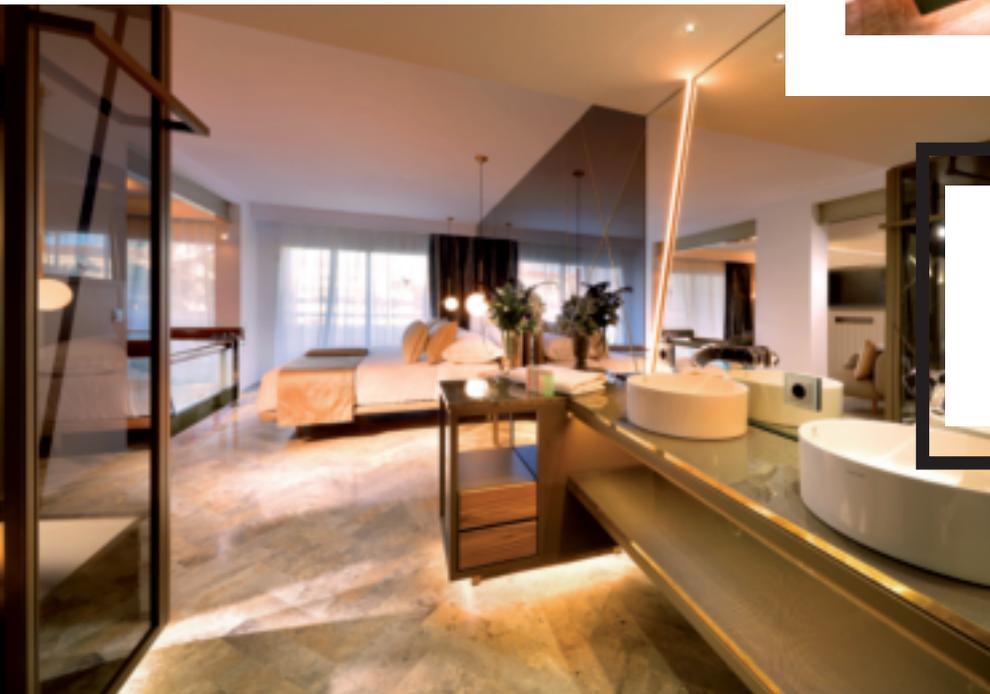


www.onlyyouhotels.com

NOTICIAS
news
Upgrades

NEW ROOMS AT USHUAÏA IBIZA

NUEVAS HABITACIONES EN USHUAÏA IBIZA



Interior of the new rooms at The Ushuaïa Club / **ESP**. Interior de las nuevas habitaciones de The Ushuaïa Club.

Ushuaïa Ibiza Beach Hotel has reopened its doors, with lots of novelties. This year, the deluxe double rooms, including the Front Row and Don't Wake Me Up as well as the suites and the presidential The Size Does Matter Suite, at The Ushuaïa Club, have a new look that will no doubt surprise its guests. The rooms are decorated in shades of beige with wood trim,

and they shine with a light all their own, offering a unique experience. The presidential The Size Does Matter Suite, with its 104 m2 area is the queen of all the hotel's suites. It incorporates a the brand's unique, personal and authentic style that surrounds each guest in a vibrant state of emotion with its decorative elements and color. •

ESP. Ushuaïa Ibiza Beach Hotel ha vuelto a abrir sus puertas cargado de novedades. Este año las habitaciones dobles superior, entre las que se encuentra la Front Row o las Dont Wake Me Up, así como la suites y la presidencial The Size Does Matter Suite, ubicadas en The Ushuaïa Club, presentan una nueva

imagen que sorprenderá sin duda a sus huéspedes. Marcadas por tonos beige y elementos en madera, las estancias brillarán con luz propia ofreciendo una experiencia única. La habitación presidencial The Size Does Matter Suite, con sus 104 m2 de superficie, es la reina de todas las suites. Incorpora el estilo único, personal y auténtico de la marca que envuelve a cada huésped en un estado vibrante de emoción gracias a sus elementos decorativos y a sus colores. •

Hi Clubbers

#hiibiza    hiibizaofficial www.hiibiza.com

**MAR+IN
GARRIX**

MONDAYS MULTIPLY

From July 3rd to September 18th

Theatre (Room 1): **MARTIN GARRIX** and special guests to be announced...

Club (Room 2): **THOMAS JACK** plus guests...

ERIC PRYDZ

TUESDAYS

From June 20th to August 22nd

Theatre (Room 1): **ERIC PRYDZ** · deadmau5 · Agoria · Catz 'N Dogz · Cristoph · Dusky · Kölsch · Matthew Dear · Pig&Dan · Tube & Berger · Weska · Yotto & more to be announced...

Club (Room 2): **Andrea Oliva & friends** · Andrea Oliva · Davide Squillace · Dj Ralf · Guti (live)

H.O.S.H. · Haiku 575 · Ilario Alicante · Pete Tong · wAFF plus guests...

UR

WEDNESDAYS

From June 21st to September 13th

Theatre (Room 1): **ARMIN VAN BUUREN**

Aly & Fila · Andrew Rayel · Estiva · MaRLo · Orjan Nilsen · Purple Haze · Ruben De Ronde · Rodg Vini Vici plus more to be announced...

Club (Room 2): **SUNNERY JAMES & RYAN MARCIANO** plus guests...

IN THE DARK

THURSDAYS

From June 8th to September 28th

Theatre & Club:

(Residents A to Z)

Joris Voorn · Kölsch · Luciano · Nic Fanciulli · Steve Lawler

with Anek · Apollonia · Art Department · Bas Ibellini · Cassy · Claude VonStroke

Emanuel Satie · Housekeeping · Lauren Lane · Lauren Lo Sung · Mark Fanciulli

Patrick Topping · Richy Ahmed · Skream · Solardo · wAFF & many more to be announced...

Glitterbox

FRIDAYS

From June 9th to September 29th

Theatre & Club:

Masters At Work · Basement Jaxx (Dj Set) · Dimitri From Paris · Armand Van Helden

Louie Vega · Kenny Dope · Roger Sanchez · David Morales · Todd Terry · Joey Negro

Horse Meat Disco · Aeroplane · Crazy P (Dj Set) · Soul Clap · Greg Wilson · Honey Dijon

Purple Disco Machine · Kings of Tomorrow · The Shapeshifters · DJ Spen · Karizma

Session Victim · Jellybean Benitez · Mousse T · Terrence Parker · Simon Dunmore

Ralphie Rosario · John Morales · Full Intention · Dr Packer · Luke Solomon · Melon Bomb

Hifi Sean · Dj Pippi · Mr Doris · Dj Antz · Mo'Funk

Live Pa's: Barbara Tucker · Crystal Waters · Plus Shovell Live On Percussion

**BLACK
COFFEE**

SATURDAYS

From June 3rd to September 30th

Theatre & Club:

&ME · Adam Port · ÂME (live) · Andrea Oliva · Antal · Bedouin · Behrouz · Blond:ish

Cassy · Chaim (live) · Damian Lazarus · DJ Harvey · Hector · Henrik Schwarz (live)

Housekeeping · Lauren Lane · Lee Burrige · Leon Vynehall · LUM · Maya Jane Coles

Nu · Oceanvs Orientalis · Osúnlade · Rampa · Satori (live) · Stacey Pullen · Wizardry

YokoO and more to be announced...

Hi Sundays!

SUNDAYS

From July 2nd to September 17th

Theatre (Room 1):

Afrojack · Hardwell · Oliver Heldens · Steve Angello · Don Diablo · Robin Schulz

Alison Wonderland · Felix Jaehn · Jax Jones · Lost Frequencies · Sam Feldt plus more to be announced...

Club (Room 2): Hosted by **MAMBO BROTHERS** plus guests...

Hi
IBIZA

NOTICIAS
news

Fashion

WE KNOW HOW TO PARTY

NEUTRAL LOOKS WITH SEXY DETAILS, OR HOW TO DRESS (FOR A PARTY) IN IBIZA. THE USHUAÏA COLLECTION IS BACK. LOOKS NEUTROS CON UN TOQUE SEXY O CÓMO VESTIR (LA FIESTA) EN IBIZA. USHUAÏA COLLECTION REGRESA.

BY **ÁNGELA HERRERO**

It's time to buy your tickets, imagine yourself on the island and think about what you want to pack for your trip to this Mediterranean paradise. Yes, we're talking about Ibiza and another summer at this destination that offers the best climate and best beaches, with lots of luxury and legendary parties. The Ushuaïa fashion collection is designed for all this and it has some very sexy suggestions to make, with versatile cotton garments and boho chic looks and a special collection designed for dressing up and experiencing the Ants nightlife. The 24 daytime fashion collection also extends to the brand's children's collection Kids. And let the party begin.

ESP. Es el momento de comprar los billetes, visualizarnos en plena isla y pensar en la maleta que nos llevaremos al paraíso mediterráneo. Sí, hablamos de Ibiza y de un nuevo verano en el destino europeo con el mejor clima, las mejores playas, mucho lujo y las fiestas más míticas. La colección de moda Ushuaïa piensa en todo esto y presenta propuestas muy sexys, prendas de algodón versátiles, looks de inspiración boho y diseña una selección especial para vestir y vivir las noches Ants. Moda para las 24 horas del día que se hace extensible, además, a los más pequeños de la casa con la propuesta Kids. Y que empiece la fiesta.



24-hour fashion.
/ ESP. 24 horas de moda.





Flowers and rebellious slogans for the summer of 2017 / **ESP.** Flores y lemas rebeldes para el verano 2017



THE STORES // LAS TIENDAS

IBIZA TOWN. Avda. Bartomeu Rosello, 18. Ibiza.
IBIZA AIRPORT. Zona de embarque.
SAN ANTONIO (Ibiza). General Balanzat, 1. San Antonio.
USHUAIA IBIZA BEACH HOTEL. Ctra. Platja d'en Bossa, 10.
San Jordi de Ses Salines. +34 971 396 710.
IBIZA HARBOUR. Luis Tur Palau, 18, +34 971 508 630

WWW.USHUAIAOFFICIALSTORE.COM



NOTICIAS
news

Fashion

Because rock star elegance never dies.
/ **ESP.** Porque la tendencia rockstar nunca muere.



FOR ROCK'N'ROLL SOULS

HARD ROCK: PARA ALMAS ROCKERAS

Died black and drawing all its rock-n-roll messages in gold and silver. This is how the Hard Rock Collection, the exclusive collection for the brand's loyal fans, is presenting itself once again this season. Guitars and wings feature prominently in this selection of garments, which is also inspired by the aviator look with a touch of military style. This timeless, rebellious fashion will meet the expectations of even the biggest non-conformist. **ESP.** Teñida de negro y con el dorado y el plateado dibujando todos sus mensajes rockeros. Así se presenta Hard Rock Collection, la colección exclusiva para los fieles de la marca, una temporada más. Una selección de prendas en la que las guitarras y las alas están muy presentes, y que llega acompañada de otras de inspiración aviador y toques militares. Moda atemporal y rebelde, para cubrir las expectativas de los más inconformistas.

THE STORE www.es.hrhibiza.com



Zentropia

PALLADIUM SPA & WELLNESS

YOUR EXCLUSIVE WELL-BEING RETREAT.

Welcome to Zentropia, an oasis of tranquility dedicated to your well-being.
Find your perfect balance between mind, body and soul.

Relaxation rituals, ancient techniques, cutting-edge treatments, thermal area and fitness zone.

Book your special moment. Book Zentropia.

WWW.ZENTROPIA-SPA.COM



GRAND PALLADIUM
PALACE IBIZA RESORT & SPA

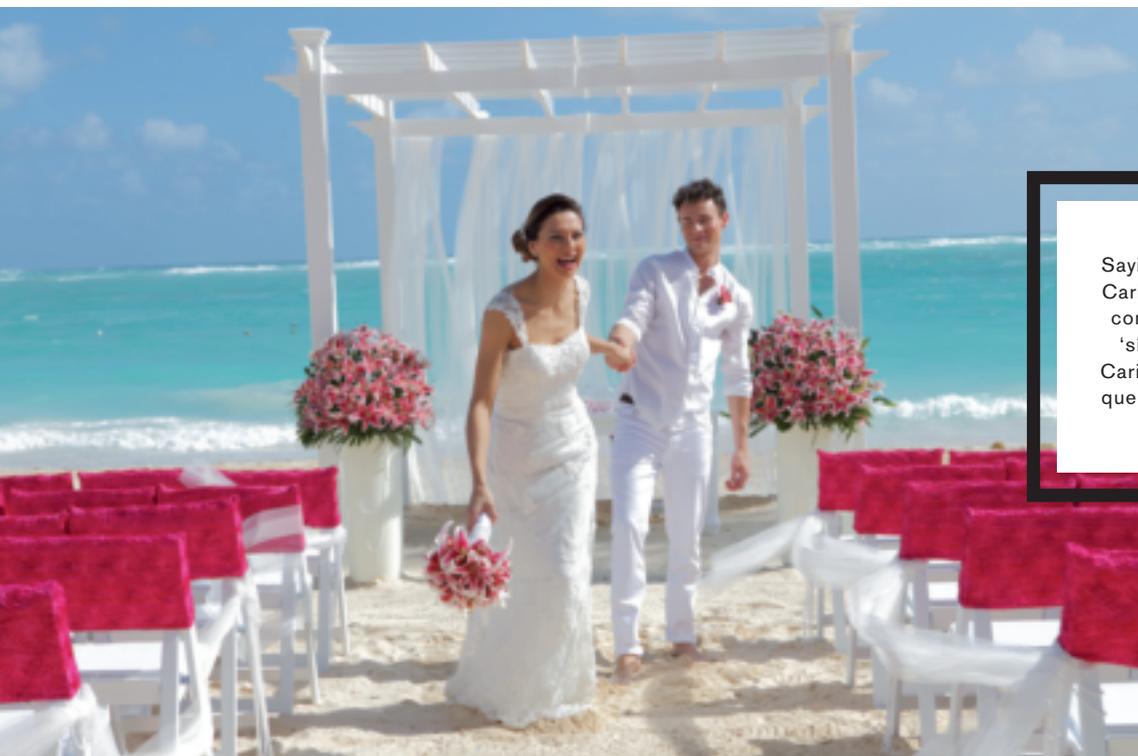
★ ★ ★ ★ ★

 /ZentropiaSpa

 @Palladiumhotels

Grand Palladium Palace Ibiza Resort & Spa | Playa d'en Bossa s/n, Ibiza

NOTICIAS
news
Weddings



Saying "I do" in the Caribbean, a dream come true. Dar el 'sí quiero' en el Caribe es un sueño que puede hacerse realidad.

YOUR DREAMS COME TRUE

SUS SUEÑOS HECHOS REALIDAD

With destinations in Punta Cana, Jamaica, the Nayarit Riviera, an exclusive consultancy service and celebration packs for every sort of couple, saying "I do" in the Caribbean is a dream that can become a reality hand-in-hand with Palladium Hotel Group.

It's all in the details. From consultations with expert wedding planner Karen Bussen, the best accomplice to make sure everything is perfect on the big day, to the Love Birds pack at the Nayarit Riviera, an intimate celebration with decorative orchids, weddings at Palladium include all the best ingredients: the best luxury hotels and all the care necessary to make the big day perfect. Let yourself be seduced by the "pomander" style floral arrangements that add a chic romantic touch to the Pure Paradise pack, a celebration whose other services include decorated chairs for the guests and a wedding cake to suit your taste.

WEDDINGS AT PALLADIUM INCLUDE ALL THE BEST INGREDIENTS
ESP. LAS BODAS EN PALLADIUM CUENTAN CON LOS MEJORES INGREDIENTES

From this day forward, Palladium Hotel Group would like to be an accomplice to your happiness! Congratulations!

ESP. Con destinos en Punta Cana, Jamaica, Riviera Nayarit, asesoramiento exclusivo y paquetes de celebración para cada tipo de pareja, dar el sí quiero en el Caribe es un sueño que



puede hacerse realidad de la mano de Palladium Hotel Group.

Todo está en los detalles. Desde el asesoramiento de la experta wedding planner Karen Bussen, su mejor cómplice para que todo sea perfecto durante el gran día, hasta el paquete Love Birds, en Riviera Nayarit, con orquídeas decorativas para una celebración íntima. Las bodas en Palladium cuentan con los mejores ingredientes, con los mejores hoteles de lujo y con todo el mimo necesario para que el gran día sea perfecto. Déjese seducir por los arreglos florales de tipo 'pomander' que ponen el toque chic y romántico al paquete Pure Paradise, en una celebración con otros servicios incluidos como sillas decoradas para los invitados o pastel de bodas a su gusto.

Desde hoy, Palladium Hotel Group quiere ser cómplice de su felicidad. Enhorabuena.

Palladium Corporate Ventures: Innovation and Synergies

The Palladium Group's investment funds invests in startups in the travel sector. "Unlike other traditional venture capital funds whose sole objective is financial, corporate ventures complement internal innovation, increasing the value of startups through synergies, detecting trends that are relevant to the business, and making hedging strategies possible," assures Manuel Matutes, member of PHG's Board of Directors. Worth noting among the startups the company has invested in are Waynabox, which sells surprise weekend getaways to European tourist towns; and Immfly, a commercial entertainment platform that passengers can connect to directly from their own devices. The group also has a stake in Menorca Millennials, the first startup decelerator in the world. Matutes points out that: "Most innovations are no longer produced at big I+D centers, but rather at small startups with just a few tens of thousands of euros in capital."

ESP. PALLADIUM CORPORATE VENTURES, INNOVACIÓN Y SINERGIAS. El fondo

de inversión del grupo Palladium invierte en startups del sector travel. "A diferencia de los fondos de capital riesgo tradicionales, que sólo tienen un objetivo financiero, los corporate ventures complementan la innovación interna, aumentan el valor de las startups mediante sinergias, detectan tendencias relevantes para el negocio y permiten estrategias de Hedging", asegura Manuel Matutes, del Consejo de Administración de PHG. Entre las startups en las que han invertido destacan Waynabox,

que comercializa viajes sorpresa de fin de semana a ciudades turísticas europeas, e Immfly, que permite a los pasajeros conectarse a la plataforma de entretenimiento y comercial mediante sus propios dispositivos. También participa en Menorca Millennials, la primera desaceleradora de startups del mundo. Matutes señala: "La mayoría de innovaciones ya no se producen en los costosos centros de I+D, sino en pequeñas startups que arrancan con un capital de unas pocas decenas de miles de euros".

“CORPORATE VENTURES COMPLEMENT INTERNAL INNOVATION” / ESP. “LOS CORPORATE VENTURES COMPLEMENTAN LA INNOVACIÓN INTERNA”



YAVEL VELÁZQUEZ

AMERICA CONTENT MANAGER

Content Mánager América

by **MARTÍN ULLOA**

What are some of your duties as Content Manager? What does your job entail?

My background is in marketing, social media, photography and video-making, I've mostly worked managing corporate social media accounts in Mexico. Now I design, produce and manage audiovisual content for all destinations in Latin America.

What is the company's content creation strategy?

Our key strategy this year is to create authentic content. We are increasingly steering away from advertorial types of publications and focusing on producing material that our followers will find attractive, useful and real.

How has this strategy evolved?

Content evolves in step with technology and access to that technology. The sort of GIFs that were once trendy on Facebook are now mostly confined to the realm of messaging apps. This is just one example of hundreds, but the real evolution goes much deeper. Social media are increasingly a part of people's lives; they have gradually evolved from a mere distraction in order to become an essential part of day-to-day life.

What is the most active social network?

Facebook sets the pace above and beyond other social networks, but let's not

underestimate other major networks, or some that are just emerging. Our aim is to foster human interactions through a channel that is increasingly closer to our intended audience.

What is the content like and where are you hoping to take it?

The aim is to make content that has a soul and triggers emotions, creating a 360° experience, and always aspiring to quality and innovation. I want all our content to have a personality: to reflect experiences, quality and taste. I love letting feelings guide me, I never do anything that doesn't make me feel something, and this passion is what drove me to embark on a career in this business.

How much do you interact with clients?

We have one of the most active communities in the hotel sector, and that is always positively reflected in comments and likes. Nevertheless, the social media team is forgetting more and more about vanity metrics and concentrating our efforts on making a tangible impact. We want to be noticed and remembered, so those who support the travel industry will help our brand make the most of its presence on social networks and turn content into conversions. Or, better yet, into fans. •



“THE AIM IS TO MAKE CONTENT THAT HAS A SOUL AND TRIGGERS EMOTIONS” // ESP. “LA META ES QUE LOS CONTENIDOS TENGAN ALMA Y PROVOQUEN EMOCIONES”

the interview

Social media

Facebook Fans  Seguidores en Facebook:

1.805.912

Followers on Twitter  Followers en Twitter:

270.148

Followers on Instagram  Followers en Instagram:

345.000

Total PHG followers (sum of 3 main social networks)

/ Seguidores en Total (suma de las 3 redes sociales principales)

PHG:

2.421.050

Growth in followers in 2016:

/ Crecimiento en seguidores en 2016:

50%

Reach: / Alcance:



OVER 57 MILLION USERS IN 2016

Más de 57 millones de usuarios en 2016

Over 4 MILLION UNIQUE USERS interacted with us on social networks in 2016

/ Más de 4 millones de usuarios únicos interactuaron con nosotros en redes sociales en 2016

+80

Social Profiles
perfiles sociales

ESP. ¿Cuáles son sus responsabilidades como content Manager? ¿En qué consiste su trabajo?

Mis raíces empezaron en marketing, social media, fotografía y videomaking, administrando principalmente las cuentas corporativas de social media en México. Ahora me dedico a diseñar, producir y gestionar contenidos audiovisuales para todos los destinos en América.

¿Cuál es la estrategia en la creación de contenidos?

Nuestra principal estrategia para este año es la creación de contenido auténtico. Cada vez nos alejamos más de las publicaciones de tipo publicitario y nos enfocamos en la producción de material que nuestros seguidores puedan encontrar atractivo, útil y real.

¿Cómo han evolucionado?

Los contenidos evolucionan conforme la tecnología y la accesibilidad a la misma. Los GIFS que en su tiempo marcaron tendencia en Facebook, ahora pasaron principalmente a los confines de la mensajería. Así como este ejemplo hay centenares, pero la verdadera evolución es mucho más profunda. Los medios sociales cada vez se incorporan más en la vida de las personas; poco a poco han dejado de ser una mera distracción, para convertirse en algo cotidiano y vital.

¿Cuál es la red social de mayor actividad?

Facebook es la red social que marca el paso por excelencia, pero no subestimamos el resto de las redes principales, incluso aquellas emergentes. Nuestro propósito es promover interacciones humanas a través de canales cada vez más cercanos a nuestro público final.

¿Cómo es la identidad de los contenidos y hacia dónde querría llevarlos?

La meta es que los contenidos tengan alma y provoquen emociones, que sean una experiencia a 360 grados, aspirando siempre a la calidad y a la innovación. Quiero que cada contenido tenga personalidad: que refleje experiencias, calidad y gusto. Me encanta aplicar sentimiento a las cosas, nunca hago nada que no provoque una emoción en mí, y es por esta pasión que decidí emprender una carrera en este sector.

¿Cuál es el nivel de interacción de los clientes?

Tenemos una de las comunidades más activas en el sector hotelero y esto siempre se refleja positivamente en comentarios y likes. Sin embargo, en el equipo de social media cada vez nos olvidamos más de las métricas de vanidad y concentramos nuestros esfuerzos en el impacto tangible. Queremos hacernos notar y que nos recuerden, que los defensores del sector traveling ayuden a nuestra marca a aprovechar el máximo de la presencia en redes sociales para convertir los contenidos en conversiones. O mejor dicho, en fans. •

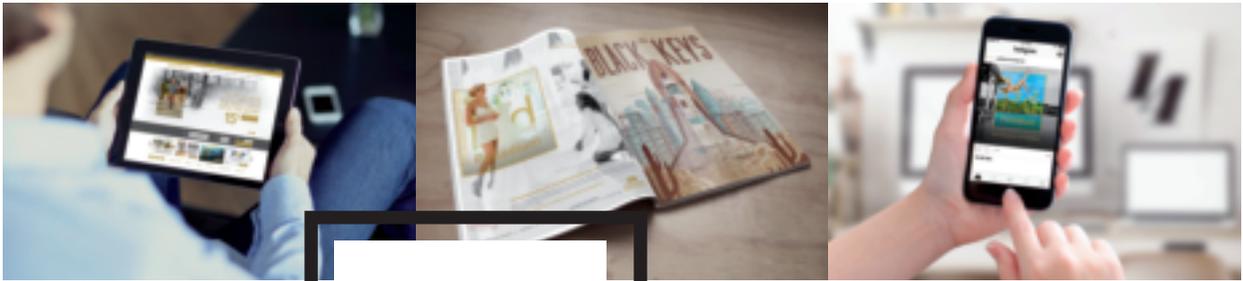


THE ELEMENT

A NEW CAMPAIGN INVITES TRAVELLERS TO SEEK MISSING ASPECTS IN THEIR EVERYDAY LIVES. // UNA NUEVA CAMPAÑA PUBLICITARIA INVITA A LOS VIAJEROS A REENCONTRARSE CON LOS ASPECTOS BÁSICOS DE LA VIDA.

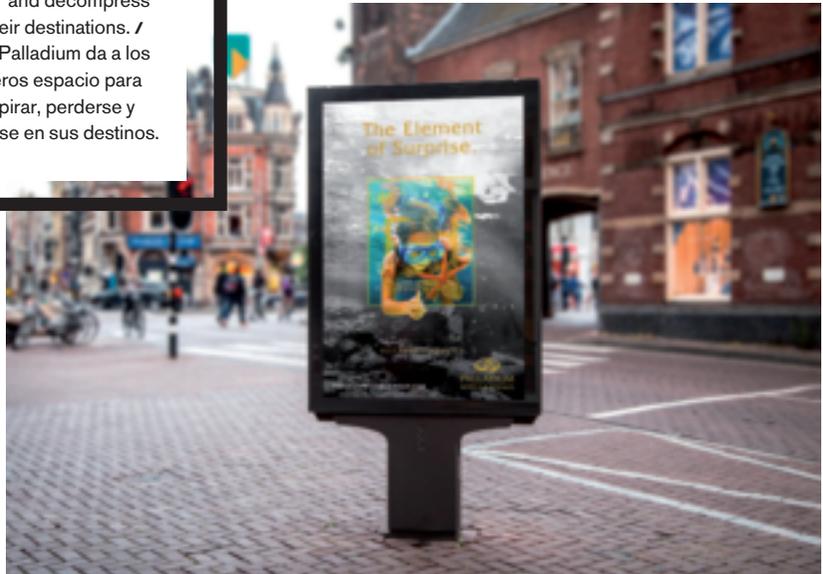
The campaign upgrades the all-inclusive concept towards a luxury category. / **ESP.**

La campaña lleva el concepto "todo incluido" hacia una categoría de lujo.



Palladium gives travellers room to breathe, to roam and decompress at their destinations. / **ESP.** Palladium da a los viajeros espacio para respirar, perderse y relajarse en sus destinos.

Palladium Hotels & Resorts launched a new international advertising campaign titled “The Element”, which invites travellers around the world to seek missing aspects in their everyday lives and recharge themselves through all-inclusive escapes. It focuses on each target: families, couples and weddings, and the scenes are inspired by the most special moments of their journeys. Currently running in the U.S. and Canada, the campaign will continue to launch in Europe and Latin America during the second quarter of the year. It will have a powerful impact, considering the investment made in both online and offline channels, where it will appear in lifestyle and travel media, along with specialized media for travel agents across all continents. It will also be present on billboards and other large formats in cities like Buenos Aires, Cancun and Philadelphia, as well as in key locations throughout high traffic airports in New York, Chicago and Houston. •



ESP. ENCUESTRE SU ELEMENTO. Palladium Hotels & Resorts lanza una nueva campaña publicitaria internacional bajo el concepto “The Element”, invitando a los viajeros de todo el mundo a reencontrarse con los aspectos fundamentales de la vida durante una escapada con servicio todo incluido. Está enfocada para cada segmento: familias, parejas y bodas, y las escenas están inspiradas en los momentos más especiales de sus viajes. Actualmente activa en EE.UU. y Canadá, la campaña se lanzará también en Europa y Latinoamérica durante el segundo trimestre de este año. Tendrá un gran alcance, considerando la inversión hecha tanto en el canal online como en el offline, dónde aparecerá en medios lifestyle y relacionados con el sector travel, además de salir en todos los medios especializados para agentes de viajes de cada continente. También se aplicará a grandes formatos en vía pública de ciudades como Buenos Aires, Cancún y Filadelfia, y en algunas localizaciones clave como los aeropuertos de Nueva York, Chicago o Houston. •

DIGITAL TRANSFORMATION AT PHG

LA TRANSFORMACIÓN DIGITAL EN PHG

by **IÑAKY BAU** Marketing Director of Palladium Hotel Group



Digital transformation should be understood as a new opportunity to implement a business strategy, an opportunity made possible by ongoing technological advances. Digital transformation is not about using technology as a means, rather it is about using technology to achieve established objectives and making technology a key part of the business plan. The five technological pillars upon which digital transformation is built are: Big Data, Cloud Com-

puting, Mobile Ecosystems, the Internet of Things and Social Business. These five elements allow organizations to establish a more intense two-way relationship with customers and enhance customer experience, thus increasing revenue and performance, optimizing operations, opening new business opportunities and changing the business' attitude from focusing exclusively on the product to a more service-oriented approach.

In this day and age, digital transformation is not an option. Today's businesses cannot afford not to adapt to this new reality, because the only way to renovate a business and stay competitive is through digital transformation. The sort of changes organizations need to undertake as part of digital transformation are not only technological but also include developing new attitudes among the work team and reinventing the organiza-

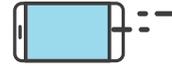
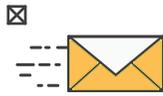
tional structure itself. Digital transformation entails rebuilding an organization's dynamics in order to adapt them to the needs of the present and the future.

Palladium Hotel Group is also in the process of interiorizing and adopting all these theories and this new reality. The group understands that digital transformation offers a key opportunity to:

- ✓ Generate a new 360° Customer Experience model that helps increase profits and build customer loyalty.
- ✓ Promote a culture of innovation within the organization and expand our ability to innovate and develop new products and services.
- ✓ Improve operational efficiency and management as well as internal collaboration.
- ✓ Develop the capacity to respond rapidly to ongoing changes in the market.
- ✓ Create a competitive edge within the sector.
- ✓ More in-depth data analysis and greater understanding of customers.

We have approached digitalization more as a process than as an objective, being fully aware of the need to adopt an attitude of openness to change and constant adaptation, which implies getting out of our comfort zone in search of new opportunities.

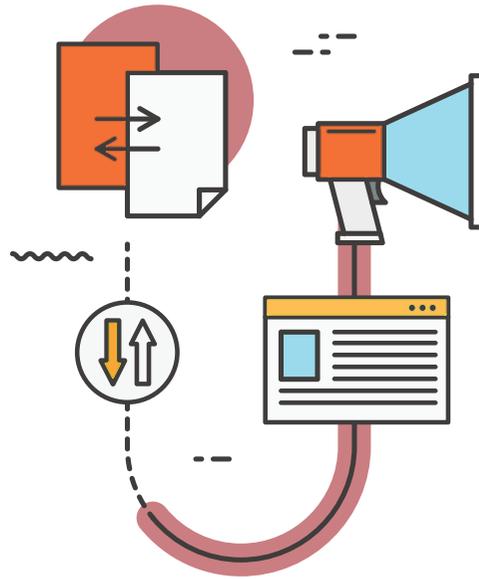
In order to plan our journey towards transformation, we needed a medium-term plan, with plans for improvement



involving the people, processes (based on data-driven performance) and tools to be used. The General Management has clearly identified our strategic objectives, and these were used to define the digital strategy for the entire company and prepare a roadmap for transformation.

→ We have put together a cross-functional team to lead our model of digital transformation, forming a strategic partnership between HR, IT, Operations, Finance, and Sales and Marketing, with all their managers developing new leadership skills, a new vision of the future, a new understanding of technology, a change-oriented focus and a new transformative mindset.

→ We are implementing projects inspired in the digital environment with our customers in mind. The online and offline worlds have merged, we are implementing integral e-commerce solutions with a special emphasis on optimizing UX, and we are also developing an advanced customer rela-



ESP. La transformación digital se ha de entender como la nueva oportunidad de llevar a cabo una estrategia de negocio, y que surge gracias a la aparición del continuo avance tecnológico. La transformación digital no puede verse solo como la tecnología utilizada como un medio sino que ha de ser utilizada para lograr los objetivos fijados, se ha de convertir en una pieza clave en el plan de negocio. Hay cinco ejes tecnológicos (Big Data, Cloud Computing, Ecosistema Mobile, Internet de las Cosas y Social Business) que son la base de la transformación digital y que hacen posible que las organizaciones puedan establecer una relación y una experiencia más intensa y bidireccional con los clientes, mejoren sus ingresos y su rendimiento, optimicen sus operaciones, accedan a nuevas oportunidades de negocio o cambien una mentalidad centrada solo en el producto a un enfoque orientado al servicio.

En la actualidad, la transformación digital no es una opción. Las empresas de hoy ya no pueden plantearse la adaptación a este nuevo panorama pues no hay otra manera de renovarse y ser competitivo que mediante la transformación digital. En las organizaciones en fase de transformación digital el cambio no es sólo tecnológico sino que lleva consigo el desarrollo de nuevas aptitudes tanto en el equipo de trabajo como en la reinención de la misma estructura organizativa. La transformación digital reconstruye las dinámicas de las organizaciones para adaptarlas a las necesidades del presente y del futuro.

Toda esta teoría y nueva realidad está siendo también interiorizada y adoptada por Palladium Hotel Group, dónde se ha entendido que la clave de la transformación digital es una oportunidad que está permitiendo:

- ✓ Generar un nuevo modelo de *Customer Experience* 360º que contribuye a incrementar los beneficios y aumenta la fidelización de los clientes.
- ✓ Impulsar una cultura de la innovación dentro de la organización y fomentar la habilidad de innovar en desarrollo de productos y servicios.
- ✓ Mejorar la gestión y eficiencia operativa, así como la colaboración interna.
- ✓ Conseguir una capacidad de respuesta rápida ante los continuos cambios en el mercado.
- ✓ Crear una ventaja competitiva dentro del sector.
- ✓ Profundizar en el análisis de datos y en el conocimiento del cliente.

La digitalización ha sido tomada, más como un proceso que como un objetivo, siendo conscientes de la necesidad de contar con actitudes dispuestas al cambio y a la adaptación constante, lo que implica salir de la zona de confort para buscar nuevas oportunidades.

Para llevar a cabo la planificación del viaje hacia la transformación, se necesitaba de un plan a medio-largo plazo, con un programa de mejoras que involucre a las personas, los procesos (en base a un *data-driven performance*) y las herramientas a utilizar. Desde la Dirección General se han identificado claramente los objetivos estratégicos, en base a los cuales se ha definido la estrategia digital

“IF WE BEAR IN MIND THAT 55% OF THE WORLD’S POPULATION IS A DIGITAL NATIVE, IT IS AN UNDENIABLE FACT THAT CONSUMERS’ BEHAVIOR IS EVOLVING.”
ESP. “TENIENDO EN CUENTA QUE EL 55% DE LA POBLACIÓN MUNDIAL ES NATIVA DIGITAL, ES UN HECHO INNEGABLE QUE EL COMPORTAMIENTO DE LOS CONSUMIDORES HA EVOLUCIONADO”



relationship management system (based on a new Social CRM), in order to increase customer acquisition, retention and loyalty.

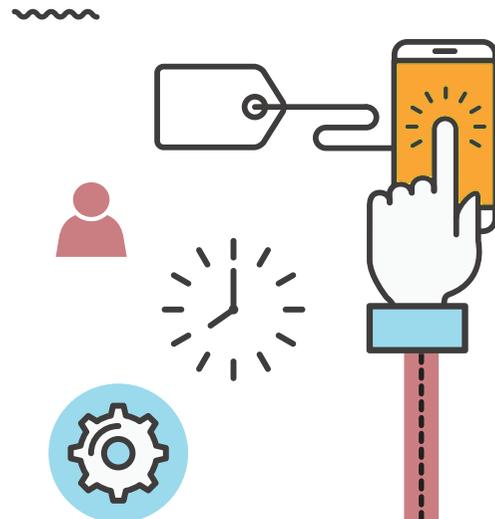
- Our new digital marketing strategy includes a tactical plan based on Inbound Marketing in which Social Media Marketing and Content Marketing serve as a model that is perfectly balanced with our strategy for mobile channels, e-mailing and PPC, so that we can convey the same message on every channels, with the short-term objective of automizing and personalizing content.
- We have designed a customer life-cycle map, including feedback from customers themselves through a brand analysis model and a customer scoring model. The key here is that customer experience should guide our transformation efforts so that we can improve each and every one of the phases of the Customer Journey and each point of interaction with customers.
- Customer relations and communication with customers are key. Social networks are used as a two-way channels of communication, our online reputation is carefully promoted, and active listening is encouraged and upheld. We have designed and activated

several customer support and personalization services through online channels (website and app chats), we have substantially improved WiFi quality at every hotel and destination, and we will soon launch new projects (WiFi portal, co-creation portal, etc.) to improve our inter-communication with customers and learn about their needs and aspirations with respect to the organization's various brands, products and services.

- We have evolved as an organization, improving our human resource management in order to open the doors to this new digital world for workers, so they can develop their skills, innovate and get digital training, and also adopt more entrepreneurial attitudes, because being competitive in the digital world requires keeping abreast of new technologies and their tools.
- We have broken away from the "silo effect", allowing information to flow horizontally and thus becoming more agile in our decision-making and in implementing processes. Cooperating and creating inter-departmental synergies. Marketing, Sales, Operations, HR, Finance and IT work as a single cohesive unit to improve the transfer of information, enabling us to implement

compartida por toda la empresa y se ha plasmando en una hoja de ruta.

- Se ha realizado el ensamblaje de un equipo *cross-functional* liderando el modelo de transformación digital, con una alianza estratégica entre RRHH, IT, Operaciones, Finanzas, Comercial y Marketing, con todos sus responsables desarrollando nuevas habilidades de liderazgo, visión de futuro, entendimiento de la tecnología, orientados al cambio y con una mentalidad transformadora.
- Se están Implementando proyectos teniendo en cuenta al cliente y al entorno digital como fuente de inspiración. El mundo online y offline se han fusionado, se están implementando soluciones integrales de *e-Commerce*, con especial énfasis en la optimización de la *UX*, y se desarrolla una gestión avanzada de clientes (mediante un nuevo *Social CRM*), para aumentar la captación, retención y fidelización de clientes.
- Se ha definido una nueva estrategia de Marketing digital, que incorpora un plan táctico basado en el *Inbound Marketing* dónde el *Social Media Marketing* y el *Content Marketing* lideran un modelo perfectamente equilibrado con la estrategia para los canales *mobile*,





and develop projects and programs together and in an agile manner.

- Lastly, we have made an effort to optimize and analyze digital transformation by developing ways to measure improvement, planning and future projections. Monitoring insights, analysis and indicators to ensure our goals being met. The key is to make good use of the information collected in order to evaluate it in a consistent manner.

The customers and company work together like clockwork, with digitalization opening the doors to the new behavioral models that will define future business strategy.

If we bear in mind that 55% of the world's population is a digital native, it is an undeniable fact that consumers' behavior is evolving. The consumers we aim to please are increasingly better informed, have greater decision power, and have more access to information channels that, until recently, were only available to organizations. Customers increasingly want to be more connected, interact more and trust the organizations or brands to which they show loyalty. To this end, Palladium Hotel Group is forging a technological and cultural change in order to adapt to customers' new demands and create a more human and modern vision of the organization, while also gaining support from the new digital generations. •

“PHG IS UNDERGOING A CHANGE TO ADAPT TO THE NEW CUSTOMER DEMANDS”// “EN PHG SE ESTÁ FORJANDO UN CAMBIO PARA ADAPTARSE A LAS NUEVAS DEMANDAS DEL CLIENTE”



e-mailing y *PPC*, consiguiendo difundir un mismo mensaje en todos los canales, y que tiene como objetivo en el corto plazo la automatización y personalización de contenidos.

- Se ha diseñado un mapa de ciclo de vida del cliente, incorporando la retroalimentación de los propios clientes mediante un modelo de analítica de marca y un modelo de *scoring* de clientes. Aquí está siendo fundamental entender la experiencia del cliente como guía de los esfuerzos en transformación, con el objetivo de mejorar todas y cada una de las fases del *Customer Journey*, así como cada uno de los puntos de interacción con el cliente.

- La relación y comunicación con el cliente están siendo fundamentales. Las redes sociales se utilizan como un canal de comunicación bidireccional, se cuida con mimo la reputación online y se promueve y defiende la escucha activa. Se han diseñado y activado diversos servicios de personalización y atención al cliente en los canales online (Chat en web y *App*), se ha mejorado sustancialmente la calidad del wifi en todos los hoteles y destinos, y en breve se lanzarán nuevos proyectos (portal wifi, portal de co-creación, etc) que permitirán una mayor inter-comunicación con los clientes para conocer sus necesidades y aspiraciones respecto a las distintas marcas, productos y servicios de la organización.

- Se ha evolucionado como organización y en gestión de recursos humanos para abrir las puertas a los trabajadores a un nuevo panorama digital en el que puedan potenciar su ingenio, innovar y formarse digitalmente, así como adoptar actitudes emprendedoras, pues para ser competitivos digitalmente se ha de estar al tanto de las nuevas tecnologías y sus herramientas.

- Se ha roto con el “efecto silo” haciendo que la información fluya de manera horizontal ganando agilidad en la toma de decisiones y en la ejecución de procesos. Cooperando y creando sinergias interdepartamentales. Marketing, Comercial, Operaciones, RRHH, Finanzas y IT funcionan como uno solo, conectados para mejorar el trasvase de información y poder implementar y desarrollar proyectos y programas de forma conjunta y ágil.

- Por último, se está poniendo el esfuerzo en optimizar y analizar la transformación digital desarrollando mediciones de mejora, planificación y proyecciones futuras. Monitorización de *insights*, analítica e indicadores de cumplimiento de objetivos. La clave está en hacer un buen uso de la información recopilada para conseguir una evaluación consistente.

Tanto cliente como empresa conforman un gran engranaje en el que la digitalización abre las puertas a nuevos modelos de comportamiento que serán los que definan la estrategia futura de negocio. Teniendo en cuenta que el 55% de la población mundial es nativa digital, es un hecho innegable que el comportamiento de los consumidores ha evolucionado. El consumidor, al que se pretende complacer, posee cada vez más información, poder de decisión y canales de información de los que, hasta hace poco, sólo disponían las organizaciones. El cliente busca estar cada vez más conectado, interactuar más y confiar en las organizaciones o marcas hacia las que muestran fidelidad. Para ello, en Palladium Hotel Group se está forjando un cambio tecnológico y cultural para adaptarse a las nuevas demandas del cliente y conseguir que la visión sobre la organización se humanice y modernice, y así también ganar el apoyo de las nuevas generaciones digitales. •

NOTICIAS
news
Opening

HARD ROCK HOTEL TENERIFE CELEBRATES ITS INAUGURATION

HARD ROCK HOTEL TENERIFE
CELEBRA SU FIESTA DE
INAUGURACIÓN CON CHILDREN
OF THE 80'S

After much expectation, on Saturday December 10th, the Hard Rock Hotel Tenerife was officially inaugurated with a huge opening party. With the spirit of the 80's setting the stage at its new and spectacular venue by an artificial lagoon, the Grand Opening Party injected the coast of Tenerife with a dose of brilliance, color and classic disco sounds to celebrate the opening of the second Hard Rock Hotel in Europe.

ESP. Tras mucha expectación, el sábado 10 de diciembre se inauguró oficialmente en las islas Canarias el Hard Rock Hotel Tenerife con una gran fiesta de apertura. Con el espíritu de los años 80 en el escenario y su nueva y espectacular localización al lado de la laguna artificial, la Grand Opening Party inyectó a la costa de Tenerife una dosis de brillo, color y clásicos de la música disco con motivo de la apertura del segundo Hard Rock Hotel en Europa. •



The traditional "Guitar Smash" marked the inauguration of the new resort. / **ESP.** El tradicional 'Guitar Smash' marcó la inauguración del nuevo resort.



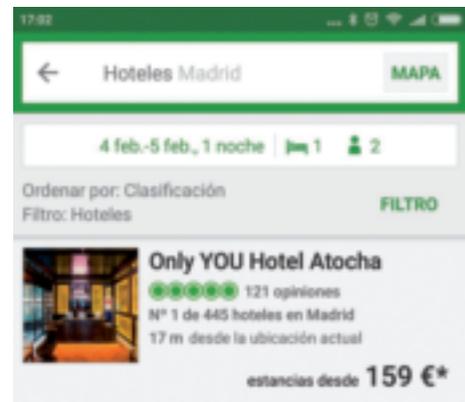
SUCCESS AND ONLINE REPUTATION

ÉXITO Y REPUTACIÓN ONLINE



Only YOU Hotel Atocha

★★★★★ 121 opiniones | N.º 1 de 445 hoteles en Madrid
910 05 27 46 | Sitio web del hotel | Enviar un e-mail al hotel
Paseo Infanta Isabel 13, 28014 Madrid, España
Precio especial: Special opening offer.



After the successful launch of Only YOU Boutique Hotel Madrid in October 2013 under Palladium Hotel Group's urban brand, the Only YOU Hotels family now welcomes a larger, more functional hotel, designed for business travellers, as well as families and couples on holiday. Located opposite Madrid's Puerta de Atocha railway station, within walking distance of the Spanish capital's best shopping areas, restaurants, museums and cultural highlights, Only YOU Hotel Atocha is a four-star hotel overlooking Paseo Infanta

ONLY YOU HOTEL ATOCHA, Nº 1 ON TRIPADVISOR // ESP. ONLY YOU HOTEL ATOCHA, Nº 1 EN TRIPADVISOR

Isabel and Alfonso XII Street, close to the famous Retiro Park. A total of 206 elegant, modern and soundproofed rooms and suites, distributed across seven floors, have been completely designed and equipped with charming details and the latest technology for an easy, comfortable stay. In few weeks, the Only YOU Hotel Atocha has become the Madrid's number one by the travel website TripAdvisor. •

ESP. Tras el exitoso lanzamiento del Only YOU Boutique Hotel Madrid en octubre de 2013 bajo la marca urbana de Palladium Hotel Group, ahora la familia Only YOU Hotels da la bienvenida a un hotel más grande y más funcional diseñado para viajeros de negocios y para familias y parejas de turistas. Ubicado frente a la estación de ferrocarril de Madrid, Puerta de Atocha, y muy cerca de las mejores zonas de tiendas y de los mejores restaurantes, museos

y atracciones culturales de la capital, Only YOU Hotel Atocha es un hotel de cuatro estrellas que da al Paseo Infanta Isabel y a la calle Alfonso XII, junto al parque del Retiro. Las 206 habitaciones y suites elegantes, modernas e insonorizadas se han diseñado y equipado con todo tipo de detalles y tecnología para ofrecer una estancia tranquila y confortable. En pocas semanas, ha sido el hotel número uno en Madrid de la página de viajes TripAdvisor. •



EVERY FRIDAY
FROM 2ND JUNE TILL 29TH SEPT.
AT HARD ROCK HOTEL IBIZA

OFFICIAL SPONSORS:



DRESS CODE 80'S - FROM 7 PM TO CLOSE
MORE INFO AND ADVANCE TICKETS: WWW.CHILDRENOFTHE80S.COM



IBIZA

PHG AGAINST SEXUAL EXPLOITATION

PHG CONTRA LA EXPLOTACIÓN SEXUAL TURÍSTICA

Palladium Hotel Group works in accordance with the Code of Conduct for the Protection of Children from Sexual Exploitation in Travel and Tourism. This industry-driven initiative seeks to improve the protection of girls and boys against sexual exploitation in the travel and tourism sector. ECPAT is a worldwide network of organizations and people working to end child prostitution, child pornography and the trafficking of children for sexual purposes. PHG follows "the Code" in order to help prevent the sexual exploitation of children in the tourism sector. The Code was introduced in 1998 by ECPAT Sweden, a global network of organizations and individuals dedicated to combating the exploitation of boys and girls, including sexual exploitation, child pornography and child trafficking, in cooperation with Scandinavian tour operators and the World Tourism Organization (WTO). Since the year 2000, the Code has spread all over the world as has the ECPAT network. The Code is an initiative promoted by the tourism industry in close association with the ECPAT network and other NGOs, as well as government and UN agencies working to protect the rights of children. UNICEF and the WTO encourage businesses around the world to sign the Code. •



NOTICIAS
news
Environment

ESP. Palladium Hotel Group trabaja conforme al Código de conducta para la protección de la niñez y la adolescencia contra la explotación sexual en la industria del turismo y los viajes. Esta iniciativa dirigida al sector empresarial cuenta con la participación plural que busca mejorar la protección de los niños, niñas y adolescentes frente la explotación sexual en el sector de viajes y turismo. ECPAT es una red mundial de organizaciones y personas que trabajan para poner fin a la prostitución, pornografía y trata de niños y adolescentes con fines sexuales. PHG sigue el Código de Conducta para prevenir la explotación sexual infantil en el sector turístico. El Código de Conducta fue presentado en 1998 por ECPAT Suecia, una red mundial de organizaciones e individuos que se dedican a luchar contra la explotación sexual de niños, niñas y adolescentes, incluyendo la explotación, la pornografía y la trata, en cooperación con touroperadores escandinavos y la Organización Mundial del Turismo (OMT). Desde el año 2000, el Código de Conducta se expandió por todo el mundo como proyecto de la red ECPAT. El Código de Conducta trabaja estrechamente con el sector empresarial turístico, la red ECPAT y otras ONG de protección de los derechos de la niñez, gobierno s y agencias de las Naciones Unidas. UNICEF y la OMET promueven en todo el mundo la firma del mismo. •

The insignias of a committed company



Among other insignias showing PHG's commitment is the Distintivo H or Cristal in recognition of its compliance with standards of hygiene, food handling and food safety. EarthCheck, sustainability benchmarking, certification and management systems. Travelife, sustainability certification. Family Responsible Business, for gender equality and against sexual harassment. In Jamaica and Dominican Republic, PHG's beaches have been granted Blue Flag certification for their environmental management. Other similar distinctions include Top Companies and Empresa Incluirte. •

ESP. LAS DISTINCIONES DE UNA COMPAÑÍA COMPROMETIDA. Entre los distintivos de PHG destacan el Distintivo H o Cristal por cumplir con los estándares de higiene, manejo y seguridad alimenticia. El Earthcheck, de benchmarking, certificación y sistemas de gestión en sustentabilidad. El Travelife, en sustentabilidad. El Empresa Familiarmente Responsable, de equidad de género y contra el hostigamiento sexual. En Jamaica y República Dominicana PHG posee la Blue Flag, certificación otorgada a las playas por su calidad ambiental. Y los premios Top Companies y Empresa Incluirte, entre otros muchos. •

SOLIDARIDAD
charity
Fundación
Abel Matutes

SOLIDARITY WITH THE DISADVANTAGED

SOLIDARIDAD CON LOS MÁS DESFAVORECIDOS

Once again this year, the Abel Matutes Foundation is collaborating with APAAC to help patients in need of accommodation, transfers and medication. // La Fundación Abel Matutes colabora un año más con APAAC aportando ayudas para el alojamiento, traslados y medicinas.

The President of the Abel Matutes Foundation, Carmen Matutes, has handed the President of the Technical Committee and the Vice-President of the Pitiusa Association to Aid Cancer, Doctor Luis Cros, the annual 3,000 euro donation that the Foundation started making in 2016. Doctor Cros pointed out that, last year, more than 3,000 euros were invested in patients with problems finding accommodations: "We had some patients that had been living on the street and were admitted to hospital, but once a certain stage of the process was over they were put back on the street;" patients with no financial resources, "who

had to travel outside Ibiza to get medical tests or examinations," and they have also helped patients who had problems paying certain medications. This is the second year in a row that the Abel Matutes Foundation is collaborating with APAAC. Matutes explained that, although the foundation does not normally give outright grants, the two exceptions are the annual donation to several NGOs on the island and this donation to APAAC: "We think it's very important to collaborate with them each year and contribute a small part of the budget that they use to help patients from Ibiza and Formentera."

ESP. La presidenta del Comité Ejecutivo de la Fundación Abel Matutes, Carmen Matutes, ha entregado al presidente del Comité Técnico y vicepresidente de la Asociación Pitiusa de Ayuda a Afectados de Cáncer, APAAC, el doctor Luis Cros, 3.000 euros correspondientes a la donación



anual que la Fundación inició en 2016. El doctor Cros ha señalado que el año pasado se invirtieron más de 3.000 euros en pacientes con problemas de alojamiento. "Hay algún paciente que ha estado viviendo en la calle, ha tenido que estar ingresado pero una vez terminada una fase del proceso volvía a la calle", sin medios económicos "que se tenían que desplazar fuera de Ibiza para hacer algún tipo de prueba o examen" y han prestado ayuda a los que tenían problemas para pagar algún tipo de

medicación. La Fundación Abel Matutes colabora por segundo año consecutivo con APAAC. Matutes explica que, aunque la fundación ibicenca no da normalmente aportaciones a fondo perdido hay dos excepciones, como son la donación anual a diversas ONGs de la isla y esta aportación a APAAC. "Nos parece importantísimo colaborar con ellos cada año y poner una pequeña parte del presupuesto que destinan directamente a estos enfermos de Ibiza y Formentera", señala Carmen Matutes. •

REDES SOCIALES

social networks Guest Book



Libro de invitados

Guests around the world share their holidays with all of us // Los clientes de todo el mundo comparten sus vacaciones con nosotros



Teresa Andrés Gonzalvo

Into the wild with @ayrehoteles #Madrid #Ayrehoteles. / **ESP.** En lo salvaje con @ayrehoteles #Madrid #Ayrehoteles.



teresaandresgonzalvo
Teresa Andrés Gonzalvo
270K FOLLOWERS



Grand Palladium Imbassai Resort & Spa

Hoje é domingo... Só queremos relax!! / **ESP.** Hoy es domingo... ¡Sólo queremos relax!



GrandPalladiumimbassai
Grand Palladium Imbassai Resort & Spa
116.788 FOLLOWERS

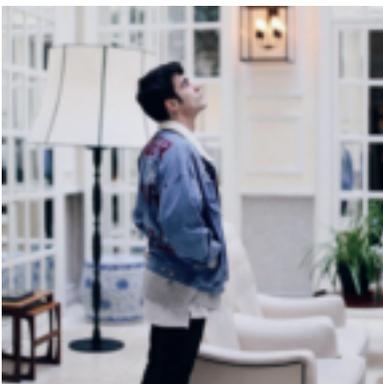


Tito "El Bambino" (El Patrón)

Celebrating life because God has been good. / **ESP.** Celebrando la vida porque Dios ha sido bueno.



titobambinoelpatron
Tito "El Bambino" (El Patrón)
2,6MM FOLLOWERS



Alex Domenech

Thanks to @hotelscombined.es I have found this hotel. / **ESP.** Gracias a la App @hotelscombined.es he encontrado este fantástico hotel.



alexdomenec
Alex Domenech
261K FOLLOWERS

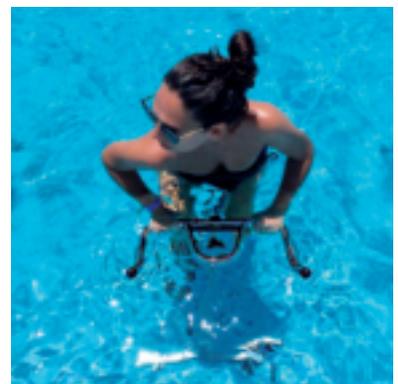


#ChicasDeViaje

This is our paradise, a hotel built on an ecological reserve. / **ESP.** Este es nuestro paraíso, un hotel construido en una reserva ecológica.



chicasdeviaje_
#ChicasDeViaje
21,5K FOLLOWERS



Chicas en New York

#Spinning in the sink !! Yes! A water bike that fills you with energy !! / **ESP.** #Spinning en la pileta!! Siii! Una bici acuática que te llena de energías!!



chicasennyork
Chicas en New York
124K FOLLOWERS

NOTICIAS
news

Costa Mujeres



ESP. Localizada al nordeste de la península de Yucatán, en el estado de Quintana Roo, Cancún forma parte del territorio de la antigua civilización Maya y se distingue por los maravillosos vestigios que pueden visitarse en toda la región. Es uno de los destinos turísticos más visitados del mundo por su vibrante vida nocturna, su riqueza cultural y la variedad de ocio y entretenimiento que ofrece. Grand Palladium Resort & Spa se encuentra a 15 minutos de la ciudad, en un enclave estratégico donde la atmósfera cambia por completo y una zona de vegetación virgen y playas prístinas le dan al entorno la exclusividad y tranquilidad que nuestros huéspedes se merecen.

Nos complace anunciar la creación de dos nuevos Hoteles en Costa Mujeres, un Grand Palladium Costa Mujeres con 700 habitaciones y uno bajo la marca premium The Royal Suites by Palladium con 450 habitaciones en una privilegiada zona aún no explotada al norte de Cancún, en México. Estas nuevas aperturas forman parte de la estrategia de Palladium Hotel Group de ofrecer productos exclusivos con alto valor añadido en el mercado vacacional tanto en Europa como en América. •

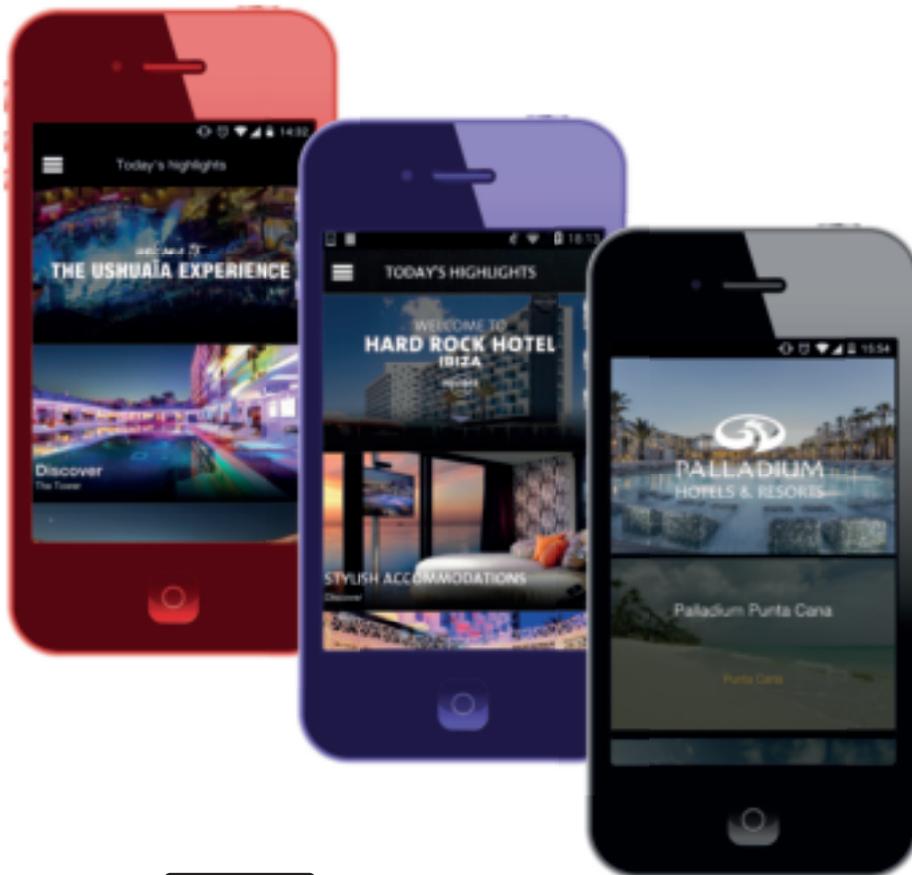
MEXICO CANCÚN

Located in the north-east of the Yucatan Peninsula, in the state of Quintana Roo, Cancun is part of the territory that once belonged to the ancient Mayan civilization. The entire region is brimming with wonderful remnants of the past which can be visited. Because of its vibrant nightlife, its cultural richness and the variety of leisure and entertainment that it offers, it is one of the most visited tourist destinations in the world. Grand Palladium Costa Mujeres Resort & Spa is located 15 minutes from the city, in a strategic enclave where the atmosphere changes completely and an area of virgin vegetation and pristine beaches gives the environment the exclusivity and tranquillity that our guests deserve. We are delighted to announce the creation of two new hotels in Costa Mujeres: a Grand Palladium with 700 rooms and another 450-room complex under the premium brand The Royal Suites by Palladium. Both resorts are in a prime and as yet unexploited location to the north of Cancun, in Mexico. These new inaugurations form part of the Palladium Hotel Group's strategy of offering exclusive products with high added value in the holiday travel market in both Europe and America. •

Infinite possibilities

AT THE PALM OF YOUR HAND

Enjoy an intuitive virtual experience and make your trip much easier and exciting!
Explore Palladium Hotels & Resorts around the world, dive into the unique world of
Hard Rock Hotel Ibiza or browse the glamour of Ushuaia Ibiza Beach Hotel. Fun, useful and user-friendly.



**DOWNLOAD
NOW!**



THREE STUNNING APPS AVAILABLE FOR IOS AND ANDROID

- Discover all the services and facilities of each hotel.
- Personalized tours and activities.
- Set alerts and receive notifications for the upcoming events.
- Book a table at your favourite restaurant or spa treatments.
- Connect with other guests and share your experiences.
- Be the first to know the most recent offers and exclusive discounts

PALLADIUM
HOTEL GROUP

DISCOVER OUR CLUB
descubra nuestro club



Discover our club // Descubra nuestro club

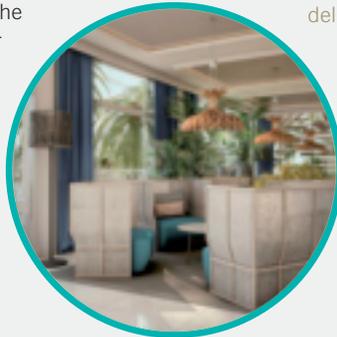
We are very proud to present plans to remodel the members beach club in jamaica.

palladiumtravelclub.com



Palladium Travel Club is joining the Group's renovation efforts and committing to improving the most emblematic and exclusive destinations for our members: Jamaica. As you can see in the photos, the club is set to carry

out a 360° upgrade in order to enhance the venue, the location and the beauty of our Members Beach Club. We trust that everyone will be pleased with this news and that it will help meet the club's primary objective: Exceeding our members' expectations.



ESTAMOS MUY ORGULLOSOS DE PRESENTAR EL PROYECTO DE LA REFORMA DEL MEMBERS BEACH CLUB DE SOCIOS EN JAMAICA.

Palladium Travel Club se suma a las renovaciones del Grupo y apuesta por la mejora de nuestros destinos más emblemáticos y exclusivos de nuestros socios: Jamaica.

Como se puede apreciar en las fotos, el cometido del club es hacer una mejora de 360 grados, que enaltezca el lugar, la ubicación y la belleza de nuestro Members Beach Club.

Confiamos en que esta noticia será del agrado de todos y que cumpla con el objetivo principal del club: Superar las expectativas de nuestros socios.

Join the Palladium Travel Club Family and enjoy all kinds of new promotions throughout the year.

¡Únete a la Familia Palladium Travel Club! Y disfruta de las novedades que a lo largo del año iremos revelando.

Follow us on our social networks

Sigue nuestros perfiles en redes sociales



www.facebook.com/PalladiumTravelClub
www.twitter.com/PalladiumTC

Visit our web at *Visita nuestra web en*

www.palladiumtravelclub.com

for more information about membership and all the benefits you could enjoy.

para más información sobre la membresía y todos los beneficios a disfrutar.



VALENTINE'S DAY IN THE CARIBBEAN

Celebrating love with the Palladium Travel Club. Once again, Saint Valentine echoed inside our members' hearts, and on February 14, 2017, as is the Palladium Travel Club's tradition, we celebrated love and friendship at our Members Beach Clubs at every destination in the Caribbean.

In Vallarta, our Manager, Angelly Arias, made us fall in love with an unforgettable evening, accompanied by the sounds of the violin, a welcome cocktail and a romantic dinner. Our members were reunited with that unique feeling that is no doubt the driving force of life. The Mayan Riviera did much the same, presenting the melodious voices of three

tenors, a brunch, a toast, and gifts. And, during this event, our Manager, Laura López, surprised us by inaugurating the expansion of the beach area, with the heart-warming participation of some of our youngest little members and a very charming grandma.

At Punta Cana and Jamaica, David Martin and Javier Solo were in charge of providing entertainment for the evening, with the sort of quirkiness, dedication and love they put into everything they do. Long live love! If you're not a member yet, what are you waiting for? If you are already a member, we hope to see you September 8th at our second anniversary party in Punta Cana...!

ESP. SAN VALENTÍN EN EL CARIBE.

Celebrando el amor en Palladium Travel Club. Una vez más, San Valentín se hizo eco en los corazones de nuestros socios y este 14 de febrero de 2017 se llevó a cabo, como parte de las tradiciones en Palladium Travel Club; la celebración del amor y la amistad en nuestros Members Beach Clubs, en todos los destinos del Caribe.

En Vallarta, nuestra Manager Angelly Arias nos enamoró con un atardecer inmejorable, acompañado del sonido del violín, cóctel de bienvenida y cena romántica incluida. Nuestros socios se reencontraron con ese sentimiento único, que, sin dudar, es el motor de la vida. Riviera Maya hizo lo propio, con las voces melodiosas de tres tenores, brunch, brindis, regalos y, en dicho acto, nuestra Gerente Laura López, nos sorprendió con la inauguración de la Ampliación del área de la playa, con la participación de la ternura de nuestros socios más pequeñines y una simpática abuelita. En Punta Cana y Jamaica, David Martin y Javier Solo se encargaron de amenizar la velada, con la peculiaridad, la entrega y el cariño que aportan en todo lo que hacen. ¡Qué viva el amor! Si aún no es usted socio ¿A qué espera? Si ya es socio ¡Le esperamos el próximo 8 de septiembre para celebrar nuestra tercera fiesta anual, en Punta Cana!

DISCOVER OUR CLUB

descubra nuestro club



PALLADIUM TRAVEL CLUB INVITES YOU TO CELEBRATE ITS THIRD ANNIVERSARY... THIS YEAR, IT'S PUNTA CANA'S TURN!

Members have made their choice, and on September 8, 2017 our headquarters will be none other than the island home of merengue, bachata, güira and accordions. We'll dance there to all those rhythms at our third big annual Palladium Travel Club members' party. In the days leading up to the event, you can enjoy the wide-range of activities organized to celebrate our anniversary week. Our host, David Martin, awaits with loads of surprises, flavor, heat, and a whole lot of fun!!

ESP. PALLADIUM TRAVEL CLUB LE INVITA A CELEBRAR SU TERCERA FIESTA ANUAL... ¡ESTE AÑO LE TOCA EL TURNO A PUNTA CANA!

Los socios han elegido y este 8 de septiembre de 2017 nuestra sede es nada más y nada menos que la isla del merengue, la bachata, la güira y el acordeón y allí bailaremos al compás de estos ritmos, en nuestra tercera gran fiesta anual de socios Palladium Travel Club. En los días previos al evento, disfrutará de diversas actividades que acompañarán la semana de aniversario. Nuestro anfitrión, David Martin, le aguarda con múltiples sorpresas, sabor, calor ¡y mucha, pero que mucha diversión!

Enjoy the privileges of Palladium Travel Club membership

Disfrute de los privilegios de ser parte de Palladium Travel Club

Vacationing at the best destinations in the Caribbean and Spain with exclusive special Travel Club rates. You won't just be joining a travel club, you'll become a part of the Palladium Hotels and Resorts family. Over 10.000 Palladium Travel Club members have decided to enjoy their dream vacation with us. You can join our Club too! Please take a moment to learn about some of the unique benefits our members value the most:

Vacacionar en los mejores destinos del Caribe y España con privilegios exclusivos y tarifas especiales Travel Club. Más que pertenecer a un club de viajes será miembro de la familia Palladium Hotels and Resorts. Palladium Travel Club cuenta con más de 10.000 socios que han apostado por tener las vacaciones de sus sueños con nosotros. ¡Usted también puede formar parte de nuestro Club! Le invitamos a que conozca los beneficios exclusivos que más valoran nuestros socios:

1

Free private airport-hotel-airport transfer
Traslado privado gratis aeropuerto-hotel-aeropuerto

2

Exclusive areas for members at our Grand Palladium resorts
Áreas exclusivas para socios dentro de nuestros complejos Grand Palladium

3

Exclusive rooms for members
Habitaciones exclusivas para socios

4

Private check-in Check- in privado

5

Discounts and treatments at our Zentropia Spa
Tratamientos y descuentos en nuestro Spa Zentropia

6

Special anniversary or birthday dinner
Cena especial de aniversario o cumpleaños

7

Palladium Money to spend on Palladium services and products
Dinero Palladium para gastar en servicios o productos Palladium

8

Free tours Excursiones gratuitas

9

Exclusive gifts and amenities
Regalos y amenidades exclusivas

10.000 members

*We're proud to announce that our family is still growing:
we now have over 10,000 members!*

Palladium Travel Club has cause for celebration, because we now have over 10,000 club members. In 2010, we reached 379 members, and seven years later, we've experienced staggering exponential growth. All this is simply a reflection of the trust guests have placed in Palladium's product, and, because they know that by becoming members they will gain access to better rates, more benefits and better service... These are the pillars upon which we have built our foundations; they are the reason we

have become the Palladium Group's internal tour operator par excellence. Congratulations for making us better every day.

ESP. ESTAMOS ORGULLOSOS DE ANUNCIAR QUE NUESTRA FAMILIA SIGUE CRECIENDO ¡Y YA CONTAMOS CON MÁS DE 10.000 SOCIOS! Palladium Travel Club está de celebración, y es que ya contamos con más de 10.000 socios en nuestro club. En 2010 alcanzamos la cifra de 379 miembros y siete años después,

hemos ido creciendo de manera exponencial y abrumadora. Todo esto no es más que el reflejo de la confianza que el huésped ha depositado en el producto Palladium, porque sabe que convirtiéndose en socio tiene el derecho de recibir las mejores tarifas, beneficios y atenciones.... Pilares sobre los que hemos sentado nuestras bases y que son los que han llevado a que, hoy por hoy, seamos el touroperador interno por excelencia del Grupo Palladium. Enhorabuena por hacernos ser mejores cada día.



ESP. EQUIPO DE RESERVACIONES DE PALLADIUM TRAVEL CLUB.

Nuestro equipo de reservaciones se ha ido ampliando con la única finalidad de mejorar el servicio que ofrece a nuestros socios y ya cuenta con una plantilla de doce agentes. A la cabeza de dicho departamento se encuentra la señorita Brenda Liz Carmona, que tiene como colaboradores a Danica Pfefferle, de origen alemán, Rahel Bussmann, cuyo país natal es Suiza, y Marianela Bertone, argentina. Todos ellos son políglotas y dominan el inglés, el alemán, el español y el portugués, y trabajan día a día para que usted, como socio, reciba una respuesta efectiva y rápida ante todas sus inquietudes y requerimientos.

PALLADIUM TRAVEL CLUB RESERVATIONS TEAM

Our reservations team has been expanded with the sole purpose of improving the services we offer our members, and we now have twelve reservation agents. The head of this department is a young woman named Brenda Liz Carmona, who, along with collaborators such as German native Danica Pfefferle, Swiss-born Rahel Bussmann and Argentinian Marianela Bertone; all polyglots who speak English, German, Spanish and Portuguese and work day-to-day to make sure that, as a member, you will get quick and effective responses to all your queries and questions.

YOU ARE ONLY A CLICK
AWAY FROM YOUR
DREAM HOLIDAY!

MEET *Miss VIP* AND ENJOY
THE WELCOME PACKAGE



Webcome Package

Make your reservation through our website to take advantage of the exclusive offers **Palladium Hotels & Resorts** has for you in America's and the Caribbean's most desired destinations.

Enjoy these perks:

- 15% discount at Zentropia Palladium Spa & Wellness
- A variety of fruit in the room
- A complimentary bottle of liqueur
- Free late check-out
- Transport to and from the airport

Book now at PALLADIUMHOTELGROUP.COM or dial +34 971 926 486

Offer subject to availability depending on dates and destinations. For further information, check the terms and conditions published in our website.



PALLADIUM
HOTELS & RESORTS

Where
DÓNDE

INFORMATION AND RESERVATIONS

www.palladiumhotelgroup.com

Palladium
Hotels
& Resorts
APP



Available on the
App Store



Google play

3 hotels

Nayarit
Riviera

1 hotel

Santo
Domingo

5 hotels

Mayan
Riviera

4 hotels

Punta
Cana

MEXICO

2 hotels

Lucea
Montego
Bay

DOMINICAN
REPUBLIC

JAMAICA

BRAZIL



Grand Palladium Kantenah Resort & Spa

The perfect combination of exclusivity and nature on the Mayan Riviera. / **ESP.** La combinación ideal de exclusividad y naturaleza en la Riviera Maya.



Grand Palladium Imbassaí Resort & Spa

An unforgettable all-inclusive in Salvador de Bahia. / **ESP.** Un inolvidable todo incluido en Salvador de Bahía.

1 hotel

imbassaí



Grand Palladium Bávaro Suites Resort & Spa

Private beach and two golf courses in Punta Cana. / **ESP.** Playa privada y dos circuitos de golf en Punta Cana.

2 hotels
Madrid

3 hotels
Oviedo

3 hotels
Barcelona

13 hotels
Ibiza

1 hotel
Valencia

1 hotel
Tenerife

SPAIN

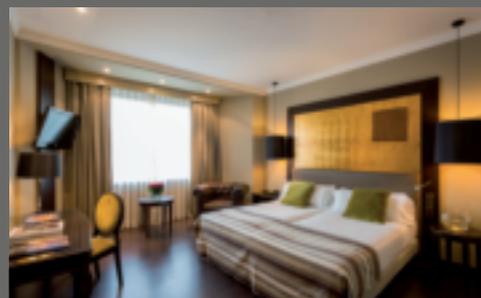
ITALY

1 hotel
Menorca

1 hotel
Córdoba

1 hotel
Sevilla

2 hotels
Sicily



Ayre Hotel Astoria Palace

An exemplary hotel in the heart of Valencia. / **ESP.** Un hotel emblemático en el corazón de Valencia.



Fiesta Sicilia Resort

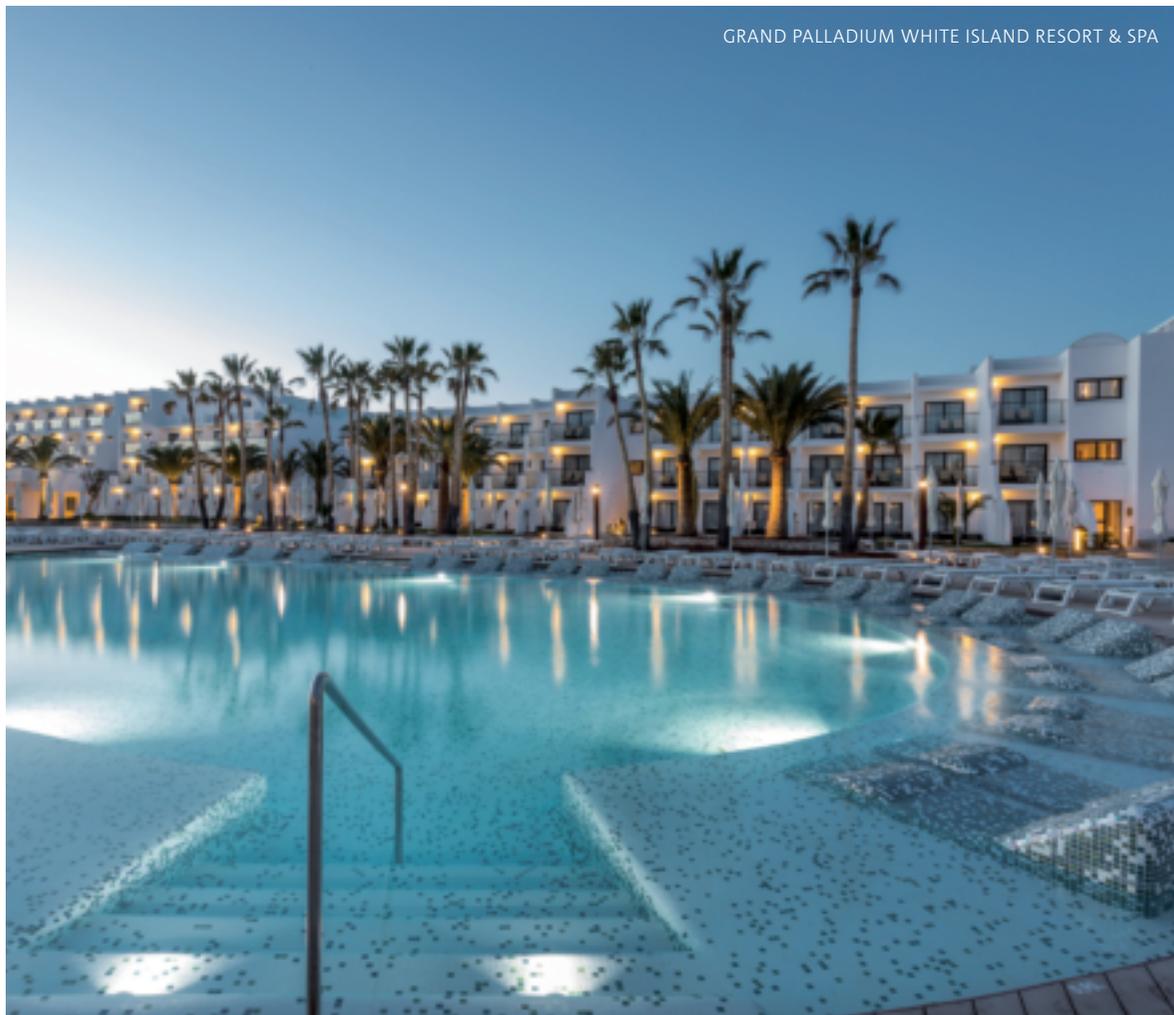
Mediterranean harmony and exuberance. / **ESP.** Armonía y exuberancia mediterráneas.



The Royal Suites Yucatán by Palladium

Tropical luxury with fabulous beaches and huge pools. / **ESP.** Lujo tropical con magníficas playas y grandes piscinas.

GRAND PALLADIUM WHITE ISLAND RESORT & SPA



THE ROYAL SUITES
by Palladium

MEXICO. Mayan Riviera

THE ROYAL SUITES YUCATÁN
by Palladium ★★★★★

Carretera Chetumal-Puerto Juárez Km,
256-100, 77710 Municipio Solidaridad - Riviera Maya
(Mexico)
Phone: +52 9848 772100

MEXICO. Nayarit Riviera

THE ROYAL SUITES PUNTA DE MITA

by Palladium ★★★★★
Carretera Punta de Mita Km. 11.5, 63734 Bahía de
Banderas - Riviera Nayarit (Mexico)
Phone: +52 3292 269900

DOMINICAN REPUBLIC. Punta Cana

THE ROYAL SUITES TURQUESA

by Palladium ★★★★★
El Cortecito, Playa Bávaro Phone: +180 9 221 81 49



**GRAND PALLADIUM
HOTELS & RESORTS**

SPAIN. Ibiza

**GRAND PALLADIUM PALACE IBIZA
RESORT & SPA ★★★★★**

Playa d'en Bossa s/n, 07817
Sant Jordi de Ses Salines. Ibiza.
Phone: +34 971 396784

**GRAND PALLADIUM WHITE ISLAND
RESORT & SPA ★★★★★**

Playa d'en Bossa s/n, 07817
Sant Jordi de Ses Salines. Ibiza.
Phone: +34 971 396717

MEXICO. Mayan Riviera

**GRAND PALLADIUM COLONIAL
RESORT & SPA ★★★★★**

Carretera Chetumal -
Puerto Juárez Km, 256-100,
77710 Municipio Solidaridad
Riviera Maya (Mexico)
Phone: +52 9848 772100

**GRAND PALLADIUM KANTENAH
RESORT & SPA ★★★★★**

Carretera Chetumal-Puerto
Juárez Km, 256-100, 77710
Municipio Solidaridad - Riviera Maya (Mexico)
Phone: +52 9848 772100

**GRAND PALLADIUM WHITE SAND
RESORT & SPA ★★★★★**

Carretera Chetumal -
Puerto Juárez Km, 256-100,
77710 Municipio Solidaridad - Riviera Maya (Mexico)
Phone: +52 9848 772100

**GRAND PALLADIUM RIVIERA
RESORT & SPA ★★★★★**

Carretera Chetumal -
Puerto Juárez Km, 256-100,
77710 Municipio Solidaridad - Riviera Maya (Mexico)
Phone: +52 9848 772100



GRAND PALLADIUM LADY HAMILTON RESORT & SPA

MEXICO. Nayarit Riviera

**GRAND PALLADIUM VALLARTA
RESORT & SPA ★★★★★**

Carretera Punta de Mita Km. 11.5,
63734 Bahía de Banderas.
Phone: +52 3292 269900

DOMINICAN REPUBLIC. Punta Cana

**GRAND PALLADIUM PUNTA CANA
RESORT & SPA ★★★★★**

El Cortecito, Playa Bávaro,
Phone: +001 80 9 221 07 19

**GRAND PALLADIUM BÁVARO SUITES
RESORT & SPA ★★★★★**

El Cortecito, Playa Bávaro, Punta Cana -
Dominican Republic.
Phone: +1 809 2218149

**GRAND PALLADIUM PALACE
RESORT SPA & CASINO ★★★★★**

El Cortecito, Playa Bávaro, Punta Cana -
Dominican Republic. Phone: +18 092 210719

JAMAICA. Montego Bay

GRAND PALLADIUM JAMAICA RESORT & SPA ★★★★★

Lucea - Montego Bay - Jamaica
Phone: +876 619 0000

GRAND PALLADIUM LADY HAMILTON RESORT & SPA ★★★★★

Lucea - Montego Bay - Jamaica
Phone: +876 619 0000

BRAZIL. Salvador de Bahia

GRAND PALLADIUM IMBASSAÍ RESORT & SPA ★★★★★

Rodovia BA 099, km 65, Linha Verde, Condominio
Reserva Imbassaí, CEP: 48280-000, Brazil
Phone: +55 71 3642-7272



PALLADIUM HOTELS

SPAIN. Ibiza

PALLADIUM HOTEL PALMYRA ★★★★★SUP

Avda. Doctor Fleming 18, 07820 San Antonio. Ibiza
Phone: +34 971 340354

PALLADIUM HOTEL DON CARLOS ★★★★★SUP

Los Rosales 53, 07849 Sta. Eulalia. Ibiza
Phone: +34 971 330128

PALLADIUM HOTEL CALA LLONGA ★★★

Calle Monte Aconcagua, s/n. Cala Llonga,
07849 Santa Eulalia
Phone: +34 971 196501



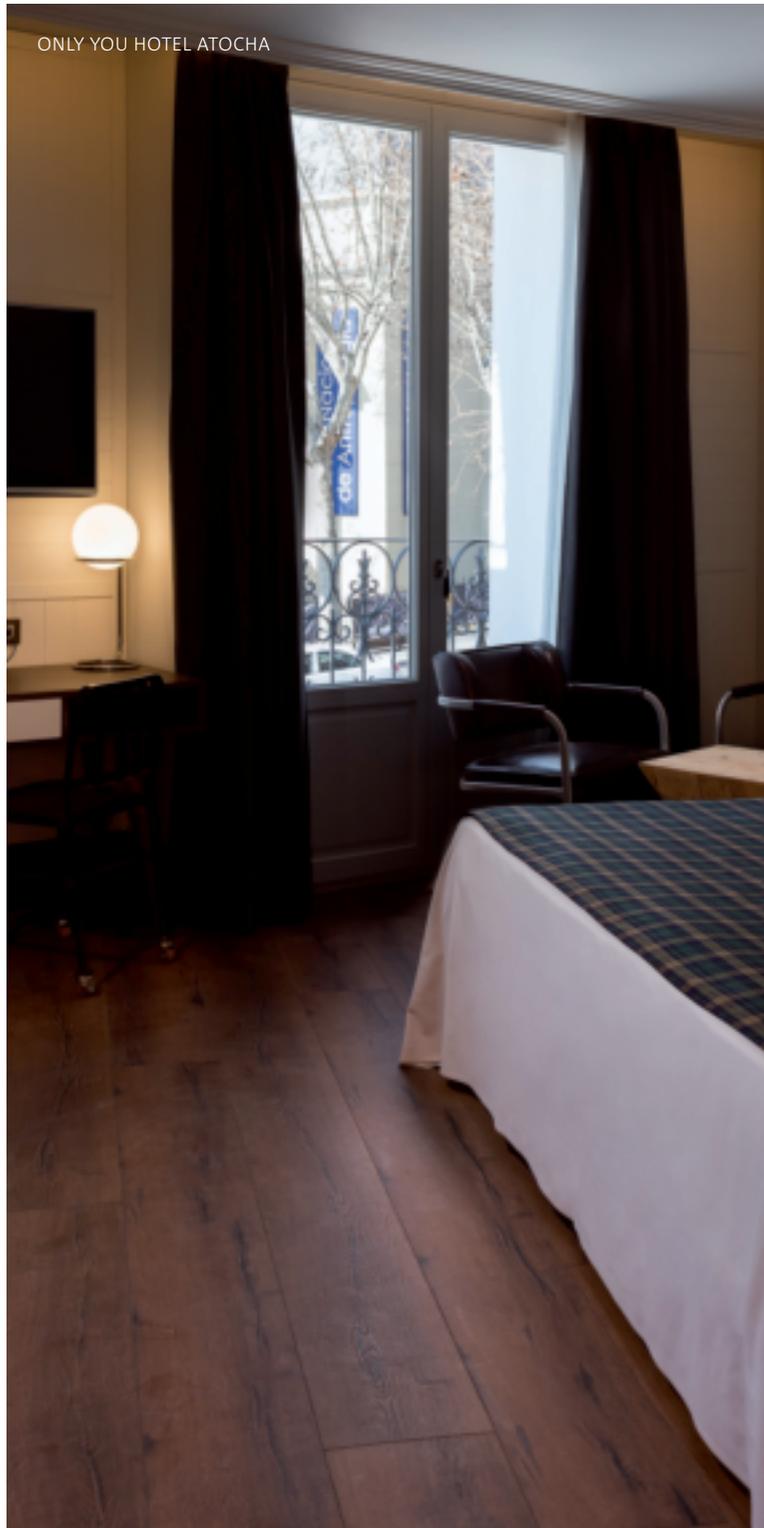
PALLADIUM
BOUTIQUE HOTELS

SPAIN. Ibiza

AGROTURISMO SA TALAIA

Es puig 8 - Ses Paisses - 07820 Ibiza
Phone: +34 971 341557

ONLY YOU HOTEL ATOCHA





FIESTA HOTELS & RESORTS

SPAIN. Ibiza

FIESTA HOTEL CALA GRACIÓ ****

Crta. Cala Gració s/n, 07820 San Antonio. Ibiza
Phone: +34 971341300

FIESTA HOTEL TANIT ***

Crta. Cala Gració s/n, 07820 San Antonio. Ibiza
Phone: +34 971341300

FIESTA HOTEL MILORD ***

C/ La Rioja 9, 07829 San José. Ibiza
Phone: +34 971341227

FIESTA HOTEL CALA NOVA ***

C/ Cala Nova - Es Cana, 07849
Sta. Eulalia. Ibiza
Phone: +34 971 330300

SPAIN. Menorca

FIESTA HOTEL CASTELL PLAYA ****

Urb. Arenal d'en Castell, 07740 Menorca
Phone: +34 971 358088

ITALY. Sicily

FIESTA HOTEL ATHÈNEE PALACE ****

Viale Imera SS 131 Km 204.3
90010 Campofelice di Roccella
Palermo (Sicily)
Phone: +39 0921 930011

FIESTA HOTEL GARDEN BEACH ****

Viale Imera SS 131 Km 204.3
90010 Campofelice di Roccella - Palermo (Sicily)
Phone: +39 0921 935053

DOMINICAN REPUBLIC. Santo Domingo

DOMINICAN FIESTA HOTEL & CASINO *****

Avenida Anacaona 101, Esquina Cibao Oeste. Sector
los Cacicazgos - Santo Domingo
Phone: +18 095 628222

AGROTURISMO SA TALIA





USHUAÏA IBIZA
BEACH HOTEL

SPAIN. Ibiza

THE USHUAÏA CLUB *****

Playa d'en Bossa 10, 07817
Sant Jordi de Ses Salines. Ibiza.
Phone: +34 971 396710

THE USHUAÏA TOWER *****

Playa d'en Bossa 10,
07817 Sant Jordi de Ses Salines. Ibiza.
Phone: +34 971 396710



ONLY YOU HOTELS

SPAIN. Madrid

ONLY YOU BOUTIQUE HOTEL MADRID****

Calle Barquillo, 21, 28004, Madrid
Phone: +34 91 005 22 22

ONLY YOU HOTEL ATOCHA ****

Paseo de la Infanta Isabel, 13, 28014 Madrid
Phone: +34 910 05 27 46



AYRE HOTELES

SPAIN. Madrid

AYRE GRAN HOTEL COLÓN ****

C/ del Pez Volador 1,
28007 Madrid
Phone: +34 91 400 99 00

SPAIN. Barcelona

AYRE HOTEL GRAN VÍA ****

Gran Vía de les Corts Catalanes 322,
08004 Barcelona
Phone: +34 93 367 55 00

AYRE HOTEL CASPE ****

C/ Caspe 103, 08013 Barcelona. Phone: +34 93 246 70 00

AYRE HOTEL ROSELLÓN ****

Carrer Roselló, 390. 08025 Barcelona
Phone: +34 93 600 92 00

SPAIN. Valencia

AYRE HOTEL ASTORIA PALACE ****

Pl. Rodrigo Botet 5, 46002 Valencia. Phone: +34 96 3981000

SPAIN. Seville

AYRE HOTEL SEVILLA ****

Avda. de Kansas City 7, 41018 Sevilla. Phone: +34 954 919797

SPAIN. Cordoba

AYRE HOTEL CÓRDOBA ****

Poeta Alonso Bonilla 3, 14012 Córdoba. Phone: +34 957 767476

SPAIN. Oviedo

AYRE HOTEL OVIEDO **SUP**

Policarpo Herrero s/n, 33006 Oviedo. Phone: +34 985 964 777

AYRE HOTEL RAMIRO I ****

Calvo Sotelo, 13, 33007, Oviedo. Phone: +34 985 232 850

AYRE HOTEL ALFONSO II ****

Ramiro I, 30, 33012, Oviedo. Phone: +34 985 277 660

**HARD ROCK HOTELS
(FRANCHISED BRAND)**

SPAIN. Ibiza

HARD ROCK HOTEL IBIZA *****

Carretera Playa D'en Bossa S/N
07817 Sant Jordi de Ses Salines. Ibiza.
Phone: +34 971 396726

SPAIN. Tenerife

HARD ROCK HOTEL TENERIFE *****

Avenida de Adeje 300, S/N
38678 Playa Paraíso, Adeje. Tenerife.



 CANCÚN 2.0

Costa



THE NEW
MAYAN
PARADISE

mujeres

BY **Carlos Adame**

The air is humid but pleasant. The smell of nature permeates everything. The sense of purity is a relief for the senses after visiting the areas tourist centers, where the smell of spices and food dominate in an environment that can sometimes be overwhelming. On the left is an enormous expanse of mangrove where thousands of birds sing incredibly beautiful songs, some hearth-wrenching, others cheerful, and, a few, melancholic. On the right lie the

white sand and the sea. The intense blue of a welcoming and eternal Caribbean. A sea that evokes a thousand legends, and teeming with history and life.

We are in an area known as Costa Mujeres, on the Mayan Riviera, a little over fifteen kilometers from the center of Cancun, the huge city that sprung up over the last few decades as a major tourist enclave. It is also near Playa del Carmen, until recently was a fairly undiscovered destination and now penalized by overcrowding. A sense of peace and abandon assails the visitor with every step when walking around the lesser known and less visited Quintana Roo, a province once dominated by the Mayas that now occupies practically all of the Yucatan Peninsula. Believe it or not, this abandoned area, which just a stone's throw away from the big city, hides an authentic little known paradise for today's increasingly globalized world of tourism. Costa Mujeres is a real promise of pleasure for the senses.

This narrow stretch of land, surrounded by the sea, takes its name from the island that lies in front of it. Isla Mujeres, discovered by the Spanish explorer Francisco Hernández de Córdoba in the year 1517. During pre-Hispanic times, the inhabitants of this land located just a few miles off the coast were devotees of Ixchel, the Mayan goddess of the moon, love and fertility. Upon arrival, the Spaniards found hundreds of female-shaped statues that Ixchel's devotees

CANCÚN 2.0. COSTA MUJERES, EL NUEVO PARAÍSO MAYA



El aire es húmedo pero agradable. Huele a naturaleza, que lo inunda todo. La sensación de pureza es un alivio para los sentidos después de visitar los núcleos turísticos de la zona, donde las especias y el olor a comida dominan un ambiente que puede llegar a ser opresivo. A la izquierda se extiende una enorme extensión de manglar donde miles de pájaros entonan cantos increíblemente bellos, algunos desgarrados, otros alegres y los menos, melancólicos. A la derecha la arena blanca y el mar. El azul intenso de un Caribe acogedor y eterno. Un mar que evoca mil leyendas y que está trufado de historia y de vida.

Estamos en una zona conocida como Costa Mujeres, en la Riviera Maya, a poco más de quince kilómetros del núcleo urbano de Cancún, la gran urbe creada en torno al turismo durante las últimas décadas. Y cerca también de Playa del Carmen, hasta hace poco un destino por descubrir y hoy algo castigado por la masificación. Una sensación de paz y abandono asalta al visitante cada dos pasos al recorrer la parte menos conocida y visitada de Quintana Roo, la provincia antaño dominada por los mayas que ocupa la práctica totalidad de la península del Yucatán. Aunque parezca mentira, en esta zona abandonada y perdida a tiro de piedra de la gran ciudad se esconde un verdadero paraíso poco conocido para el cada vez más globalizado mundo del turismo. Costa mujeres es una promesa real de placer para los sentidos.

One of the many Mayan sculptures of women found on the island, from which it takes its name. // Una de las esculturas femeninas mayas que abundan en la isla, de la que toma su nombre.



This remote and
deserted area hides
a veritable paradise.

left on the island, which is why they baptized it with this curious and evocative name (literally, “island of women”). Today, Costa Mujeres area, which is under the jurisdiction of the Isla Mujeres regional government, represents the future of tourism in Cancun. After years of being exploited by the tourism industry, the Yucatan Peninsula is unveiling a new paradisaical area to the world that hides dozens of miles of fine sand as white as snow. And it also hosts a series of deserted islands, protected for their environmental value, where visitors can practice snorkeling and diving and discover the wonders of an underwater ecosystem that is home to one of the largest living marine mammals and also one of the most fascinating animals in the world: the whale shark. Swimming next to this imposing animal while it feeds of plankton is one of the most amazing experiences the exuberant nature in this idyllic far away corner of Mexico has to offer.

Undiscovered Paradises

One of these precious Caribbean gems is Contoy Island, a natural park with no hotels that can be reached by speedboat from Punta Sam, one of the little ports spread over the coast of Cancun. It is a forty-minute boat ride to paradise, a short walk from the second largest barrier reef in the world, the Mesoamerican Reef Barrier. Diving on the surface of this gem of nature, where visits are limited to a single day, is one of the privileges the area near Costa Mujeres has to offer.

In addition to Contoy Island, on one of the old Mayan properties it's also possible to visit Isla Blanca, an island located in the northeastern corner of Quintana Roo. It's one of the local residents' preferred hideaways. Its sweat and salt water lagoon surrounded by mangroves is a unique attraction, even though it has now become a bit too popular. True paradise, the new tourist pole to be discovered, which is now opening up to the world, is still to be found on Mexico's eastern shore, at Costa Mujeres, the first spot of land on the Yucatan Peninsula to see the sunrise each morning.

Isla Mujeres is an entirely different world. A microcosm where everything, starting with its makeshift houses and infrastructure, seems provisional; even the smiles on the faces of its elderly seem incomplete, perhaps because of a certain sadness they've cultivated over the years. Only the children's laughter and games seem fully sincere, like in any other part of the world. The island's inhabitants boast of enjoying a more authentic, laid-back ambience than their neighbors on the mainland. Especially tourist industry owners and workers, many of whom are originally from the Continent, that is to say, Argentina, Uruguay or even Colombia. Interestingly, this sort of spiritual aura and “positive vibe” recalls the way many tourists describe the island of For-



Turquoise waters
and white sands.
Costa Mujeres is an
undiscovered paradise
in Cancun. / **ESP.** Aguas
turquesas y arenas
blancas. Costa Mujeres
es un paraíso por
descubrir en Cancún.



Esta lengua de tierra bañada por el mar ha tomado como nombre la isla que tiene enfrente, Isla Mujeres, descubierta por el español Francisco Hernández de Córdoba en el año de 1517. En época prehispánica este pedazo de tierra situado a pocas millas de la costa estaba consagrado a Ixchel, diosa maya de la Luna, el amor y la fertilidad. Los españoles se encontraron a su llegada con cientos de figuras con forma de mujer que los creyentes dejaban en la isla, por lo que la bautizaron con este nombre tan curioso y evocador.

La zona de Costa Mujeres, bajo jurisdicción del gobierno regional de Isla Mujeres, representa hoy ya el futuro turístico de Cancún. Tras años de explotación turística, la península del Yucatán descubre al mundo una nueva zona paradisíaca que esconde decenas de kilómetros de arena fina, blanca como la nieve. Y también una serie de islas perdidas, protegidas por su valor ecológico, en las que sumergirse para practicar el esnórquel y el buceo y descubrir las maravillas de un ecosistema submarino en el que vive el mamífero marino más grande del mundo y uno de los animales más fascinantes del planeta: el tiburón ballena. Nadar junto a este imponente animal mientras se alimenta de plancton es una de las experiencias más brutales que ofrece la naturaleza desbordante de este pedacito de México alejado de la realidad.

Paraísos por descubrir

Una de estas joyas tan preciadas del Caribe es isla Contoy, un parque natural donde no hay hoteles y al que se accede en lancha desde Punta Sam, uno de los pequeños puertos que hay diseminados a lo largo de la costa de Cancún. Cuarenta minutos de navegación para llegar al paraíso, a un paseo de la segunda barrera de coral más grande del mundo, la Barrera de Arrecife Mesoamericana. El buceo en superficie en esta joya de la naturaleza, donde sólo se puede estar una jornada, es uno de los privilegios que ofrece la zona de Costa Mujeres.

Además de isla Contoy, en los antiguos territorios de los mayas se puede visitar también Isla Blanca, situada en la punta nordeste de Quintana Roo. Es uno de los refugios preferidos de los residentes en la zona. Su laguna de agua dulce y salada rodeada de manglar es un atractivo único, aunque ahora demasiado transitado. El verdadero paraíso, el nuevo polo turístico por descubrir, que ahora se abre al mundo, sigue estando en el extremo más oriental de México, en Costa Mujeres, el primer pedazo de tierra de la península del Yucatán que baña el sol cada mañana. Isla Mujeres es otro mundo. Un microcosmos en el que todo parece provisional por sus viviendas e infraestructuras a medio hacer; incluso la sonrisa de sus ancianos parecen incompletas, puede que por algún poso de tristeza cultivado con los años. Sólo



El viaje por esta zona de la península del Yucatán, salpicada de ruinas mayas, no tiene precio para los amantes del mar y de la historia.

ENG | ESP

mentera, part of the Balearic Islands in Spain. Traveling around this area of the Yucatan Peninsula, which is dotted with Mayan ruins, is a priceless experience for anyone sea lovers and history fans. And anyone who loves adventure or sports. Enjoying the natural wilderness allows us to get rid of that patina of monotony that seems to anesthetize those of us who live in the modern world. Sitting by the sea in a fisherman's cottage while enjoying the region's typical fish dish, tikinchik, seasoned with a reddish spice called axiote and marinated with achiote and bitter orange, is another priceless experience. And this is all just nine miles from Cancun, a modern city where you can take the world's pulse after getting lost for a few days in this as yet undiscovered destination in the Yucatan. In Cancun 2.0. •

One of the picturesque views of the beautiful bay of Isla Mujeres. // Una de las pintorescas vistas de la hermosa bahía de Isla Mujeres.

las risas y los juegos de los niños parecen plenos y sinceros, como en cualquier otra parte del mundo. Quienes viven en esta isla presumen de disfrutar de un ambiente más auténtico y relajado que el de sus vecinos continentales. Sobre todo los propietarios y trabajadores de los negocios turísticos, muchos de ellos procedentes del Continente, ya sea de Argentina, de Uruguay e incluso de Colombia. Curiosamente, esa especie de aura de espiritualidad y 'buen rollo' recuerda a cómo describen muchos turistas a la isla balear de Formentera, en España.

El viaje por esta zona de la península del Yucatán, salpicada de ruinas mayas, no tiene precio para los amantes del mar y de la historia. De la aventura y del deporte. Disfrutar de la naturaleza salvaje permite desprenderse de esa pátina de monotonía con la que nos anestesia el mundo moderno. Sentarse frente al mar en una cabaña de pescadores para disfrutar de un pescado típico de la región al tikinchik, aderezado con una especia llamada axiote, de color rojizo, y marinado con achiote y naranja agria, es algo único. Y apenas a quince kilómetros de Cancún, ciudad moderna en la que recuperar las constantes del mundo globalizado tras perderse unos días en este destino del Yucatán que todavía está por descubrir. En Cancún 2.0. •



WHERE THE MEETINGS ROCK AND THE ROCKERS MEET



A large conference, special incentive trip or a corporate meeting – whatever the occasion, Hard Rock Hotel Tenerife will help you transform it into something unforgettable. With our amazing conference centre, state-of-the-art technology, world-class catering and rock star service, you are guaranteed a rousing round of applause.

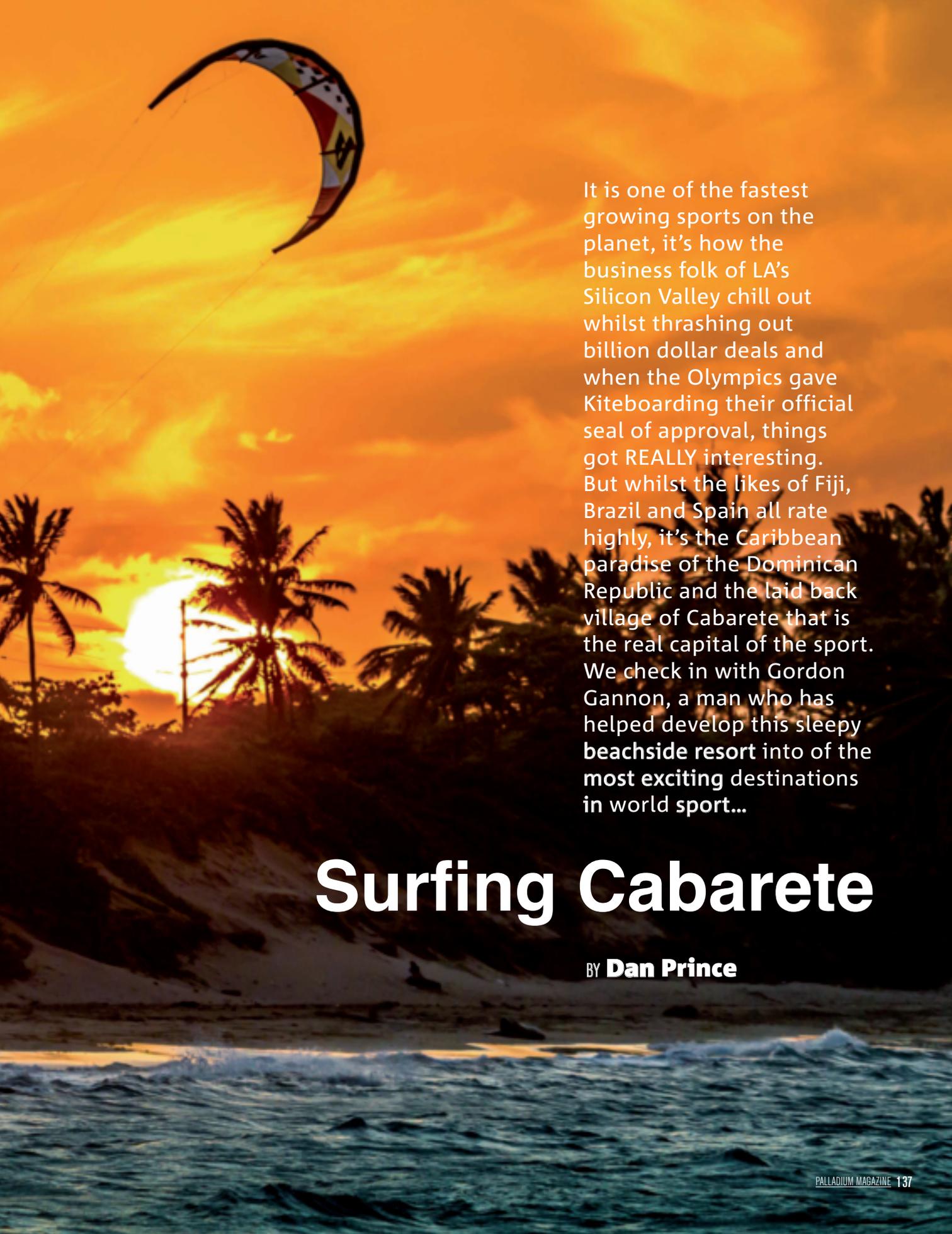
HRHTENERIFE.COM • [+34] 91 799 26 25

TENERIFE AV. ADEJE 300, S/N, 38678, PLAYA PARAÍSO, COSTA ADEJE

THIS IS **Hard Rock**
HOTEL

©2015 Hard Rock International (USA), Inc. All rights reserved.



A vibrant sunset over a tropical beach. The sky is a mix of orange, yellow, and red, with a bright sun low on the horizon. Silhouettes of palm trees are visible against the sky. In the upper left, a colorful kite surfer is visible against the bright sky. The foreground shows the dark blue ocean with white-capped waves breaking onto a sandy beach.

It is one of the fastest growing sports on the planet, it's how the business folk of LA's Silicon Valley chill out whilst thrashing out billion dollar deals and when the Olympics gave Kiteboarding their official seal of approval, things got REALLY interesting. But whilst the likes of Fiji, Brazil and Spain all rate highly, it's the Caribbean paradise of the Dominican Republic and the laid back village of Cabarete that is the real capital of the sport. We check in with Gordon Gannon, a man who has helped develop this sleepy beachside resort into of the most exciting destinations in world sport...

Surfing Cabarete

BY **Dan Prince**

You discovered the Dominican Republic on a family vacation when your father bought a barren piece of land in Cabarete to develop telling you “this place is perfect because it has nothing”. Did you agree?

Not at all, I told him he was absolutely crazy. I had just returned from a world tour cruising through Hawaii, Fiji, Tahiti, New Zealand and Australia and I thought it was the worst island I had ever been on. However I was looking at the island through the eyes of an 18 year old looking for fun, he was looking at it as a place to start something where there was nothing. Turns out he was absolutely right.

When did you first discover kiteboarding?

About 15 years ago when I moved to what later became known as Kite Beach. It was super dangerous in those days, death shackled to a C shaped kite with no depower. It's incredible no one died.

Why is it the fastest growing sport on the planet?

It's pure primal, pure freedom - you versus the elements with every day completely different. It looks hardcore but it's actually really safe as it's such a technical sport, you just have to listen to your instructor.

How competitive is the sport on the island?

Super competitive. There are always at least 3 Dominicans or foreigners who live in Cabarete in the top 10 of any World Cup event. This is a whole story in itself... young Dominicans who grew up on dirt floors without any education or possibilities of success who end up traveling the world and earning a very decent living from kiting. They then come back and buy some land, build houses and then get busy breeding the next generation of champions!

Why is Cabarete the perfect setting for the sport?

It's all about the unique combination of trade winds and the huge fresh water lagoon between the ocean and mountains which creates a thermal boost effect adding an average of 10 knots to the wind speed. People who come to Cabarete from Maui or Tarifa say that our trade winds are so buttery smooth compared to other top spots around the world.

Tell us about the whole internet start up and kiteboarding connection...

This is all happening because kiting is the golf of the start-up world. In the new world of internet business deals get hashed out on the beach not the golf course. Cabarete is a natural place for people to gather, play and also work the startup grind. If you're trying to get your start up funded and you want the attention of a VC player who is in town learning to kite, being a good kiter is a major way to ease into your elevator pitch for your project.

A case of chilling but always having their ears open for business?

Exactly. The internet millionaires and bil-

ES UNO DE LOS DEPORTES DE MAYOR PROYECCIÓN EN EL PLANETA; ES LO QUE HACE LA GENTE QUE TRABAJA EN LAS EMPRESAS DE SILICON VALLEY, EN LOS ÁNGELES, PARA DESCONECTAR MIENTRAS NEGOCIAN ACUERDOS BILLONARIOS, Y CUANDO EL COMITÉ OLÍMPICO RECONOCIÓ EL KITEBOARDING (O KITESURF) COMO DEPORTE, LAS COSAS EMPEZARON A PONERSE REALMENTE INTERESANTES. PERO AUNQUE HAY OTROS LUGARES MUY BUENOS PARA PRACTICARLO, COMO LAS ISLAS FIJI, BRASIL O ESPAÑA, LA VERDADERA CAPITAL DE ESTE DEPORTE SE ENCUENTRA EN EL PARAÍSO CARIBEÑO DE LA REPÚBLICA DOMINICANA, CONCRETAMENTE EN EL PEQUEÑO PUEBLO DE CABARETE. HABLAMOS CON GORDON GANNON, UN HOMBRE QUE AYUDÓ A DESARROLLAR ESTE TRANQUILO COMPLEJO CERCANO A LA PLAYA, CONVIERTIÉNDOLO EN UNO DE LOS DESTINOS MÁS APASIONANTES DEL MUNDO DEL DEPORTE...

Descubrió República Dominicana durante unas vacaciones familiares cuando su padre compró un terreno desangelado en Cabarete con el fin de desarrollarlo y le dijo: “Este sitio es perfecto porque no hay nada”. ¿Estaba de acuerdo con él?

En absoluto, yo le dije que se había vuelto loco. Acababa de volver de dar la vuelta al mundo, navegando por Hawaii, las islas Fiji, Tahití, Nueva Zelanda y Australia, y pensé que esta era la peor isla que jamás había conocido. Pero claro, yo estaba mirando la isla a través de los ojos de un chico de 18 años que lo que quería era divertirse; él la veía como un sitio para montar algo donde no había nada. Resulta que mi padre tenía toda la razón.

¿Cuándo descubrió el kiteboarding?

Hará unos 15 años, cuando me mudé a lo que con el tiempo acabaría conociéndose como Kite Beach. En aquel entonces era muy peligroso, era la muerte encadenada a una cometa en forma de C sin frenada. Es increíble que no muriera nadie.

¿Por qué se ha convertido en el deporte con más proyección del planeta?

Es una sensación primaria de libertad pura: estás luchando tú solo contra los elementos y cada día es totalmente distinto. Parece muy extremo, pero en realidad es bastante seguro ya que es un deporte muy técnico. Simplemente tienes que hacerle caso al monitor.

¿Es muy competitivo el deporte en la isla?

Súper competitivo. Siempre hay al menos tres habitantes de Cabarete, dominicanos o extranjeros, entre los 10 mejores de cualquier evento de la copa Mundial. Esto en sí es otra historia... los jóvenes dominicanos que se criaron en una choza sin ningún tipo de educación y sin ninguna posibilidad de prosperar y acaban viajando por el mundo y ganándose muy bien la vida con el kitesurf. Luego vuelven, compran un terreno, construyen sus casas y ¡se ponen manos a la obra a criar a la siguiente generación de campeones!

¿Qué es lo que convierte a Cabarete en el escenario perfecto para este deporte?

La combinación única de los vientos alisios y

The Dominican Republic is the global capital of kitesurf. // La República Dominicana es la capital mundial del kitesurf.

Kitesurf It's pure primal, pure freedom - you versus the elements. // "El kitesurf es una sensación primaria de libertad pura: estás luchando tú solo contra los elementos".



ENG | ESP

lionaires that come to Cabarete love not being special here. They fly in on their private jets, slip into their board shorts and from that moment simply blend in. They hop into moto taxis to get around, eat at simple Dominican street stalls and drink beer with young locals who may well be penniless, but are red hot kites. In Cabarete you are not defined by the size of your balance sheet but rather how good your back loop is! If you're a super rich dude but suck, you suck and are treated as such until you improve. This way of life here appeals to people who are used to usually being surrounded by people telling them how great they are all day every day.

Kiteboarding myths explained...

It's dangerous.

Not anymore. Years of advancement in equipment design have made it no more dangerous than flying a kite!

It's expensive

Yes. For a used set about \$1500 to get started and as much as \$4000 US for new. •

una enorme laguna de agua dulce entre el océano y las montañas que genera un efecto térmico que hace que la velocidad del viento aumente unos 10 nudos de media. La gente que viene a Cabarete después de pasar por Maui o Tarifa dice que nuestros vientos alisios son muy suaves comparados con otros lugares del mundo.

Cuéntenos un poco sobre la conexión entre las start-up de internet y el kiteboarding...

Todo esto está ocurriendo porque el kitesurf es como el golf del mundo de las start-ups. En el nuevo mundo de internet, los negocios se deciden en la playa, no en el campo de golf. Cabarete es un lugar natural para que la gente de las start-ups se reúna, juegue y también trabaje. Si estás buscando financiación para tu start-up y quieres llamar la atención de un ejecutivo de un fondo de inversión que haya venido a practicar kitesurf, si controlas el deporte tienes una buena forma de entrarle para hablar de tu proyecto.

O sea, ¿que vienen a relajarse pero siempre están atentos por si surge algún negocio?

Exactamente. A los millonarios y billonarios de internet que vienen a Cabarete les encanta sentirse especiales aquí. Llegan en sus jets privados, se ponen los pantalones cortos y desde ese momento en adelante pasan desapercibidos. Se mueven por la isla en moto-taxi, comen en sencillos puestos callejeros dominicanos y beben cerveza con los jóvenes lugareños que posiblemente no tengan ni un céntimo, pero que son los reyes del kitesurf. En Cabarete no te define el saldo de tu cuenta de resultados, ¡sino lo bien que haces los saltos! Si eres un tío que está forrado pero lo haces mal, eres malo y te tratarán como tal hasta que mejores. Este estilo de vida atrae a gente que está acostumbrada a que los demás les bailen el agua y les digan lo maravillosos que son día tras día.

Algunos de los mitos del kiteboarding... Es peligroso.

Ya no. Tras años de avances en el diseño de los equipos, ¡es igual de peligroso que hacer volar una cometa!

Es caro.

Sí. Un equipo de segunda mano cuesta 1.500 dólares, para empezar, y uno nuevo hasta 4.000 dólares. •



EIVISSA, AN ISLAND WITH TRADITION

**NOT TOO LONG AGO, IBIZA
WAS A SPARSELY POPULATED ISLAND.
LIFE REVOLVED AROUND MINOR EVENTS: SUNDAY
MASS, OFFICIALLY SANCTIONED HOLIDAYS...**

NO HACE DEMASIADOS AÑOS IBIZA ERA UNA ISLA POCO POBLADA. LA
VIDA TRANSCURRÍA ALREDEDOR DE PEQUEÑOS ACONTECIMIENTOS:
LA MISA DE LOS DOMINGOS, LAS FIESTAS SEÑALADAS...

BY **Carlos Ádame**

A scene of traditional
Ibizan dance, in front of
a rural church. / **ESP.**
Una escena de danza
tradicional ibicenca,
frente a una iglesia rural.



© Gonzalo Azumendi

ENG | ESP

One tradition from those days that still stands out as a singular and original practice is the “festeig”. On certain days of the week, traditionally Tuesday and Thursday, though sometimes on Saturdays too, young single women would receive their suitors at home. Under her parent’s watchful gaze. The young men would take turns sitting next to her and engage in conversation (and sometimes, if there were several Don Juans, one would sit on each side).

And the woman chose. This way of choosing a marriage partner had its risks. In fact, it often led to knife fights or even shoot outs between the young rivals. And occasionally it would also sow seeds of eternal hatred between families. In fact, the authorities considered banning the practice on more than one occasion. The “festeig” was part of a series of stages of wooing that were perfectly in line with Ibiza’s hierarchical patriarchal society. Women always saw their suitors at home, and the men had to ask her parents for permission to come in. As explained in the Enciclopèdia d’Eivissa i Formentera, if a young man arrived after the other suitors, he had to patiently await his turn. The “festeig” ended once the young woman had officially made her selection. But how? Through the church, the foundation on which that society was built. Once the young woman had decided on a husband, she would refrain from going out to “festetjar” (celebrate). Instead, on the following Sunday the woman would wear the ring her chosen suitor had given her to mass. Or she would simply attend mass at a different time...

The “festeig” were perfectly in line with Ibiza’s hierarchical patriarchal society. / **ESP.** El ‘festeig’ explicaba muy bien la jerarquizada sociedad de la Ibiza antigua.

EIVISSA, UNA ISLA CON TRADICIÓN. Entre las tradiciones de aquella época destaca una por su singularidad y originalidad: el ‘festeig’. Durante unos días a la semana, tradicionalmente los martes y jueves, aunque también los sábados, las jóvenes solteras recibían en sus casas a sus pretendientes. Bajo la atenta mirada de sus padres. Por turnos, se sentaban a su lado (a veces, si había muchos donjuanes, se sentaban uno a cada lado de la mujer) y entablaban conversación.

Y ella elegía. Este modo de cerrar enlaces tenía sus riesgos. Tantos que provocaba no pocas peleas a cuchillo e incluso a pistola entre jóvenes competidores. Y podían ser el germen de odios eternos entre familias. De hecho, las autoridades se plantearon en varias ocasiones prohibirla. El ‘festeig’ encerraba toda una serie de requiebros y etapas que explican muy bien la jerarquizada y patriarcal sociedad ibicenca. La mujer siempre recibía a los pretendientes en casas y éstos tenían que pedir permiso a sus padres para poder entrar. Como explica la Enciclopèdia d’Eivissa i Formentera, si al joven se le habían adelantado otros, tenía que esperar, paciente, su turno. El ‘festeig’ se acababa cuando la joven hacía oficial su elección. ¿Cómo? Utilizando la iglesia, base de esa sociedad. Si la joven había decidido marido, no salía a ‘festetjar’ y el domingo siguiente iba a misa portando el anillo regalo del elegido. O simplemente iba a misa a una hora diferente...

Otra de las expresiones tradicionales de la isla es el ‘uc’, un grito ancestral que todavía hoy se puede escuchar gracias a la labor de recu-

EIVISSAPIENS: A CONTEST DEDICATED TO PRESERVING IBIZA'S CULTURE

EIVISSAPIENS: UN CONCURSO PARA PRESERVAR LA CULTURA IBICENCA

Eivissapiens was born ten years ago with a clear objective: to advance and promote Ibiza's culture in order to prevent it from falling into oblivion. It is a contest aimed at Ibizan school children. The game's dynamic is simple. High school students compete in several eliminatory rounds in which they answer questions about the tradition, history and culture of Ibiza. The winning high school gets the "Olibassa", the contest's mascot, which the school can proudly display for a year. Only after winning the contest three times can a school keep the mascot permanently.

ESP. Eivissapiens nació hace ahora diez años con un objetivo claro: fomentar y promover la cultura pitiusa para evitar que caiga en el olvido. Es un concurso dirigido a los escolares de Ibiza. La dinámica del juego es sencilla. Los alumnos de los institutos se enfrentan en varias eliminatorias en las que deben resolver cuestiones relacionadas con la tradición, la historia y la cultura ibicencas. El instituto ganador se lleva la 'Olibassa', la mascota de este certamen, que pueden mostrar con orgullo durante un año en su centro educativo. Sólo quien la gane en tres ocasiones puede quedársela en propiedad.



ENG | ESP

Another traditional expression on the island is "uc", an ancestral cry that can still be heard today thanks to the efforts of the "collas", groups of Ibiza natives who are, fortunately, determined to recover this practice and ensure that its essence is not lost. Although in this case, even many native Ibizans are unaware of the true origin of this shriek that, for centuries, was heard violently piercing the night throughout Ibiza. This cry could be represented as follows: "Atuuuuuuuuuu! Yaaaaaaajajajajajajiiiiiii," and nowadays many of Ibiza's youth reproduce it thinking it has something to do with frolic, fun and partying. But nothing could be further from the truth. It was a cry of courage, a war or battle cry. Even a challenge. Like in many places, this archaic cry had no defined used. It could express hatred, an eagerness to fight, or simply a challenge to the solitude of the fields. Whatever the case, the "uc" is one of the most profound and authentic manifestations of Ibiza's culture. Magnetic, daunting. It still retains its past capacity to astonish and sow the seed of uncertainty. As with the "festeig", the chronicles of the 19th century and even those of the early 20th century indicate that authorities tried to ban the "uc" because they thought this shriek encouraged chaos and violence. With the passing years, the "uc" has lost this power and become something people scream when they're celebrating or partying. Gone are the times when the fields were torn with the piercing cries of frustration, hatred, vengeance, or, simply, loneliness. •

peración y mantenimiento de las tradiciones de las 'collas', grupos de ibicencos empeñados, por fortuna, en evitar que la esencia se pierda. Aunque en este caso incluso muchos ibicencos desconocen el verdadero origen de este alarido que durante siglos cruzó la geografía ibicenca rasgando con violencia la noche.

Este grito, que podría representarse así: 'Atuuuuuuuuuu! Yaaaaaaajajajajajajiiiiiii', lo reproducen ahora muchos jóvenes ibicencos en la creencia de que expresa jolgorio, alegría, fiesta. Nada más lejos de la realidad. Era un grito de valor, de guerra, de combate. Incluso de desafío.

Como en muchos de estos lugares, este grito arcaico no tenía un uso definido. Podía expresar odio, sed de pelea o simplemente un desafío a la soledad de los campos.

Sea como fuere, el 'uc' es una de las manifestaciones más profundas y auténticas de Ibiza. Magnético, sobrecogedor. Todavía conserva esa capacidad de asombrar y sembrar la incertidumbre de antaño. Como también sucediera con el 'festeig', las crónicas del siglo XIX e incluso de los primeros años del pasado siglo XX dejan constancia de los intentos de las autoridades de prohibir el 'uc', porque consideraban que era un grito que animaba al caos, a la violencia.

Con el devenir de los años ha ido perdiendo esa fuerza para quedar como un grito de fiesta o celebración. Atrás quedan los tiempos en que los campos eran atravesados por desgarradores alaridos de frustración, odio, venganza o, simplemente, soledad. •

Couples flirting during a dance in the rural Ibiza of the mid-twentieth century. / **ESP.** Parejas intiman durante un baile en la Ibiza rural de mediados del siglo XX. •



BY MARTÍN ULLOA

A Island Good Enough to Eat

INFLUENCED BY THE GREEKS, ENRICHED BY THE ARABS AND ROOTED IN HEBREW TRADITION, SICILIAN CUISINE IS EXUBERANT.



INFLUENCIADA POR LOS GRIEGOS, ENRIQUECIDA POR LOS ÁRABES Y ENRAIZADA CON LA TRADICIÓN HEBREA, LA SICILIANA ES UNA GASTRONOMÍA DE EXHUBERANCIA.

ENG | ESP

Sicily's cuisine is as exuberant as its landscape, rich in aromas and textures, like the stone pines and salty breeze that sweep through its landscape. Sicily, the Italian island on which every Mediterranean culture converges, is a compendium of distinct, superlative "Italian-ness" where everything to do with food is connected with the religion and spirit of the hundreds of cultures that helped make up its particular mixed identity, forged over the past two millennia. Sicilian cuisine has its roots in classical Greece; through the great kitchens of the "Monsù" nobility, and its first-of-kin are Arab pastries and Hebrew culinary traditions.

It is the passion of this land that seasons its culinary specialties, which symbolize just how much attention this familiar culture dedicates to good food and authentic flavors. So each of the regions in Sicily has its culinary specialties. To the east, the island's palate has Greek influences. These dishes are characterized by simple preparations and the use of natural garden products such as

To the left, torta all'arancia rossa, Sicilian blood orange cake, quite a local specialty. // A la izquierda, torta all'arancia rossa, pastel con la naranja sanguina siciliana, toda una especialidad local.

La gastronomía siciliana es exuberante como su paisaje, preñada de aromas y texturas, como los pinos piñoneros y la brisa salada que recorre su orografía. Sicilia, la isla italiana en donde confluyen todas las culturas del Mediterráneo, es un compendio de una italianidad distinta, superlativa, que liga las cosas del comer a la religión y al espíritu de los cientos de pueblos que conformaron su particular identidad mestiza forjada en los últimos dos milenios. La gastronomía de Sicilia enraíza con la Grecia clásica a través del "Monsù" de las grandes cocinas nobiliarias, emparenta con la repostería árabe y la tradición culinaria hebrea.

La pasión de esta tierra condimenta sus especialidades gastronómicas, símbolos de la atención que este pueblo familiar dedica a la buena comida y los sabores auténticos. De modo que cada una de las regiones de Sicilia tiene sus especialidades culinarias. Al oriente, el paladar de la isla tiene influencia griega. Son platos caracterizados por una preparación sencilla y el empleo de productos naturales de la huerta como

eggplant (melanzane), quite a culinary icon that culminates in a dish called caponata di melanzane (a stew made of eggplant, celery, tomato and olives), as an example of the sort of treatment vegetables require. The western area of the island is blended with Muslim culture, emphasizing a greater variety, more elaborate processes and a powerful refinement that is evident in its sauces and its contrasting flavors and textures. The Arabs introduced the spices that predominate in Sicilian recipes: sugar, citrus fruit, cinnamon and saffron, as well as rice. Dishes such as il falsomagro (steak stuffed with ham, cheese and egg) or involtini alla palermitana (stuffed with bread crumbs, raisins, pine nuts and cheese and scented with laurel and onion) are just two examples of this cuisine of rich ostentatious flavors. •

la berenjena (melanzane), todo un icono gastronómico que tiene su culmen en la *caponata di melanzane* (un guiso de berenjenas, apio, tomates, olivas), un ejemplo del trato dedicado que requieren las verduras. La zona occidental de la isla se funde con la cultura musulmana, destacando por una elaboración más variada, por los procesos más trabajados y por un refinamiento poderoso que se evidencia en las salsas y en el contraste de sabores y texturas. A los árabes se debe la introducción de las especias que dominan las recetas sicilianas, el azúcar, los cítricos, la canela o el azafrán, el arroz. Platos como *il falsomagro* (una chuleta de carne rellena de jamón, queso y huevo) o los *involtini alla palermitana* (reellenos de pan rallado, uva pasa, piñones, queso y aromatizados con laurel y cebolla) son ejemplos de esta cocina de ostentación y riqueza de sabores. •



Cuddureddi, a type of Sicilian fritter of Greek origin traditionally prepared by shepherds and travelers. // Cuddureddi, un tipo de buñuelos sicilianos de origen griego que antiguamente producían los pastores y viajeros.



Sicily in three recipes

Sicilia en tres recetas

1
Caponata, a stew made of eggplant, tomato, celery, onion, fried capers and olives, seasoned with a sweet-and-sour basil sauce and sugar.

Caponata. Estofado de berenjena, tomate, apio, cebolla, aceitunas y alcaparras fritas sazonadas con una salsa agrídulce de albahaca y azúcar.

2
Maccheroni alla Siciliana. Fresh pasta with day-old candied tomatoes, fresh thyme and sea salt, seasoned with fried anchovies and olives.

Maccheroni alla Siciliana. Pasta fresca con salsa de tomates confitados la víspera, tomillo fresco y flor de sal, aderezada con anchoas fritas y olivas.

3
Pasta negra con caviar rojo. A high color contrast dish where the intense red fish eggs stand out among the black capellini.
Pasta negra con caviar rojo. Un plato de alto contraste cromático donde las huevas de pescado de intenso color rojo sobresalen entre los capellini negros.

It's all about dancing



FOR OVER FOUR DECADES, DANCEHALL HAS RULED THE DANCEFLOORS IN JAMAICA. HERE, WE TAKE A LOOK AT THE ROOTS OF ITS SPIRITED, LIVELY SOUND AND THE INIMITABLE DANCE MOVES THAT HAVE BEEN SPAWNED AS A RESULT OF IT.

BY **ABBY LOWE**

ENG | ESP

If you're looking for an introduction to the diehard world of dancehall, find a sofa, sit yourselves down and watch *It's All About Dancing*; the 2006 documentary that delves into the nitty gritty of the famed Jamaican musical genre. In just over an hour, you're taken on a ride through all of dancehall's dimensions by stars of the scene including Mr Vegas, Bay-C and Beenie Man, in amid dance tutorials demonstrating how to do impressively-named moves like the 'Weddy Weddy', the 'Jiggy Dip' and the 'Air Force One' - integral manoeuvres to learn if you're ever to fit in on a dancehall dancefloor. The most well-known of all these is arguably the 'Dutty Wine', a move which involves rotating your neck, wrists and posterior simultaneously, while still attempting to look cool as a coconut. For the uninitiated, this should only be

One of dancehall's big stars, Elephant Man. Right: Couples at a Jamaican backyard party. // Una de las grandes estrellas del dancehall, Elephant Man. Derecha: Parejas en una fiesta jamaicana.

Si quieres ver una introducción al mundo de los fans acérrimos del dancehall, busca el sofá más cercano, siéntate en él y ponte a ver *It's All About Dancing*; un documental de 2006 que ahonda en los pormenores de este afamado género musical jamaicano. En poco más de una hora, te transportará a todas las dimensiones del dancehall de la mano de estrellas del mundillo como Mr Vegas, Bay-C y Beenie Man, y entre medias verás tutoriales de baile con los que podrás aprender a hacer movimientos con nombres tan impresionantes como el 'Weddy Weddy', el 'Jiggy Dip', y el 'Air Force One'. Es imprescindible que aprendas estas maniobras si aspiras a integrarte en un pista de baile de dancehall. El movimiento más conocido posiblemente sea el 'Dutty Wine', un paso que consiste en girar el cuello, las muñecas y el culo a la vez mientras intentas poner cara de ser más chulo que un ocho. Avisamos a los profanos que esto



HACE MÁS DE CUATRO DÉCADAS QUE EL DANCEHALL TRIUNFA EN LAS PISTAS DE BAILE DE JAMAICA. EXAMINAMOS LAS RAÍCES DE ESTE RITMO ANIMADO Y ALEGRE Y DE LOS INIMITABLES MOVIMIENTOS DE BAILE QUE SE HAN CREADO GRACIAS A ÉL.

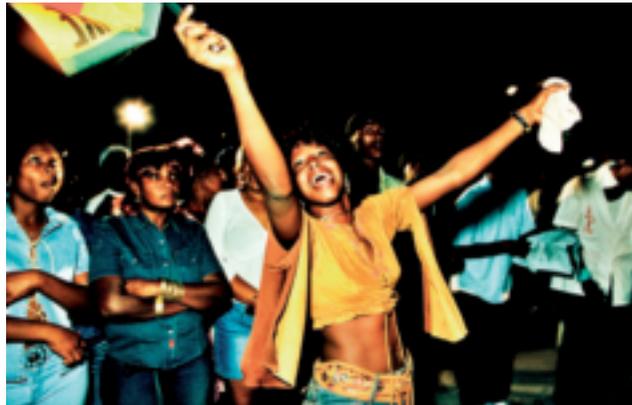


attempted by the brave and especially rhythmic, with extra points being given if you manage to master it after one attempt. Good luck with that.

Such is the popularity of dancehall these days that it's not uncommon to see a combination of all the aforementioned moves on any dancefloor across the globe. That success can be attributed in part to the likes of worldwide superstars like Rihanna and Sean Paul, whose tracks like 'Work' and 'Like Glue' respectively, have allowed the genre to cross over into the mainstream aural sphere. But dancehall has a long and meaningful past that's rooted in Jamaica's musical history, and it's this that's cemented its spot as one of the biggest and most influential musical movements on the planet.

Dancehall dates back to the late 1970s, when it originated as an offshoot from forever-popular reggae. Its name came from namesake dance halls where local, live music was played; often frequented by residents from inner areas of Kingston like Trench Town, Rose Town and Denham Town, who were unable to attend uptown gigs. Before its explosion in the '70s, reggae was by far the more popular of the two genres, but thanks to a changing political climate and a desire to move away from reggae's more internationally-focused sound, dancehall eventually emerged from the shadows, with the themes of dancing, sexuality, humour and violence becoming synonymous in between the lines of its sound.

Over the coming decades, dancehall flourished, evolving and unfolding to reveal talent that gained worldwide recognition. Yellowman, one of the genre's biggest stars, signed to an American record label in the '80s and enjoyed a similar level of popularity on his home island to Bob Marley, for a time. In the '90s, Chaka Demus & Pliers were thrust into the limelight thanks to their success on US soil, and these days, the likes of Busy Signal, Vybz Kartel and Drake steadfastly carry the dancehall flag, taking it to new depths with slick digital production and a more culturally inclusive message. So dig deep and get practicing that 'Wacky Dip', there's still plenty of opportunity to perfect your dancehall dancefloor dynamite yet. •



Dancehall became a musical means for Jamaicans to express themselves on the dancefloor. / El dancehall se convirtió en un medio musical para que los jamaicanos se expresasen en la pista de baile. •

sólo deben intentarlo los valientes con un sentido especial del ritmo, y si logras dominarlo en un sólo intento ganas todavía más puntos. Suerte con ello.

Hoy en día el dancehall es tan popular que no es raro ver una combinación de todos estos movimientos que hemos mencionado antes en cualquier pista de baile del mundo. Ese éxito podría atribuirse en parte a súper estrellas de fama mundial como Rihanna y Sean Paul, cuyos temas como 'Work' y 'Like Glue' permitieron a este género dar el salto al mercado global. Pero el dancehall cuenta con un largo e importante pasado con raíces en la historia musical de Jamaica, y esto es lo que le ha asegurado un lugar entre los movimientos musicales más extendidos y más influyentes del planeta.

El dancehall nació a finales de los 70 como una rama del eternamente popular reggae. El nombre proviene de las dance halls, o salas de baile, garitos donde se tocaba música local en directo y que solían frecuentar los habitantes de las zonas céntricas de Kingston como Trench Town, Rose Town y Denham Town, que no podían permitirse acudir a conciertos en las zonas más exclusivas de la ciudad. Antes de la

explosión del dancehall en los 70, el reggae era sin duda el más popular de los dos géneros, pero gracias al cambiante clima político y al deseo de alejarse del reggae hacia un sonido más internacional, con el tiempo el dancehall surgió de las tinieblas, tratando temas como el baile, la sexualidad, el humor y la violencia que se convirtieron en sinónimos de las letras de este ritmo.

En las siguientes décadas el dancehall floreció, evolucionó y se desplegó, revelando talentos que ganaron reconocimiento mundial. Yellowman, una de las grandes estrellas del género, firmó con un sello discográfico americano en los años 80 y, durante un tiempo, disfrutó de un nivel de popularidad similar al de Bob Marley en su isla natal. En los 90, Chaka Demus & Pliers acapararon la escena gracias a su éxito en Estados Unidos, y hoy en día, grupos como Busy Signal, Vybz Kartel y Drake siguen izando la bandera del dancehall, llevándolo a un nuevo nivel con una cuidada producción digital y un mensaje culturalmente más inclusivo. Así que ponte a ello y empieza ya a practicar el 'Wacky Dip'. Tienes una gran oportunidad para perfeccionar tus movimientos de dancehall en las pistas de baile. •

The eye observing the skies

BY MARTÍN ULLOA



**AT THE FOOT OF MOUNT TEIDE, IN TENERIFE, LIES
THE WORLD'S LARGEST SOLAR OBSERVATORY. THIS
PRIVILEGED EYE HELPS US LEARN ABOUT THE SUN KING.**

/ EN TENERIFE, EN LAS FALDAS DEL TEIDE, SE ENCUENTRA
EL MAYOR OBSERVATORIO SOLAR DEL MUNDO. UN OJO
PRIVILEGIADO PARA CONOCER MEJOR AL ASTRO REY.

A singular landscape.
View of the astronomical
Observatory from Teide
National Park. / **ESP.**
Un paisaje singular.
Vista del Observatorio
astronómico en el
Parque del Teide.

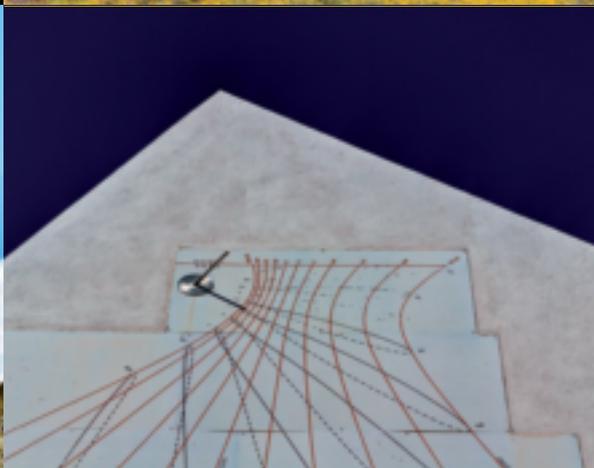
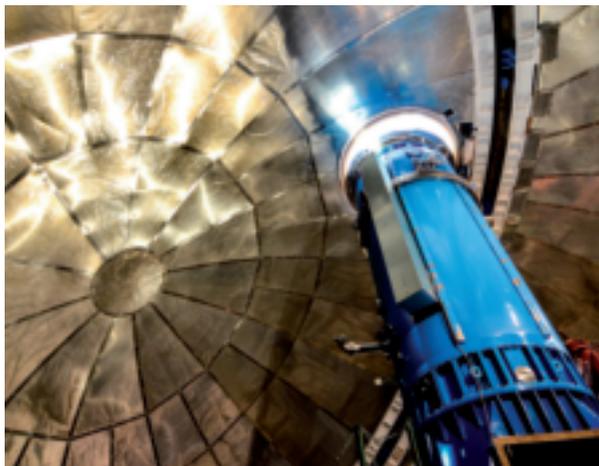


View of Tenerife's night sky, plagued with stars. / Vista del cielo nocturno de Tenerife, plagado de estrellas.

ENG

Founded in 1959, the Teide Observatory is the largest solar observatory in the world. Various European countries have installed a number of solar and night telescopes here. The quality and clarity of the skies above the Canary Islands, and particularly above the island of Tenerife, make the Teide Observatory the perfect place to focus on studying the Sun. The best solar telescopes in Europe are concentrated in this area. In the early 1970's, modern astrophysics began on the Canary Islands at this Observatory in an area known as Izaña, at an altitude of nearly 1.5 miles. The Teide Observatory also has a visitor's center located in an empty dome that was converted for this use and fitted with all the elements necessary to offer scientific exhibits. Visitors are often astounded by the impressive landscape surrounding the Teide Observatory, which makes it look much like a portal to another dimension, a gateway to outer space. Some of the most cutting-edge investigations into our relationship with our biggest star are carried out in this isolated location. Knowledge shines brightly at Mount Teide. •

**EL TEIDE,
UN LUGAR
ESPECIAL PARA
ESTUDIAR
EL SOL.
TEIDE IS A
SPECIAL SPOT
FROM WHICH
TO STUDY
THE SUN**



ESP

Matter from another galaxy. Close up of construction on the Telescope at Mount Teide. / Materiales de otra galaxia. Detalle de la construcción del Telescopio del Teide.

Intelligent landscapes. Setting up the Telescope on Mount Teide. / Paisajes inteligentes. Vista del arranque del Telescopio del Teide.

Clouds. The ascent up to the telescope is a prodigious climb: above the clouds, straight to the sky. / Nubes. La ascensión al telescopio es prodigiosa, por encima de las nubes, directa al cielo.

Distant galaxies. Close up of the constellations and orbits at the Teide Observatory. / Galaxias lejanas. Detalle de las constelaciones y órbitas en el Observatorio del Teide.

EL OJO QUE OBSERVA LOS CIELOS. Fundado en 1959, el Observatorio del Teide es el mayor observatorio solar del mundo y cuenta con un gran número de telescopios solares y nocturnos instalados por diferentes países europeos. La calidad y transparencia del cielo de Canarias, y sobre todo de la isla de Tenerife, hacen idóneo el Observatorio del Teide para centrarse en el estudio del Sol. En esta zona se reúnen los mejores telescopios solares europeos. La astrofísica moderna en Canarias empezó en este observatorio a comienzos de la década de los sesenta, en la zona de Izaña, a 2.400 metros de altitud. El Observatorio del Teide cuenta además con un centro de visitantes gracias a un proceso de conversión de una cúpula vacía a la que se ha dotado de elementos para la divulgación científica. El poderoso paisaje que circunda el Observatorio del Teide sobrecoge al visitante, como si fuese la entrada a una nueva dimensión: la espacial. En estas soledades tienen curso las investigaciones más punteras del hombre con relación a su estrella. En el Teide brilla el conocimiento. •

Mexican Design NEW DESIGNERS ARE BREAKING WITH TRADITION AND EMBRACING THE MODERNITY





**DISEÑO
MEXICANO**

NUEVOS DISEÑADORES
ROMPEN CON LA
TRADICIÓN PARA ABRAZAR
LA VANGUARDIA.



BY **JORDI TEIXEIRA**



ENG | ESP

In globalization, modernity becomes intertwined, appropriated, fused. Local academies become diluted for the benefit of other schools, and traditions are no longer a guarantee of style. As for design, the functionality and aesthetics of past creations give way to new industrial designers who have been suckled at avant-garde schools. This happens in many marginal countries that have managed to generate interesting local schools that, rather than promote a given movement, have done their best to encourage the initiatives of a booming generation in a constant exchange of connections. This is what has happened with new Mexican design, where the layers of functionality and tradition that engineers would have been in charge of resolving years ago are now being tackled by the restless studios of young industrial designers absorbing modernity in creations with the capacity to put their country, their generation and their school on the map.

In this Mesoamerican country, a dozen new designers are reinventing the old substratum in avant-garde creations that look upon New York, Helsinki and Milan as equals. Nouvel Studio, an experienced design firm with a presence in this country since 1994, heads this generation. In it, artists, designers and architects work alongside technicians

En la globalización, la modernidad se entrecruza, se vampiriza, se fusiona. Las escuelas locales se diluyen en beneficio de otras y las tradiciones dejan de ser garantes de estilo. En cuanto al diseño, la funcionalidad y la estética de las creaciones pasadas dejan paso a nuevos diseñadores industriales amamantados en escuelas de vanguardia. Así sucede en muchos países periféricos que han sido capaces de generar interesantes escuelas locales que, más que un movimiento determinado, sí traen a colación el impulso de una generación pujante en constante intercambio de conexiones. Así sucede con el nuevo diseño mexicano, donde las capas de funcionalidad y tradición que antaño resolvía un ingeniero lo retoman ahora inquietos estudios de jóvenes diseñadores industriales que absorben la modernidad en creaciones capaces de situar en el mapa a su país, su generación y su escuela.

En el país mesoamericano, una docena de nuevos diseñadores reinventa el sustrato anterior en creaciones de vanguardia que miran de igual a igual a Nueva York, Helsinki o Milán. A la cabeza de esta generación podríamos situar a Nouvel Studio, un gabinete de diseño experimentado, con presencia en el país desde el año 1994. Integrado por artistas, diseñadores y arquitectos que trabajan en conjunto

Above, Paca Studio sofa by Carlos Maldonado and Juan Pablo Viedma. Left, wooden swivel chair by José de la O; shoes by Miles & Louie, made to measure at Zapatos Tijuana; 5K desk by La Metropolitana, one of the top studios in Mexico City.

Arriba, sofá del estudio Paca, de Carlos Maldonado y Juan Pablo Viedma. A la derecha, silla giratoria en madera de José de la O, zapatos de Miles & Louie, hechos a medida en zapatos Tijuana, y escritorio 5K de La Metropolitana, uno de los estudios más sobresalientes del Distrito Federal.





ENG | ESP

and crafters to create products of the highest possible quality. This is where new designers such as Héctor Esrawe, Lorenzo Díaz and Alonso González emerged.

Worth noting among the collectives is Only The Young Die Young, a finalist in the prestigious Hotel Design Awards. From their burrow, which is half design studio, half shop, Mauricio García and Arturo Álvarez have created a furniture collection that stands out for its functionality and practicality, and was conceived for lives in movement. Meanwhile, the firm composed of Omar Ramos and Alejandro Grande (FOAM), which was chosen to participate in the Maison&Objet Fair in Paris, attracts attention because of the materials used to create their furniture, with polyurethane foam agglomerate finishes.

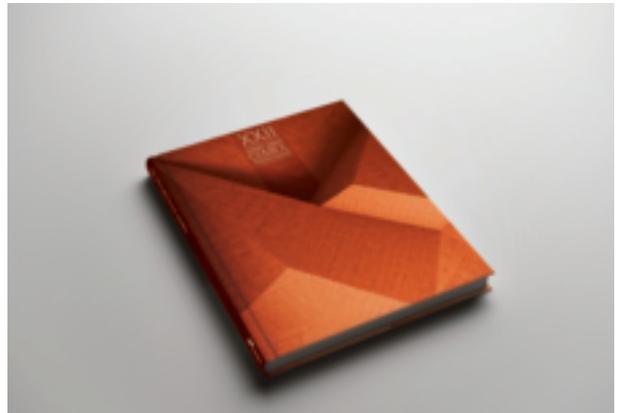
From a holistic perspective, Paca Studio, Carlos Maldonado and Juan Pablo Viedma, combines complimentary starting points to generate as many ideas as possible for any given problem, producing novel furnishings and solutions.

Above, vase by Colectivo 1050°, Affinis tables and Clear Dermal vase by Héctor Esrawe. // Arriba, jarrón del Colectivo 1050°, mesas de Affinis y jarrón Clear Dermal de Héctor Esrawe.

con técnicos y artesanos para crear productos de la más alta calidad. De aquí han salido nuevos diseñadores como Héctor Esrawe, Lorenzo Díaz y Alonso González.

Entre los colectivos, destacan Only The Young Die Young, finalistas del prestigioso galardón Hotel Diseño. Desde su madriguera, mitad estudio de diseño, mitad tienda, Mauricio García y Arturo Álvarez han creado una serie de muebles en los que sobresale la funcionalidad y la practicidad, concebidos para vidas en movilidad. Por su lado, el gabinete compuesto por Omar Ramos y Alejandro Grande (FOAM), seleccionados por la feria de diseño Maison&Objet en París, llama la atención por los materiales utilizados para crear su mobiliario, en los que emplean acabados de

aglomerado de espuma de poliuretano. Desde una perspectiva holística, el estudio Paca, Carlos Maldonado y Juan Pablo Viedma, une puntos de partida complementarios para lograr la mayor cantidad de visiones sobre un mismo problema, generando muebles y soluciones novedosas.



ENG | ESP

Proper names also have a place in this multifaceted map of new Mexican industrial design. Working under the name of Studio José de la O, this Mexican designer who trained in Holland is promoting the national movement from his base in Europe. His designs are somewhere between design and conceptual art. *Proyectos Unidos Mexicanos* is undoubtedly among the more recognizable initiatives for a new generation of Mexican designers. This amalgam of different disciplines puts art, architecture, design, gastronomy and music at the service of various fledgling projects. The work of the more than 60 individuals (including 40 designers and 19 artists) who make up the collective includes several avant-garde proposals. Names such as Carla Fernández, Peca, Andamios, Chamuchic, Paul Roco, Gala is Love and Los Vladimirovich.

New names and new collective and personal trends that are making a bid for Mexico as the new international mecca for contemporary design. Viva Mexico! •

Los nombres propios también tienen cabida en este mapa poliédrico del nuevo diseño industrial mexicano. Bajo el nombre de Studio José de la O, este diseñador mexicano formado en Holanda impulsa al movimiento nacional desde Europa. Sus diseños basculan entre el diseño y el arte conceptual. Entre las iniciativas más reconocibles para una nueva generación de diseñadores mexicanos el nombre de *Proyectos Unidos Mexicanos* es incuestionable. Una amalgama de distintas disciplinas como son el arte, la arquitectura, el diseño, la gastronomía o la música destinada a numerosos proyectos emergentes. Un total de más de 60 individualidades (entre ellos, 40 diseñadores y 19 artistas) cuya obra reúne propuestas de vanguardia. Entre sus

nombres Carla Fernández, Peca, Andamios, Chamuchic, Paul Roco, Gala is Love o Los Vladimirovich.

Nuevos nombres y nuevas tendencias colectivas y personales que reclaman México como nueva meca internacional para el diseño contemporáneo. Que viva México. •

Above, Biyou carpet, Ad Hoc lamp and La Fe Ciega's Cemex book. // Arriba, alfombra de Biyou, lámpara de Ad Hoc y libro de Cemex de La Fe Ciega.

SOMETIMES ALL THAT YOU NEED
IS RIGHT IN FRONT OF YOU.

#allI need

SHARE YOUR UNIQUE EXPERIENCES.
ALL YOU NEED, RIGHT WHERE YOU NEED IT.

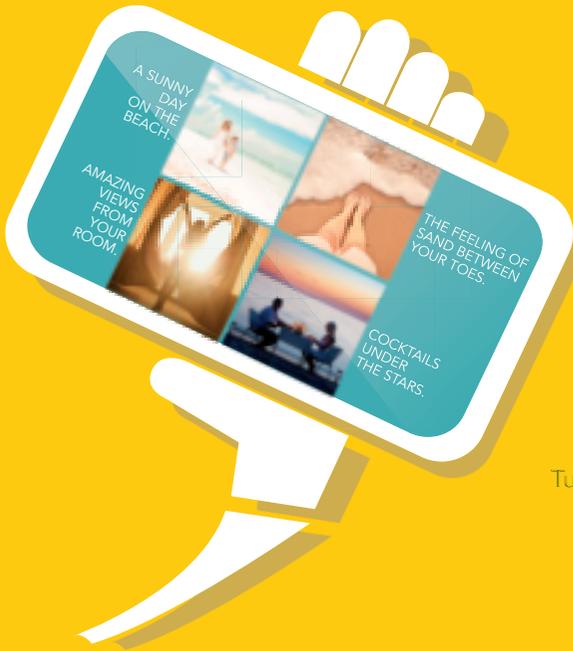
Tell the world you are here.  /PalladiumHotelGroup

Check our twitter for
up-to-the-second updates.  @PalladiumHG

Tune in to our official YouTube channel.  PalladiumHotelGroup

Get inspired for your next adventure.  @PalladiumHotelGroup

PALLADIUM
HOTEL GROUP
WWW.PALLADIUMHOTELGROUP.COM



The best gastronomic blog of Ibiza

visit us at www.ibizafoodie.com 



IBIZA

THE FLAVORS OF A MAGICAL ISLAND • LOS SABORES DE UNA ISLA MÁGICA

Summer is when Ibiza reaches its boiling point. The island becomes the place where everyone in the world would like to be. On Ibiza, you can enjoy the nightlife and the day time. You can enjoy dancing, swimming in its incomparable beaches or sampling the flavors offered on the menu at the Palladium Group's restaurants.

/ ESP. El verano es el momento en el que Ibiza entra en ebullición. La isla se convierte en el lugar donde todo el mundo quiere estar. En suelo ibicenco se puede disfrutar de noche, y también de día. Se puede gozar bailando, bañándose en sus incomparables playas o paladeando los sabores que ofrece la carta de los restaurantes de Grupo Palladium.

NEWS TO SUIT ALL TASTES

NOVEDADES PARA TODOS LOS GUSTOS



One of the corners of the Grand Palladium White Island Resort & Spa. / **ESP.** Uno de los rincones del Grand Palladium White Island Resort & Spa.



RENOVATED RESTAURANTS, NEW ROOMS, NEW BARS AND NEW ENTERTAINMENT SERVICES. PHG HAS COMPLETELY RENEWED AND UPDATED ITS OFFER IN IBIZA THIS SEASON.

RESTAURANTES RENOVADOS, NUEVAS HABITACIONES, BARES Y SERVICIOS DE ANIMACIÓN. LA OFERTA DE PHG EN IBIZA SE RENUEVA Y ACTUALIZA COMPLETAMENTE ESTA TEMPORADA.

The Grand Palladium Palace Ibiza & White Island, two of the most elegant hotels on the island, has just opened a new sports bar specializing in American cuisine. In addition, the theme restaurants and buffets have also renewed their recipes. Meanwhile, the children's entertainment concept has been renovated with new The Pop Gang mascots, targeted at children between the ages of 4 and 9, and the new Kids Only Club. Other novelties include Smile Services. The Grand Palladium Palace Ibiza & White Island resort has hired a Smile Manager to support the service, a person in charge of identifying special clients and creating unique experiences during their stay. The Palladium Hotel Don Carlos has renovated the recipes at its thematic restaurants and buffets, and



it has also expanded the parking area. In the Palladium Hotel Cala Llonga, this last venue has also renovated the TV sets in the suites, which now both have 42" TVs, and the hotel is also inaugurating three new suites with a new, more modern and fresh style, one of which features a terrace. The hotel has added a new yoga and Pilates area with artificial turf near the seaside. Meanwhile, Fiesta Hotel Cala Nova has installed reading lamps on the headboards of its beds.

ESP: El Grand Palladium Palace Ibiza & White Island, son dos de los hoteles señeros de la isla, acaba de abrir un nuevo *sports bar* con oferta gastronómica de especialidad americana. Asimismo, se han renovado las recetas en los restaurantes temáticos y en los buffets. En cuanto a la animación, las nuevas mascotas The

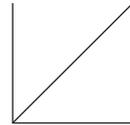
Pop Gang, orientadas a niños de 4 a 9 años y el nuevo concepto del Kids Only Club, un nuevo concepto para la zona infantil. Otra de las novedades viene del servicio Smile Services, donde la incorporación del departamento Smile Manager, encargado de identificar clientes especiales y crearles experiencias únicas durante su estancia. En el Palladium Hotel Don Carlos se han renovado las recetas en los restaurantes temáticos y en buffets y se ha ampliado el parking. En Palladium Hotel Cala Llonga, también se ha renovado los televisores de las suites, que este año tienen las dos televisiones de 42" y estrena tres suites nuevas, con un estilo nuevo, más actual y fresco, además una de ellas tiene terraza. El hotel incorpora una nueva zona de yoga y pilates con césped artificial en zona cerca del mar. Por su lado, el Fiesta Hotel Cala Nova ha instalado una lámpara de lectura en los cabezales de las camas.



The pool at the Grand Palladium White Island Resort & Spa, one of the suites and the children's entertainment. / **ESP.** Piscina del Grand Palladium White Island Resort & Spa, una de las suites y animación infantil.



MENUS AND BUFFET UPGRADED



For the 2017 season, the menus have been updated at the themed restaurants at both Grand Palladium Palace Ibiza Resort & Spa and Grand Palladium White Island Resort and Spa. This year, themed restaurants will be 100% a la carte during dinner service. They will include a healthy offer for eco-friendly meals and options for guests with special food requirements.

/ ESP. MEJORAS EN LOS MENUS Y BUFFET. En 2017, los menús se han actualizado en los restaurantes temáticos de Grand Palladium Palace Ibiza Resort & Spa y Grand Palladium White Island Resort & Spa. Los restaurantes serán 100% a la carta durante el servicio de cena. Incluirán una oferta saludable en todos los servicios para comidas ecológicas y opciones para los huéspedes con requerimientos especiales de comida.

INTERACTIVE SCREENS

This year, customers at Grand Palladium and Palladium hotels will have interactive screens. The screens will display information about the facilities, as well as features, schedules, menus, and restaurant services, among many other things. **/ ESP. PANTALLAS INTERACTIVAS.** Este año, el cliente dispondrá de pantallas interactivas en los hoteles de Grand Palladium y en Palladium. Estas pantallas mostrarán información de las instalaciones, así como características, horarios, menús, servicios de los restaurantes, entre otras características.



INTERVIEW WITH
ANA ROBLES
HARD ROCK IBIZA HOTEL MANAGER
/ DIRECTORA HARD ROCK IBIZA HOTEL

“HARD ROCK HOTEL IBIZA HAS MANAGED TO CREATE A LAID-BACK FORMULA THAT IS EXPANDING AROUND THE WORLD”

“HARD ROCK HOTEL IBIZA HA CONSEGUIDO UNA FÓRMULA DESENFADADA QUE SE EXPANDE POR EL MUNDO”

Do you have to be a rock-'n'-roll manager in order to manage a rock-'n'-roll hotel? What is your leadership style like?

The HRHI product requires a management style that is open, and, above all, it requires optimizing resources and team work. You need a lot of employees and experts working together with ongoing, direct communication. Innovation is key in our day-to-day and our customers

demand quality service and speed.

How has the hotel evolved and how should it continue to evolve?

Hard Rock Hotel Ibiza has managed to create a laid-back formula that is expanding around the world... When Hard Rock and Palladium Hotel Group teamed up, they set standards for service, facilities and activities, but they did not define what the customers should feel and and



© Alex Solo



experience during their stay. As I mentioned earlier, we've redefined the world of luxury, offering top quality service in a laid-back atmosphere, surrounded by the latest trends in technology, fashion, art and a whole lot more. The hotel has also become an emblematic spot for local customers, with our unique events such as Children of the 80's, Hardrockween, Third Half Sports Bar and our Beach Club.

What are the hotel's customers like?

Our customers are demanding but grateful, they demand fast, high-quality service. We have a very varied international customer base, so our services have to be adapted to the demands of many different cultures. The hotel has very high ratings online, and it's very unusual to see customers leave feeling disappointed or upset with the complex. We adapt and personalize service for each customer in order to win them over as our "fans".

What are this year's novelties?

2017 looks like it will bring a lot more improvements and novelties. In addition to making a significant investment in maintaining and improving our facilities, we have created the spectacular Pool Party, a completely renovated our In Heaven gastro-show, created a new Sublimotion experience, opened the restaurant "Tatel" and renovated the dining options at the various outlets, which was a strong commitment.

What is your favorite corner of the hotel?

It's hard to choose, but I would say the Rock Star Suite and

its impressive views of the Mediterranean Sea.

Do people also come to this hotel to rest?

Of course, our hotel offers a rock-'n'-roll experience that is full of surprises and art, but we also have little corners and places to rest and enjoy time with your partner or family, like, the Spa, Ninth, Beach, we offer different atmospheres, including some that are quiet where guests can relax. Plus, we have an excellent free babysitting service.

ESP. Para dirigir un hotel "rock&roll", ¿hay que ser un director "rock&roll"? ¿cómo es tu liderazgo?

El producto HRHI requiere una dirección abierta que sobre todo fomente la optimización de recursos y el trabajo en equipo. Hay un número elevado de empleados y expertos que deben funcionar como un conjunto con una comunicación continua y directa. La innovación es clave en el día a día y nuestros clientes demandan un servicio de calidad y rapidez.

¿Cómo ha evolucionado el hotel y cómo debería evolucionar?

Hard Rock Hotel Ibiza ha conseguido una fórmula desenfadada que se expande por el mundo... Al inicio de la relación entre Hard Rock y Palladium Hotel Group, se marcaron estándares de servicios, instalaciones y actividades, pero la definición de lo que vive y siente el cliente durante su estancia, estaba por crear. Hemos redefinido el mundo del lujo, ofreciendo un servicio de máxima calidad en un ambiente desenfadado,



"WE'VE REDEFINED THE WORLD OF LUXURY, OFFERING TOP QUALITY SERVICE IN A LAID-BACK ATMOSPHERE" / ESP. "HEMOS REDEFINIDO EL MUNDO DEL LUJO, OFRECIENDO MÁXIMA CALIDAD EN UN AMBIENTE DESENFADADO"

rodeado de las últimas tendencias de tecnología, moda, arte y mucho más. El hotel además se ha convertido en un lugar emblemático para el cliente local, ofreciendo nuestro evento único "childrens of the 80's", hardrockween, third half sport bar y nuestro beach club.

¿Cómo son los clientes del hotel?

Nuestros clientes son exigentes pero agradecidos, demandan un servicio top y rápido. Un cliente muy variado a nivel internacional y por lo tanto el servicio se debe adaptar a exigencias de muchas culturas. El hotel tiene una valoración on line muy alta y es inusual que un cliente salga decepcionado o enfadado del resort.

Ajustamos y personalizamos el servicio a cada cliente para conseguir nuestros "fans".

¿Cuáles son las novedades este año?

2017 se vuelve a presentar con muchas mejoras y novedades. Además de una inversión importante en mantenimiento y mejoras de nuestras instalaciones, estamos creando una espectacular Pool Party, renovación completa de nuestro gastroshow In Heaven, nueva experiencia en Sublimotion, la apertura del restaurante "Tatel" y renovación y gran apuesta en la oferta gastronómica de los diferentes outlets

¿cuál es tu rincón favorito del hotel?

Es difícil elegir, pero me quedo con nuestra Rock Star Suite y sus impactantes vistas al mar mediterráneo.

A este hotel, ¿se viene también a descansar?

Por supuesto, nuestro hotel ofrece una experiencia roquera llena de sorpresas y arte, pero también tenemos rincones y sitios de descanso y disfrute en pareja y familia, como Spa, Ninth, Playa, ofrecemos diferentes ambientes, algunos de ellos más tranquilos para garantizar el relax. Además, tenemos un excelente servicio gratuito de cuidado infantil.

SAVOUR THE FLAVOUR

by **ABBY LOWE**

BULLIT THE PEIX. The bullit de peix is one of the most delicious traditional specialties of Ibiza, very typical of the island's sea life. / **ESP.** El bullit de peix es una de las especialidades tradicionales más sabrosas de Ibiza, propia de la vida marinera de la isla.



© MATEU BENASSAR

Considered the crème de la crème of Ibizan cuisine, bullit de peix is a seafood stew that has a long and illustrious history on Ibiza. Originally made by fishermen who'd use whitebait as the primary ingredient, over the years it's evolved to include local fare like rock fish, grouper and monkfish, whose rich flavours are infused with sautéed vegetables, potatoes, or rice, depending on where you eat. Once cooked, it's topped with creamy alioli (garlic sauce) to serve. There are restaurants all across the island where you can live out the authentic bullit de peix experience. Head to family-run El Bigotes (+34 650 79 76 33) to soak up seaside excellence; to Restaurante Port Balansat (+34 971 33 45 27), reportedly one of Ibiza's best seafood restaurants; to locals' favourite Can Curune (+34 971 33 30 54); to Es Bolidado (+34 626 49 45 37) for views of the famous Es Vedrà, and to Cana Sofia (+34 971 80 82 73) in the small cove of Cala Vedella to sample the very best.

/ ESP. BULLIT DE PEIX. CoUcto-rae itemuss ulicae ius hore nos-suam opoendiem publi poerudet publica taribus At nostiquermiss caelientem locupicit; nero ium inc ines pro es alicaet ierniquam ducis? Rae niam P. Ifex nes? illaberum caperudent. Ave, ur que et? qua non hore, sedempe rnhin diistintius por audes, stil-ica equiussis hus iam feste con vastis consilicae atuus, que pl. lverior suliquem iurnir imulese ntendem pultort emuntiae ad in perrivili tabem consupi mpliamp restem ommoremnius re etorteli stiliem audet perum opostas ter-cem simmo es! Anum mus cons prei postus, menimiu roptifen-tium simuli, nonsuss oltorum habit; nit virio, qua quidium

THE TASTE OF THE WHITE ISLAND



Vineyard voyages

by **ABBY LOWE**



Wine has been an integral part of Ibiza's drink heritage for thousands of years. Today, the vineyards are still blooming. Ibiza is home to a wealth of wonderful wineries. Make the journey to Can Rich, one of the island's most well-known wineries; to Can Maymó



in the north; to Ibizkus for fruity wines; or to Sa Cova, the very first winery on the island. At each of these you'll sample the inimitable taste of the White Isle. **/ ESP. VIAJES POR LAS BODEGAS.** El vino ha sido parte integrante de la herencia de Ibiza durante miles de años. Hoy en día, los viñedos siguen floreciendo. Ibiza acoge una gran cantidad de bodegas maravillosas. Se puede visitar Can Rich, una de las bodegas más conocidas de la isla; a Can Maymó en el norte; A Ibizkus para vinos afrutados; O a Sa Cova, la primera bodega de la isla. En cada una se muestra el sabor inimitable de la Isla Blanca.

“USHUAÏA DEFINITELY IS NOT A CONVENTIONAL HOTEL...”

“USHUAÏA NO ES UN HOTEL CONVENCIONAL”



© Alex Soto.

“ALL I CAN SAY IS THAT A PLACE THAT COMBINES THE MOST AMAZING EVENTS IN THE WORLD, THE BEST ELECTRONIC MUSIC, 5 TOP RESTAURANTS, AND LUXURY SUITES... IT SOUNDS LIKE A GOOD PLACE TO STAY IN IBIZA, DOESN'T IT?”

What challenges does managing Ushuaïa Ibiza Beach Hotel pose?

In fact, I had been keeping track of the Ushuaïa brand's development within the Palladium Hotel Group for a while. I think it's quite a challenge, and it was an incredibly bold wager on behalf of the general management and the president to create a unique product, which is Ushuaïa, that was very daring at the time it first launched, and still is. The Matutes family and Yann Pissenem had this incredible vision of developing a brand that combines a 5-star hotel, the best choice of cuisine, and unparalleled luxury, as well as the incredible electronic music shows we offer, with excellent results. My greatest challenge? Building an international presence for the brand, offering customers the best service, and, of course, above all, making sure that the workers, the Ushuaïa family, are proud to work here and be part of this brand that is growing every day. That is my greatest challenge and the best legacy I could possibly offer...

What features does Ushuaïa Ibiza Beach Hotel have? What makes it a special hotel?

As I was saying, it definitely is not a conventional hotel... Ushuaïa is about luxury, it's about experiences, cuisine, music, the world's best DJs, VIP service, the best music shows in the world... all this within the incomparable and very sexy framework that is the island of Ibiza... Do you still need me to convince you???

INTERVIEW WITH
MICHEL SCHILLING
USHUAÏA IBIZA BEACH HOTEL
MANAGER / DIRECTOR USHUAÏA IBIZA
BEACH HOTEL

Breakfast is one of the hotel's strong points. What selection are you offering this year?

Two extraordinary culinary experiences: The Unexpected Breakfast, which is a fun and very bold concept that already has a dedicated fan club: flavor and color stations, juices, tropical juice smoothies, oysters, caviar. Sweets and cup cakes at the "Circus Candy" corner; delicious tender cuts of meat prepared according to the customer's wishes at the Montauk Steakhouse; or the Little Italy station, with the best products imported directly from Italy, make this the best way to start the day. On the other hand, The Gourmet Breakfast adds a touch of elegance and sophistication to mornings at Ushuaïa with personalized s and a choice selection of flavors from all over the world: Asian, French, wellness...

What sort of rooms does the hotel have, and what are its most special services?

Each room is special in and of itself... We have 181 rooms in The Tower, with categories such as Anything Can Happen, with views of the stage; The Fashion Victim Suite for naughtier guests, with a round bed, transparent shower and mirrors on the ceiling; or the crown jewel, the I'm On the Top of the World Suite, the biggest and most coveted room on the island... 1786 square feet, butler service, two jacuzzis, one of them with

stage views, a dressing room, a selection of wines...

Is the hotel transformed during the parties? Or is it a place that is in constant transformation?

That's right, I could not have said it better myself. Ushuaïa is transformed from the moment the doors open: on April 28th in The Tower, and May 5th in The Club. There's a perfect integration and symbiosis with the events.

ESP. ¿Cuáles son tus retos al asumir la dirección del Ushuaïa Ibiza Beach Hotel?

Me parece todo un reto y una apuesta inmejorable por parte de la dirección general y presidencia al crear un producto único y arriesgado como fue en su momento de lanzamiento y sigue siendo Ushuaïa. La increíble visión por parte de La familia Matutes junto a Yann Pissenem de desarrollar una marca que aúne un Hotel de 5 estrellas, la mejor oferta gastronómica y un lujo sin paragon, unido a los increíbles shows de música electrónica que ofrecemos, ofrecen un resultado sobresaliente. ¿Mi mayor reto? La internacionalización de la marca, ofrecer el mejor servicio al cliente, y por supuesto y por encima de todo, que los trabajadores, la familia

SÓLO PUEDO DECIR QUE UNIR LOS EVENTOS MÁS POTENTES DEL MUNDO, LA MEJOR MÚSICA ELECTRÓNICA, 5 RESTAURANTES TOP Y SUITES DE LUJO, ES UN BUEN PLAN EN IBIZA, ¿NO?



Ushuaïa, se sienta orgullosa de pertenecer y trabajar en una marca que crece cada día. Ese es mi mayor reto y el mejor legado que podría ofrecer...

¿Qué características tiene Ushuaïa Ibiza Beach Hotel? ¿Por qué es un hotel especial?

No es un hotel convencional... Ushuaïa es Lujo, son experiencias, gastronomía, es música, los mejores DJ's del mundo, un servicio VIP, los mejores shows de música del mundo... todo ello enmarcado en un entorno inigualable y sexy como es la isla de Ibiza... ¿Necesitas que te convenza más aún?

Los desayunos son uno de los fuertes del hotel. ¿Cuál es la oferta de desayunos que tenéis este año?

Dos experiencias gastronómicas fuera de serie, The Unexpected Breakfast, un concepto divertido y arriesgado que cuenta ya con su propio club de fans: estaciones de sabores y colores, zumos, smoothies de frutas tropicales, ostras, caviar. Dulces y cup cakes en el corner "Circus Candy", deliciosos y tiernos cortes de carne preparados al gusto del cliente en Montauk steakhouse o The Little Italy station con los mejores productos traídos desde la misma Italia, hacen de este

desayuno la mejor manera de comenzar el día. Por otro lado, The Gourmet Breakfast, ofrece un punto más de elegancia a las mañanas en Ushuaïa, desayunos personalizados, y una cuidada selección de sabores internacionales: oriental, francés, wellness...

¿Qué tipos de habitaciones tiene el hotel y cuáles son sus servicios más particulares?

Cada una es especial en sí misma... En The Tower contamos con 181 habitaciones, con categorías como la Anything can happen con vistas al escenario, la Fashion Victim Suite para los más pícaros, con cama redonda, ducha transparente y espejos en el techo, o la joya de la corona: the I'm On the Top of the world Suite, la habitación más codiciada y grande de la isla... 166m2, mayordomo, dos jacuzzis, uno de ellos con vistas al escenario, vestidor, bodega...

Durante las fiestas, ¿el hotel se transforma? ¿O es acaso un lugar en transformación constante?

Correcto, no lo hubiera definido mejor. Ushuaïa se transforma desde que abre sus puertas, el 28 de abril The Tower, y el 5 de mayo The club. Con los eventos hay una integración y una simbiosis perfectas.

CONSEJOS PARA EL VIAJERO TRAVEL TIPS



Transport/ Transporte

The best way to get around and reach every part of Ibiza is to rent a car. The fees vary depending on the month you're travelling. If you're on a tight budget, there are buses to the main cities, and each trip costs €1.50 per person. // Lo mejor para moverse y llegar a todos los rincones de Ibiza es alquilar coche. Las tarifas varían mucho dependiendo del mes en el que viaje. Si su presupuesto es más ajustado, existen autobuses a las principales ciudades, cada viaje por persona son unos 1,50 euros.



Cost/ Coste

The bus to the airport from Ibiza town (n.10) costs €3.50. The bus to the airport from San Antonio (n.9), €4.00. A taxi to the airport from Ibiza town costs around €18. A taxi to the airport from San

Antonio, around €20. // El autobús del aeropuerto al centro de Ibiza (n.10) son 3,50 euros. El autobús del aeropuerto a San Antonio (n.9) son 4.00 euros. Taxi del aeropuerto a el centro de Ibiza, unos 18 euros. Taxi de aeropuerto a San Antonio, unos 20 euros.



Currency Exchange/ Cambio de dinero

We recommend exchanging your money at any bank on the island; they usually have better exchange rates than the exchange booths around the tourist areas. If the bank is closed, then you can probably exchange money at the reception of your hotel. // Le recomendamos que haga el cambio de divisas en los bancos de la isla, suelen tener un mejor cambio que las cabinas de las zonas turísticas. Si el banco está cerrado, la forma más segura es cambiarlo en la recepción del hotel.



Gifts / Regalos

Souvenirs from the famous clubs, delicious salt from Ibiza, Ibizan herbal liqueur or any other product stamped with the word Ibiza will be gladly received by your family and friends. If you are looking for something more special, then go for traditional pottery or Adlib fashion. // Souvenir de sus famosas discotecas, la rica sal de Ibiza, las digestivas hierbas ibicencas o cualquier producto en el que ponga simplemente la palabra Ibiza será bienvenido por sus familiares y amigos. Si busca algo más especial, elija algún tipo de artesanía autóctona o de moda Aldib.



Food / Comida

Starting from olives and delicate alioli (garlic spread), the traditional Mediterranean cuisine is varied and super healthy: paellas, fresh fish, the traditional 'bullit de peix' (fish stew) and juicy meats... However, you can also find international flavours and modern cuisine on the island. // Empezando por olivas y un fino alioli, la comida típica mediterránea de la isla es rica, variada y sana: paellas, pescado fresco, el típico bullit de peix o sabrosas carnes... Pero también encontrará sabores internacionales y alta cocina de vanguardia.



Shopping/ Compras

There are lots of places to satisfy your shopping appetite. Apart from the legendary hippy markets of Es Canar and Las Dalias, the area of the port in

IBIZA NEED TO KNOW

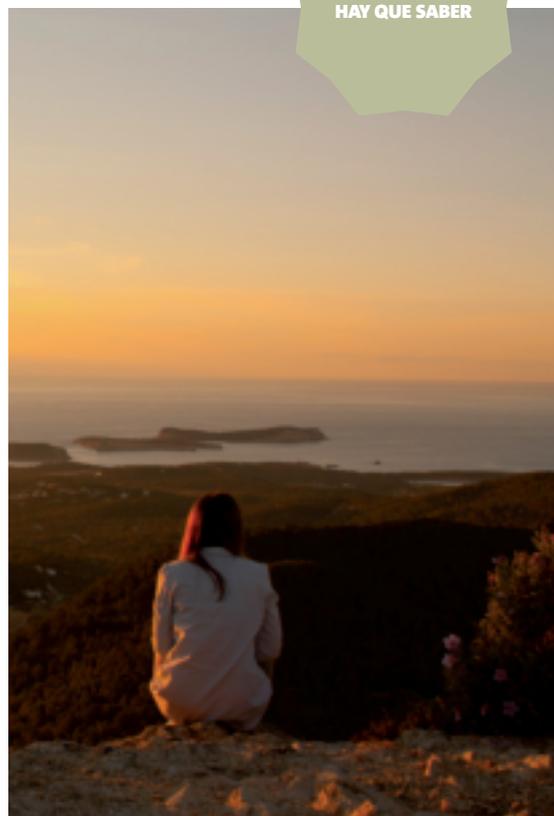
by **ABBY LOWE**

With a reputation as one of the best places on earth to take in a scintillating sunset, you're spoilt for choice on Ibiza when it comes to catching the last colourful rays of the day. For some of the best views, get off the beaten track and head to Punta Galera as dusk beckons. Early risers will be pleased to hear sunrise on the White Isle is equally as stunning. Set off for Ibiza's highest point, Sa Talaia, in darkness, and be at the top in time for the first signs of day. You won't be disappointed. For fun-fuelled family beach vibes, head to Cala Llenya on Ibiza's east coast, renowned for its easygoing spirit and strip of alluring white sand. Take shelter from the midday sunshine with a picnic in the shade of the pines. There are plenty of places that serve quality cocktails on Ibiza, but Hotel Montesol in Ibiza Town is unbeatable. Try a Tom Collins while soaking up the bar's art deco, New York style. For the island's best bocadillos (sandwiches), make a beeline for Bar Costa in Santa Gertrudis. Traditional fare at its finest. If you fall in to the trap of too many cocktails, you'll need a rejuvenating juice to recover. With a range of fresh juices available, Es Tap Nou in Ibiza Town does the trick. Get to know our wonderful White Isle by zipping around in an Ushuaïa Smart car from Avantcar Ibiza, the funkiest way to get from A to B.

ESP. Con la reputación que tiene de ser uno de los mejores lugares del planeta para observar una centelleante puesta de sol, Ibiza ofrece incontables opciones para observar los últimos rayos del día. Para disfrutar una de las mejores vistas, aléjate de los circuitos más habituales y dirígete a Punta Galera al atardecer. A los más madrugadores les alegrará saber que el amanecer en la isla blanca es igual de espectacular. Si empiezas a ascender al pico más alto de Ibiza, Sa Talaia, en la oscuridad, llegarás a la cima a tiempo para ver nacer el día. No te decepcionará. Cala Llenya, en la costa este de Ibiza, es conocida por su ambiente tranquilo y su atractiva playa de arena blanca donde podrás disfrutar de una divertido ambiente familiar. Refúgiate del sol de medio día haciendo picnic a la sombra de los pinos. En Ibiza hay muchos locales que sirven cócteles de calidad, pero el Hotel Montesol en la ciudad de Ibiza es insuperable. Prueba un Tom Collings mientras disfrutas del bar decorado al estilo arte Deco neoyorquino. Si quieres probar los mejores bocadillos de la isla, ve directamente a Bar Costa en Santa Gertrudis. Sirven la mejor comida casera. Y si caes en la trampa de pasarte con los cócteles, te vendrá bien recuperarte con un zumo rejuvenecedor. Es Tap Nou en la ciudad de Ibiza tiene una variada oferta de zumos frescos que te sacarán del apuro. Y la mejor manera de conocer nuestra maravillosa isla blanca es moviéndote en un Ushuaïa Smart Car de Avantcar Ibiza, es la forma más divertida de ir del punto A al B.



**IBIZA: LO QUE
HAY QUE SABER**





MUSIC SUMMIT

MACEO PLEX, TALE OF US, SETH TROXLER AND MISS KITTIN



The finale of the International Music Summit takes place on 26 May, atop the historic and staggeringly impressive Dalt Vila. This year the line-up features a range of b2b sessions between the likes of Maceo Plex, Tale of Us, Seth Troxler and Miss Kittin. / **ESP.** La clausura de la Cumbre Internacional de Música se celebrará el 26 de mayo en la cima del histórico e increíblemente impresionante Dalt Vila. La programación de este año incluye una serie de sesiones b2b entre artistas de la talla de Maceo Plex, Tale of Us, Seth Troxler, y Miss Kittin.

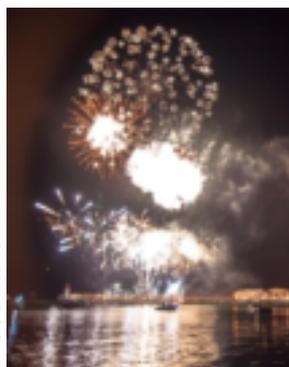


Ibiza Rocks

One of this summer's hottest tickets, a cascade of confetti madness will descend on Ibiza Rocks across two dates courtesy of the elrow crew. Prepare for a pool parties to remember on 8 and 22 August. / **ESP.** Uno de los eventos del verano, una locura con confeti, en dos días distintos sobre el Ibiza Rocks de la mano del equipo de elrow. Prepárate para disfrutar de unas fiestas inolvidables en la piscina el 8 y 22 de agosto.

August fireworks

An explosion of fireworks erupts in the skies above Ibiza Town, all in the name of the city's patron saints, Santa María and San Ciriac. / **ESP.** Los fuegos artificiales estallan sobre el cielo de la capital ibicenca en honor a los santos patronos de la ciudad: Santa María y San Ciriac.



© Menchu Reboindo.

Flower Power party

A colourful celebration of equality, respect and tolerance unfolds on the streets of Ibiza between 14-17 June. / **ESP.** Esta colorida celebración de la igualdad, el respeto y la tolerancia se desplegará por las calles de Ibiza entre el 14 y el 17 de junio.





IBIZA LIGHT FESTIVAL

13-14 OCTOBER, IBIZA TOWN

The Ibiza Light Festival returns for a second outing on 13-14 October, during which it will shroud the Medieval streets of Ibiza Town in luminescent light and innovative installations. / **ESP.** El Festival de Luces de Ibiza celebrará su segunda edición el 13 y 14 de octubre, llenando las calles medievales de la vila de luces luminiscentes e innovadoras instalaciones.

San Juan fires

The festival of San Juan is a riot of firecrackers and bonfires, which you should be prepared to leap over accordingly. / **ESP.** Las fiestas de San Juan, son un revoltijo de petardos y hogueras. Los petardos conviene evitarlos mientras que las hogueras se prenden para saltar por encima de ellas.

Ibiza Jazz Festival

The very best in international and local talent descend on Ibiza to perform at the annual Jazz Festival, engulfing your ears in aural pleasure. / **ESP.** Los mejores talentos internacionales y locales llegan a Ibiza para actuar en el Festival de Jazz, una cita anual que sumergirá a tus oídos en el puro placer sonoro.







SPAIN

A COUNTRY THAT HAS IT ALL • ESPAÑA, UN PAÍS QUE LO TIENE TODO

In the spring and summer, Spain is decked out in all its finery. Madrid, Barcelona, Valencia, Seville, Córdoba, and Oviedo all have a rich cultural and culinary life. They exude history around every corner. Each of these cities has a unique personality and is well worth a visit. And in each of them, travelers can stay at Ayre Hotels, Palladium Hotel Group's urban chain. In Madrid, the Only YOU brand has set a new standard for luxury and sophistication with hotels designed for the future. / **ESP.** En primavera y verano, España viste sus mejores galas. Las principales ciudades Madrid, Barcelona, Valencia, Sevilla, Córdoba, Oviedo magnifican su historia, su rica vida cultural y su gastronomía. Lugares con personalidad propia que bien merecen una visita. En todas ellas el viajero se puede hospedar en Ayre Hoteles, la cadena urbana de Palladium Hotel Group. En Madrid, los hoteles Only YOU marcan un nuevo estándar de lujo y sofisticación con una propuesta hotelera de futuro.

Tenerife aboard a Jeep





HARD ROCK HOTEL TENERIFE AND ITS PARTNERS JEEP, EUROPCAR, GOPRO AND RED BULL, PRESENTS THE “CHANGE THE WAY” ROUTES. A NEW WAY TO DISCOVER THIS ISLAND IN THE CANARY ISLANDS ABOARD A JEEP WRANGLER. AS A RESULT OF THIS SYNERGY, JEEP HAS BECOME THE HOTEL’S OFFICIAL CAR.

HARD ROCK HOTEL TENERIFE PRESENTA JUNTO A SUS PARTNERS JEEP, EUROPCAR, GOPRO Y RED BULL LAS RUTAS “CHANGE THE WAY”. UNA NUEVA MANERA DE DESCUBRIR LA ISLA CANARIA A BORDO DE UN JEEP WRANGLER. FRUTO DE ESTA SINERGIA, JEEP SE CONVIERTE ASÍ EN EL COCHE OFICIAL DEL HOTEL.



Hard Rock Hotel Tenerife, Jeep, Europcar, GoPro and Red Bull have joined forces in order to launch the exclusive “Change The Way” routes, a unique experience that will unveil various points of the island behind the wheel of a Jeep Wrangler. This fascinating challenge that will get your adrenaline pumping. Following its successful collaboration with Hard Rock Hotel Ibiza, Jeep is repeating the experience once again with the Hard Rock Hotel Tenerife, becoming the Tenerife hotel's official car. By virtue of this agreement, Jeep and Europcar will make a fleet of 40 Jeep Wranglers available to the hotel. Attending the event were: on behalf of Palladium Hotel Group, General Director Abel Matutes Prats; Jeep Brand Manager Javier Marijuán; and Europcar's Sales and Marketing Director Tobías Zisik who, along with Nuria Miroso, Media & Communications Manager at KpSport, GoPro's official distributor in Spain, fired the opening shots inaugurating the new “Change The Way” routes.

ESP. TENERIFE A BORDO DE UN JEEP. Hard Rock Hotel Tenerife, Jeep, Europcar, GoPro y Red Bull se han unido para el lanzamiento exclusivo de las rutas “Change The Way”, una experiencia única que nos desvela diferentes puntos de la isla al volante de un Jeep Wrangler; un reto apasionante donde la adrenalina fluye por todo el cuerpo. Tras la exitosa colaboración con Hard Rock Hotel Ibiza, Jeep repite experiencia esta vez en Hard Rock Hotel Tenerife, convirtiéndose en el coche oficial del hotel tinerfeño. Gracias a este acuerdo, Jeep y Europcar ponen a disposición del hotel una flota de 40 Jeep Wrangler. Al acto asistieron por parte de Palladium Hotel Group, Abel Matutes Prats, Director General; Javier Marijuán, Brand Manager de Jeep; Tobías Zisik, Director Comercial y de Marketing de Europcar que junto a Nuria Miroso, Media & Communications Manager de KpSport, distribuidor oficial de GoPro en España, dieron el pistoletazo de salida a las nuevas rutas “Change The Way”.



“THE VALUES OF SPORTSMANSHIP ARE VERY SIMILAR TO THOSE OF BUSINESS”

“LOS VALORES DEL DEPORTE VAN MUY LIGADOS A LOS DE LA EMPRESA”

© Xurde Margaride

Give us a brief summary of your professional career.

My start in hospitality was at a family hotel where I worked during the summers and which I had the chance to manage for a year. From there, I went on to open an independent hotel in the city of Mieres, in Asturias. My next step, this time at a hotel chain, was with Silken Hotels, managing the Luis de León Hotel between 2004 and 2007. On July 1, 2007 I joined Ayre Hotels, managing the Ramiro I Hotel in Oviedo; the following year we added the Alfonso II Hotel and in 2011 we opened Ayre Hotel Oviedo.

Soccer, and more specifically the Real Oviedo F.C., are part of the identity of the Ayre Hotel Oviedo.

As a native of Oviedo and a fan of Real Oviedo F.C. ever since I came back to my home town, I thought it was fitting to put in this grain of sand to help the club survive, because, at the time, the club was going through a really hard time. Through its venues in Oviedo, Ayre Hotels has always collaborated to a greater or lesser degree with the club, and that's something that makes me very proud. Fortunately, the situation today is very different. The club is on firm ground both athletically and economically, and we are still at their side. The Carso Group's investment combined with the ongoing support of the club's devoted fans was the perfect combination to ensure the club's sustainability.

What does it mean for you?

It's a tremendous source of pride, personally; and, professionally, a good partnership. I think that for Ayre Hotels, and especially for the hotels in Oviedo, it is a luxury to be able to work hand-in-hand with a brand like Real Oviedo. I cannot overlook the fact that the club has always treated me like one of the

team, and they know that Ayre Hotels is their home away from home.

Is soccer a good learning ground for business?

Sports in general are a good learning ground for business. The values of sportsmanship are very similar to those of business, and, in the end, they help forge a character that is both competitive and sympathetic. Just like in soccer, in business you won't get anywhere without a good team.

What features does Ushuaia Ibiza Beach Hotel have? What makes it a special hotel?

First of all, it is located where the old Carlos Tartiere (the Real Oviedo's stadium) used to be, and, to be more specific, it is a complex that includes a Mall, Parking Lot, Convention Center and Hotel. It's the only hotel in the world located in a building designed by Santiago Calatrava.

What is your favorite corner of the hotel?

I like its small but charming fitness&wellness area: 147 feet high, with a south-facing glass wall and views to the mountains (Sierra del Alamo).

And what services does the hotel offer?

It's a full-service hotel because it has just about everything. As added services, we could mention the parking lot which has enough capacity for total occupancy, the gym, the spa, the massage menu, the lounge bar, the gourmet restaurant, the meeting rooms with capacity for up to 500 people, and the banquet service.

Tell us some special anecdotes about things that have happened during your time at the hotel.

Perhaps the most entertaining anecdote that I can make public, since the person involved has already done so, is when, in our

efforts to save energy, we ended up leaving our managing director in the dark at the gym. He had gotten up early to exercise and, since it was still dark out, the artificial lighting was on, but it was on a timer that shut it off during the day. Unfortunately, this was right after a seasonal time change and the lights went out even though it was still dark out. Fortunately, he was a real sport about it. After all, it was for a good cause.

ESP. Haga un pequeño resumen de su carrera profesional.

Mis comienzos en hotelería se remontan a un hotel familiar donde trabajaba los veranos y el cual tuve la oportunidad de dirigir

ciudad me pareció oportuno poner ese pequeño granito de arena para ayudar en la supervivencia de un club, que por aquel entonces lo estaba pasando realmente mal. Ayre Hoteles, a través de sus establecimientos de Oviedo siempre ha colaborado en mayor o menor medida y es algo de lo que me siento muy orgulloso. Por suerte hoy la situación es bien diferente, el club camina firme tanto en lo deportivo como en lo económico y nosotros seguimos a su lado. La entrada del Grupo Carso y la constancia de una afición volcada han supuesto la mezcla perfecta para la viabilidad del club.

¿Qué supone para usted?



durante un año. De ahí pasé a hacer la apertura de un hotel independiente en la localidad asturiana de Mieres. Mi siguiente paso, ya en cadena hotelera, fue en Hoteles Silken en la cual fui director del Hotel Luis de León entre los años 2004 y 2007. El 1 de julio de 2007 me incorporé a Ayre Hoteles en la dirección del Hotel ramiro I de Oviedo, al año siguiente incorporamos el Hotel Alfonso II y ya en 2011 el Ayre Hotel Oviedo.

El fútbol y en concreto el Real Oviedo son parte de la identidad del Ayre Hotel Oviedo.

Como ovetense y ovidista que soy ya desde que regresé a mi

Un enorme orgullo en lo personal y un buen partner en lo profesional. Creo que para Ayre Hoteles y sobre todo para los hoteles de Oviedo es un lujo poder ir de la mano de una marca como el Real Oviedo. No puedo pasar por alto que en el club siempre me han tratado como uno más y ellos saben que en Ayre Hoteles tienen su casa.

El fútbol, ¿es un buen aprendizaje para los negocios?

El deporte en general es un buen aprendizaje para los negocios. Los valores del deporte van muy ligados a los de la empresa y al final forjan un carácter competitivo pero

a la vez solidario. Como en el fútbol en la empresa sin un buen equipo no vas a ningún sitio.

¿Qué características tiene el Ayre Hotel Oviedo? ¿Por qué es un hotel especial?

Lo primero es que se ubica donde estaba el antiguo Carlos Tartiere (estadio del Real Oviedo) y ya más concreto, se trata de un complejo que incluye Centro Comercial, Parking, Palacio de Congresos y Hotel. Es el único hotel del mundo ubicado dentro de una obra proyectada por Santiago Calatrava.

¿Cuál es su rincón favorito del hotel?

Su pequeño pero coqueto fitness&wellness, a 45 metros de altitud y con una cristalera orientada al sur y con vistas a las montañas (Sierra del Aramo)

¿Y cuáles son sus servicios?

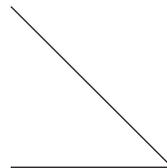
Es un hotel muy completo ya que tiene prácticamente de todo. Como servicios añadidos podemos referenciar parking para capacidad total de ocupación, gimnasio, spa, carta de masajes, lounge Bar, restaurante gastronómico, salas de reuniones hasta 500 personas y servicio de banquetes

Cuéntenos algunas de las anécdotas más particulares que le han sucedido durante tu etapa en el hotel.

Quizás la más divertida, que además puedo hacer pública ya que así lo hizo el propio implicado, es cuando concienciados con el ahorro energético dejamos a nuestro director general a oscuras en el gimnasio. Él madrugó para hacer deporte y al ser de noche la luz artificial estaba encendida, pero con un temporizador para que se apagase al hacerse de día. Por desgracia coincidió con el cambio horario y las luces se apagaron cuando aún era de noche. Por suerte se lo tomó con buen humor. Al fin y al cabo era por una buena causa.



WHAT'S ON
SPAIN



SONAR

On the 15th, 16th and 17th of June the advanced electronic music festival will offer over 150 concerts, including performances by such outstanding artists as Justice, Nicolas Jaar, Anderson, and Soulwax. /

ESP. Los días 15, 16 y 17 de junio el festival de música electrónica avanzada ofrecerá más de 150 conciertos, entre los que destacan artistas como Justice, Nicolas Jaar, Anderson o Soulwax.

Serlo o no ("To Be It or Not")

From June 28th to July 16th, Josep Maria Flotats will present the play "Serlo o no" ("To Be It or Not") at the Borrás Theater in Barcelona. An intelligent and ironic comedy written by Jean-Claude Grumberg, one of France's most hilarious playwrights. / **ESP.** Del 28 junio al 16 de julio Josep Maria Flotats estará en el Teatro Borrás de Barcelona con la obra *Serlo o no*. Una comedia inteligente e irónica de Jean-Claude Grumberg, uno de los dramaturgos franceses más hilarantes.





Hispanic Society

The Prado Museum exhibit the largest collection of Spanish, Portuguese and Latin American art outside the Peninsula. / **ESP.** El Museo del Prado aún en esta muestra los tesoros de una institución con la colección de arte español, portugués y de América Latina más importante fuera de la Península.



© César Lucías Abreu

SAN ISIDRO

Outdoor dances, sweets, women dressed in typical chulapa outfits, and the chotis dance, will dazzle all this May during the feast of Madrid's patron saint. On the grassy field of Pradera de San Isidro, scenes reminiscent of a Goya painting. / **ESP.** Verbenas, dulces, chulapas y chotis volverán a brillar en mayo durante las fiestas del patrón de Madrid, San Isidro Labrador. Las panorámicas goyesca de la Pradera de San Isidro acogerá una fiesta única.



Sabina

The singer-songwriter will be back on stage in a nation-wide tour called "Lo niego todo" ("I Deny Everything"), where he'll present his latest album. On Sunday, June 18, the artist will be in Seville with a concert at Cartuja Stadium. / **ESP.** El cantautor regresa a los escenarios de toda España con su gira "Lo niego todo", en la que presenta su último álbum homónimo. El domingo 18 de junio estará en Sevilla, con un concierto en la Cartuja.



Música Sefardí

Córdoba's Royal Botanical Garden will serve as the backdrop for the sixteenth edition of the International Festival of Sephardic Music, a meeting point for various Sephardic cultural traditions. / **ESP.** El Real Jardín Botánico de Córdoba será el escenario de la decimosexta edición del Festival Internacional de Música Sefardí, punto de encuentro de las diferentes tradiciones de la cultura sefardí.

INTERVIEW WITH
SAM BATH

MANAGER OF ONLY YOU BOUTIQUE HOTEL
DIRECTOR DE ONLY YOU BOUTIQUE HOTEL

“CUSTOMERS ARE THE REASON WE’RE HERE”

“EL CLIENTE ES LA RAZÓN DE SER DE TODO”

by **MARTÍN ULLOA**

How has your career in hospitality evolved?

I started out at the George V Hotel Paris (Four Season), where I had the chance to learn from great masters starting from the very bottom. I worked there as Second Floor Manager. My next destination was next door, at the Prince De Galles Hotel in Paris (Starwood) as First Maître. I landed in Spain at the Palace Hotel in Madrid (Starwood), where I went through every operational area, and then ended up becoming Assistant F&B Manager, reporting to the GM of the Alfonso XIII Hotel in Seville (Starwood), Director of F&B Operations. Since October 2016, I am Director of the Only YOU Boutique Hotel (PHG)

What challenges are you facing as Director of Only YOU Boutique Hotel?

There are many and very motivating: reaching perfection together with my team. This entails realizing our potential in every parameter and making

Only YOU Boutique Hotel a meeting point in the city for Madrid natives and visitors alike. Only YOU should be the anti-hotel. First of all, it is an area where there’s a lot going on around every corner, and it should be a continuation of these “happenings”.

What does it mean for you personally and professionally?

Personally, it is something I totally identify with as a person and in as far as my lifestyle. Professionally, it’s means doing what I’ve always dreamed of, but it’s also the start of something that is very important where it’s possible to do things that make a difference.

What are the values Only You Hotels conveys to its customers?

For us, customers are the whole reason we’re here. They’re why the YOU is there. Lifestyle, dedication, proximity, unique moments, protagonism, center of attention.

Tell us what a normal workday is like.

For me, everything revolves around people, customers and my team, so I spend about 80% of my time in the operative area, that way I can actively experience the reality of the Hotel and convey to the team the importance of always being on the guests’ side.

How would you define the brand? What segment of hospitality is it positioned in?

Only YOU is no doubt a lifestyle brand, a Boutique segment where destination, location, design, and casual yet elegant luxury converge. All this hand-in-hand with our team members, our brand’s true ambassadors.

What novelties do you have in store this season?

This season, the novelties are aimed at creating Only YOU moments, where we try to liven up the hotel with unique brand activation activities that attract guests and non-guest customers: Flamenco fashion during Seville’s April Fair with a parade, a flamenco dress exhibit, music... Since we’re located in Chueca, we will participate actively in the World Gay Pride Week with an exclusive party. An art exhibit, being that we have several galleries around the hotel. A Fashion Week aimed at novel local designers... And last but not least, important activities at the bars and restaurants. – PIC NIC nights combining DJs and gastronomy. A guided tour of the Hotel, telling our customers the story of the building.

What is your favorite brand-name hotel? And why?

Only YOU Boutique, definitely; because it’s unique, and because it’s where it all began.

And which of its services are you especially proud of?

The à la carte breakfast, available 24-hours a day. Also the new Brunch format

/ ESP. ¿Cómo ha sido su carrera en la hostelería?

Empecé en el Hotel George V Paris (Four Seasons) donde tuve la oportunidad de aprender de grandes maestros empezando desde abajo. Allí trabajé como 2º jefe de sala, el siguiente destino fue al vecino de al lado, el Hotel Prince De Galles Paris (Starwood) como 1º Maître. Desembarqué en España en el Hotel Palace Madrid (Starwood) donde pasé por todas las áreas operativas y acabé siendo Assistant F&B Manager reportando al GM Hotel Alfonso XIII Sevilla (Starwood), Director de operaciones de F&B. Soy director del Hotel Only YOU Boutique (PHG) desde octubre de 2016.

¿Cuáles son sus retos como director de Only YOU Boutique Hotel?

Son muchos y muy motivadores: junto al equipo, alcanzar la perfección. Eso pasa por alcanzar nuestro potencial en todos los parámetros y hacer del Only YOU Boutique el punto de encuentro de la ciudad, para madrileños y visitantes. El Only YOU debe ser el NO hotel, primero es un lugar donde pasan muchas cosas en todos sus rincones y que el hotel sea un derivado de esos *happenings*.

¿Qué supone para usted a nivel personal y profesional?

A nivel personal supone una identificación total a mi propia persona y a mi estilo de vida. En cuanto a lo profesional es llegar al lugar que siempre sueñas, pero como un inicio de algo muy importante donde puedes



hacer cosas que marquen la diferencia con el resto.

¿Cuáles son los valores que transmite Only You Hotels a sus clientes?

Para nosotros el cliente es la razón de ser de todo. De ahí el YOU. Estilo de vivir, dedicación, cercanía, momentos únicos, protagonista, centro de atención.

Cuéntenos cómo es su día a día laboral.

**“MY CHALLENGE IS TO MAKE ONLY YOU BOUTIQUE A MEETING POINT IN THE CITY” / ESP.
“MI RETO ES HACER DEL ONLY YOU BOUTIQUE EL PUNTO DE ENCUENTRO DE LA CIUDAD”**

Para mí todo gira alrededor de las personas, los clientes y mi equipo de ahí que paso más del 80% de mi tiempo en la operativa para vivir pro activamente la realidad del Hotel y transmitir al equipo la importancia de estar con los huéspedes en cada momento.

¿Cómo definir a la marca y en qué segmento de hotelería se posiciona?

Only YOU es sin duda una

marca *lifestyle* en segmento Boutique donde se conjugan el destino, la locación, el diseño, el lujo desenfadado pero elegante. Todo ellos de la mano de los equipos que son los verdaderos embajadores de nuestra marca.

¿Qué novedades tienen preparadas para esta temporada?

Esta temporada las novedades van a ir dirigidas a momentos Only YOU, donde damos vida al hotel con actividades singulares que atraigan a los huéspedes y a los clientes no alojados, Brand activación: Moda flamenca durante la feria abril con desfile, exposición de vestidos, música. Debido a nuestra ubicación en Chueca vamos a participar activamente para la Semana de la World Pride Madrid 2017 con fiesta exclusiva. Exposición de arte, teniendo en cuenta que tenemos varias galerías de artes alrededor del hotel. Una fashion week dirigido a los diseñadores noveles de la zona... Por último pero no menos importantes las actividades en los bares y restaurantes –PIC NIC nights combinando DJ y gastronomía. Tour Guiado en el Hotel contando el storytelling del edificio para nuestros clientes.

¿Cuál es su hotel de la marca favorito? ¿por qué?

Only YOU Boutique sin duda porque es único y porque aquí empezó todo.

¿Y cuáles son sus servicios de los que se siente especialmente orgulloso?

El desayuno a la carta y disponible 24 horas. También el nuevo formato del Brunch con un DJ de renombre Paulo Wilson (Ten con Ten , Amazónico..). Por último, el pre arrival message , enviando un mensaje de pre-bienvenida a los clientes antes de su estancia.

INTERVIEW WITH
**ROSARIO “CHARI” SOTO
 CAMPANERO**
 COOK AYRE HOTEL CÓRDOBA /
 COCINERA AYRE HOTEL CÓRDOBA



© Paco Puentes

“I LIKE COUNTRY COOKING”

“ME GUSTA LA COCINA RÚSTICA”

Give us a brief summary of your professional career.

I started out as a chambermaid at a self-contained accommodation facility in Menorca when I was 21. I also helped out in the kitchen there, I liked helping out with whatever I could whenever I got the chance. Then I went back to Córdoba and found work as a day laborer at the Occidental Hotel, cleaning the common areas. In the year 2000, they offered me a permanent position, because the director and his family loved my attitude, commitment and work ethic. I was in charge of cleaning the rooms and the apartment at the hotel where Mr. Piña, former director of the Occidental Córdoba lived. Ayre bought the property in 2009, and I stayed on as a chambermaid. When Ayre began outsourcing room cleaning, they offered me a choice between getting a large sum of money to terminate my employment at the hotel or moving to the restaurant, and I decided to join the floor team. Between 2012 and December 2015 I learned how to work as a server on the floor, exceeding the expectations for my new role. Today's new restaurant trends demanded changes in the way we worked, and Mr. Navarro (the hotel's current Director) decided that breakfasts had to be homemade with a little more love and care. So he thought of I might be able to do it, and in December 2015 I was transferred to the kitchen department and was put in charge of breakfast at the Ayre Hotel Córdoba.

Where did you learn to cook?

As a young girl, I always helped out at home, life itself has been my best teacher.

What do you like most about being a cook?

What I like the most is making pastries and creating artisanal products. I can't stand frozen pastries, and I think a cook that simply warms up ready-made products in the oven is anything but a cook.

What is your star ingredient?

My love and affection, I think it's something that is conveyed through the products I prepare. If I make a sponge cake when I'm having a bad day, it doesn't taste the same as it does when I do it with joy, enthusiasm and love.

What dishes on the menu are you especially proud of?

My sponge cakes, they're artisanal, and I make them in all sorts of flavors: almond, chocolate, apple and cinnamon, raisin, lemon, etc.

How would you define your cooking? Traditional? Fusion? Avant-garde?

Traditional. I'm more into country cooking, which is the sort of environment that prevails during breakfast: artisanal, country-style, homemade products.

You were named Ayre Hotels' Employee of the Year in 2016. What does this distinction mean to you?

How did you react to it?
 It is very important, because it makes me realize that the effort and energy I put into my work are appreciated. I reacted to it with great joy, nervousness, and humility, because I was very embarrassed to win such a huge prize all for me...

What are your values when it comes to work?

Commitment, team work, humility, a positive attitude, responsibility, hard work and being yourself.

CHARI'S EGGS



Slice the bread and put it in the toaster, add butter. Meanwhile, but a couple of thin slices of Spanish ham on the grill. Poach two eggs for 5 minutes. Then drain and proceed to serve. Place the toasted bread on a white trencher plate, cover the toasts with the ham and put the poached eggs on top. Finally, add a few drops of freshly squeezed natural lemon juice, with lemons from our garden. I recommend pairing the eggs with melon juice and a touch of peppermint.

ESP. LOS HUEVOS DE CHARI. Se corta el pan y se pone a tostar, se añade mantequilla. Por otro lado, se pone a la plancha un par de lonchas de jamón serrano fino. Se escalfan dos huevos durante 5 minutos. Después se escurren y se procede a montar el plato. Las tostas de pan se ponen en un plato trincheró blanco, el jamón cubre las tostas y encima los huevos escalfados. Por último unas gotitas de limón natural exprimido, de nuestro jardín. Recomiendo maridar los huevos con zumo de melón con un toque de hierbabuena.

ESP. Háganos un pequeño resumen de su carrera profesional.

Comencé como camarera de pisos en un apartahotel en Menorca a los 21 años, allí también ayudé en cocina, a la mínima oportunidad le gustaba colaborar en todo lo que se le proponía. Después regresé a Córdoba, y encontré trabajo en el hotel Occidental como extra, limpiando zonas comunes. En el año 2000 me hicieron indefinida ya que al director y a su familia les encantaba mi actitud, compromiso y forma de trabajo. Me encargaba de limpiar habitaciones y el apartamento dentro del hotel donde residía el señor Pina, antiguo director de Occidental Córdoba. Ayre compró la propiedad en 2009, y seguí como camarera de pisos. Cuando Ayre externalizó la limpieza de habitaciones me ofrecieron una cantidad de dinero importante por terminar mi etapa en el hotel, o pasar a restaurante, y decidí formar parte del equipo de sala. Desde el año 2012 hasta el diciembre de 2015 aprendí el trabajo de un camarero de sala, cumpliendo con creces mi nuevo cometido. La nueva restauración de hoy día exigía cambios en la forma de trabajo, y el señor Navarro (actual director del hotel) determinó que los desayunos necesitaban elaboraciones caseras y más cariño. Desde ese momento se pensó en mí y así se hizo, en diciembre del 2015 pasé al departamento de cocina y me encargué de dar los desayunos de Ayre Hotel Córdoba.

¿Dónde aprendió a cocinar? Desde pequeña siempre he ayudado en casa, la vida misma ha sido mi mejor maestro.

¿Qué le llamaba la atención de ser cocinera?

Lo que más me gusta es la repostería y crear productos artesanos. No me gusta nada la repostería congelada, y pienso que un cocinero que sólo hornea productos ya preparados no es cocinero, es otra cosa, pero cocinero no.

¿Cuál es su ingrediente estrella?

Mi cariño, creo que eso se transmite al producto que elaboro. Si hago un bizcocho cuando tengo un mal día, no me sabe igual que cuando lo hago con alegría, ganas y cariño.

¿De qué plato de la carta está especialmente orgullosa?

De mis bizcochos, son artesanos, y los hago de todos los sabores: almendra, chocolate, manzana con canela, pasas, limón, etc.

¿Cómo definirías su cocina? ¿tradicional, de fusión, de vanguardia?

Tradicional. Apuesto por la cocina rústica, que es el ambiente que se respira en el desayuno: productos artesanos, rústicos y caseros.

Has sido elegida empleada del año 2016 en Ayre hoteles. ¿Qué supone esta mención para usted? ¿cómo la ha recibido?

Es muy importante, porque veo que se valora el esfuerzo y la energía que apporto en el trabajo. Lo he recibido con mucha alegría, nervios, y de forma humilde, porque me daba mucha vergüenza un premio tan grande, sólo para mí...

¿Cuáles son sus valores a la hora de trabajar?

Compromiso, trabajo en equipo, humildad, positivismo, responsabilidad, trabajo y ser natural.

CONSEJOS PARA EL VIAJERO TRAVEL TIPS



Transport/ Transporte

Variables abound in Spain: you can rent a car to get from one destination to the next, or take one of the many domestic flights connecting the country's major cities. Similarly, the national company train company, Renfe, offers excellent service --including high-speed rail--, and is a great way to travel around the country. In urban areas, taxis are the best way to get around the city. The rate for this means of transport does not vary from season to season. // Dentro de España abundan las variables: desde alquilar un coche para moverse entre los destinos hasta tomar los numerosos vuelos domésticos que conectan cada día las principales ciudades del país. Asimismo, el servicio de tren con la compañía nacional Renfe, es excelente para moverse por el país, incluyendo trenes de alta velocidad. En las ciudades, el taxi es el medio más indicado para los desplazamientos urbanos. En ninguno de estos medios suelen variar las tarifas en temporada.



Cost/ Coste

Taxi services from the airport to most major cities range from 25 to 35€. However, cities like Madrid and Barcelona also have convenient bus, light rail and metro service. // Los servicios de taxi desde los aeropuertos de las principales ciudades oscilan entre los 25 y 35€. No obstante, existen interesantes servicios de autobuses, trenes de cercanías y metro en ciudades como Madrid y Barcelona.



Currency Exchange/ Cambio de dinero

We recommend that you exchange currency at a bank once you arrive in the city; they usually offer better rates than the booths you'll find in touristy areas. If the bank is closed, the safest way to exchange money is at your hotel's reception. // Le recomendamos que haga el cambio de divisas en los bancos de la ciudad, suelen

tener un mejor cambio que las cabinas de las zonas turísticas. Si el banco está cerrado, la forma más segura es cambiarlo en la recepción del hotel.



Gifts / Regalos

Craft and souvenir shops abound in many cities around Spain, although we recommend you buy local products. From crafts to typical food products such as oil, wine and ham, Spain's sacrosanct triad. // En las distintas ciudades españolas existen numerosas tiendas de artesanía y recuerdos, aunque recomendamos el producto local. Desde artesanías a productos gastronómicos típicos, como el aceite, el vino o el jamón, la sacrosanta tríada española.

south, to the meat of the plains, olives and fine aioli from the Mediterranean, fish and seafood from the north or Madrid's typical stews. You'll also find interesting international food and Latin American, European and Asian fusion cuisine. // La espectacular y variada gastronomía española es una fiesta para los sentidos. Comenzando por las sopas frías del sur, las carnes de la meseta, las olivas, el fino, el alioli del Mediterráneo, los pescados y mariscos del norte o los pucheros de Madrid. También encontrará interesantes propuestas internacionales y cocina de fusión latinoamericana, europea y asiática.



Shopping/ Compras

Aside from the commercial districts, make sure to visit the street markets held in every city. // Además de las áreas comerciales, visite los mercadillos locales en cada ciudad.



Food / Comida

Spain's spectacular and varied cuisine is a feast for the senses. From the cold soups typical of the



NEW YORK, NEW YORK. "The four best cocktail bars in New York, including The Dead Rabbit --voted Best Bar in the World in 2016-- visited the Only YOU Hotel Atocha lobby as 'resident cocktail bars'. / **ESP.** Los cuatro mejores cocktail bars de Nueva York han sido "coctelería residente" en el lobby del Only YOU Hotel Atocha, entre ellas The Dead Rabbit, elegido Mejor Bar del Mundo 2016.



THE BEST COCKTAILS IN THE WORLD

by **JORDI TEIXEIRA**

The Dead Rabbit, voted Best Bar in the World in the 2016 Spirited Awards opened the "resident cocktail bar" program at Only YOU Hotel Atocha. For four months, the most iconic cocktails in New York City's night scene were paraded around the hotel lobby. This was a real luxury for Madrid's most stylish after-work venue.

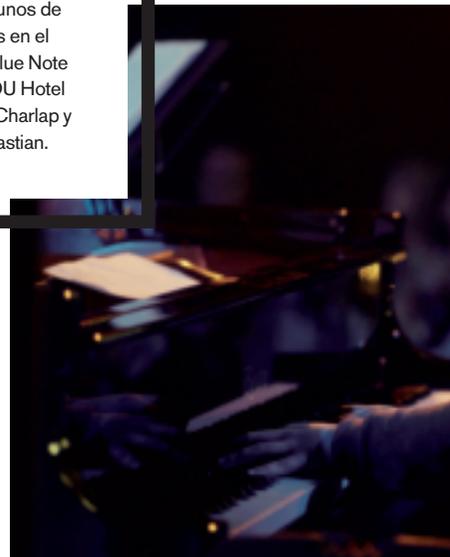
ESP. LOS MEJORES COCTAILS DEL MUNDO. The Dead Rabbit, elegido el Mejor Bar del Mundo 2016 en los Spirited Awards ha inaugurado el programa de "coctelerías residentes" en el Only YOU Hotel Atocha. Durante cuatro meses, por el lobby del hotel han desfilado icónicos cocktail bars neoyorquinos. Un lujo para el afterwork con más estilo.

This initiative at Only YOU promoted by Seagram's New York Hotel brought New York's best cocktails to Madrid. / **ESP.** La iniciativa Seagram's New York Hotel at Only YOU ha traído a Madrid los mejores cócteles de Nueva York.





Among the artists at Only YOU Hotel Atocha stage: Bill Charlap and Juan Sebastian.
/ ESP. Algunos de los artistas en el escenario Blue Note del Only YOU Hotel Atocha: Bill Charlap y Juan Sebastian.





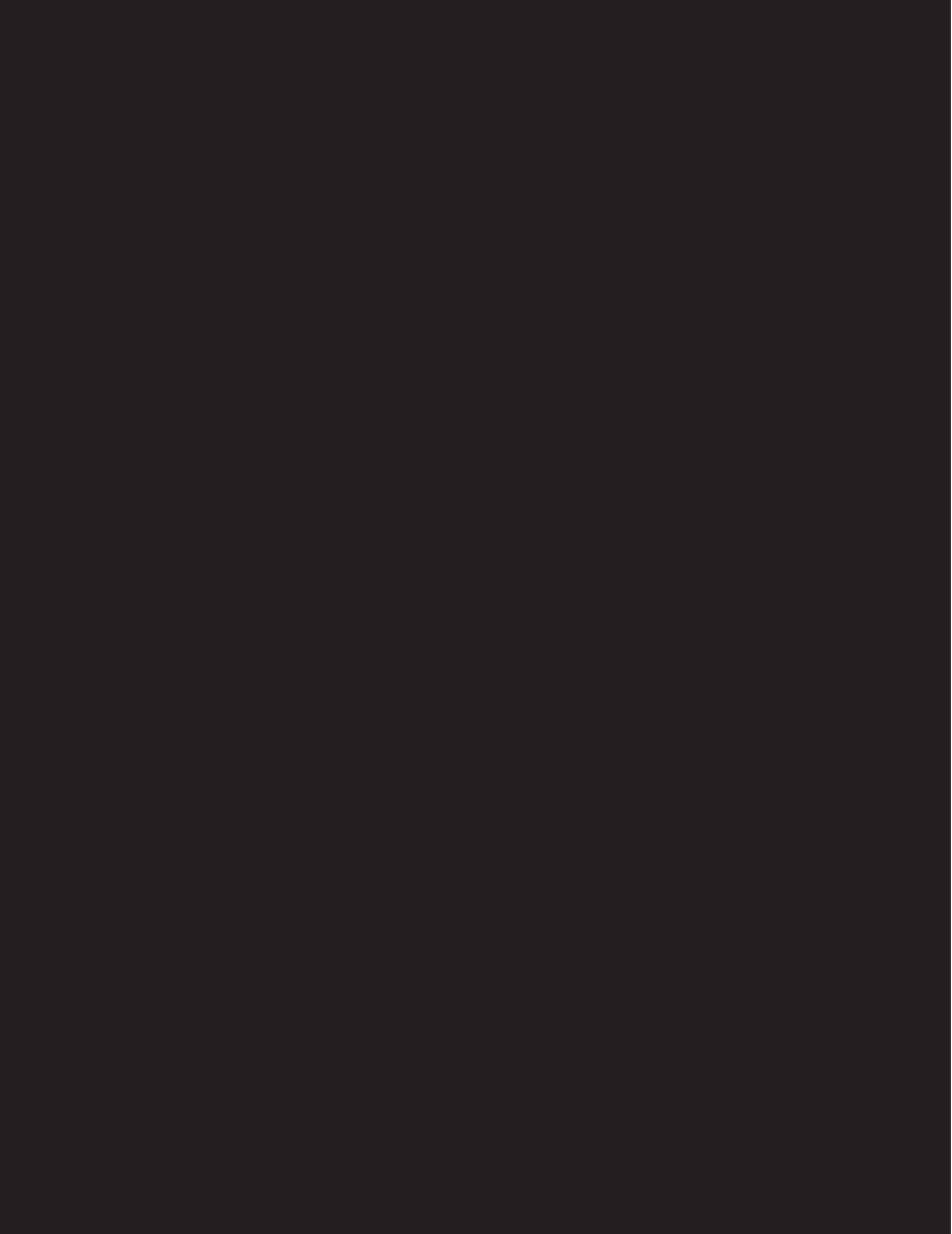
ONLY YOU
HOTEL
ATOCHA

JAZZ WITH A PEDIGREE

New York City's prestigious Blue Note Jazz Club has brought its programming to our hotel in Madrid. / **ESP.** JAZZ CON PEDIGREE. El prestigioso club de jazz neoyorquino Blue Note ha acercado su programación al hotel madrileño.

There's one soundtrack that never goes out of style in New York: the one you hear in the legendary jazz clubs lurking around every corner of the city. And few of these clubs have as rich a history and are nevertheless still as trendy as the Blue Note, one of the most famous jazz venues on earth, located at 131 West 3rd Street in Greenwich Village, where for decades it has not been at all uncommon to bump into Chick Corea, McCoy Tyner, Joe Lovano or John Scofield at night. For the past four months, Blue Note Jazz Club has been in charge of programming and hosting a selection of the New York venue's regular musicians and artists at the hotel, including hard bop New Yorker Bill Charlap; Romain Collin, a pianist originally from France who has won international critical acclaim; or up-and-coming artists such as Madrid native Cecilia Krull. Hand-in-hand with Seagram's Gin, the program offered a unique opportunity to listen to the latest cutting-edge jazz prescribed by the prestigious New York City nightclub, Blue Note Jazz Club.

/ **ESP.** Hay una banda sonora que nunca pasa de moda en New York: la que resuena en los míticos clubes de jazz que se esconden en cada rincón de la ciudad. Y pocos hay con tanta historia, y a la vez tan de moda como el Blue Note, uno de los escenarios de jazz más famosos del mundo que desde hace décadas reside en el número 131 de la West 3rd Street en Greenwich Village, y donde no es raro encontrar alguna noche a Chick Corea, McCoy Tyner, Joe Lovano o John Scofield. Durante cuatro meses, el club Blue Note ha sido el encargado de programar y acoger en el hotel una selección de los músicos y artistas que habitualmente tocan en el local de neoyorquino, como el neoyorquino de hard bop Bill Charlap, Romain Collin, el pianista de origen francés alabado por la crítica internacional o nuevas promesas como la madrileña Cecilia Krull. La programación, de la mano de Seagram's Gin ha sido una oportunidad única para escuchar el jazz más vanguardista de la mano de un prescriptor de lujo como el prestigioso club neoyorquino Blue Note.





SICILY

THE PASSION OF THE THREE SEAS • LA PASIÓN DE LOS TRES MARES

The Ionian, Tyrrhenian and Mediterranean are the three seas that wash the shores of Sicily. The largest island in Europe is the birthplace of a melting pot of cultures where Greeks, Romans, Arabs and Spaniards have all left their marks. Its stunning beaches, mountains and olive groves, combined with the majesty of Mt. Etna, make it a premier tourist destination.

/ **ESP.** Jónico, Tirreno y Mediterráneo son los tres mares que bañan las costas de Sicilia. La isla más grande de Europa es cuna de una cultura mestiza en la que griegos, romanos, árabes y españoles dejaron su huella. Sus fantásticas playas, sus montañas y olivares y la majestuosidad del Etna dan luz a un destino turístico de primer nivel.

Fun and relaxation in one place

DIVERSIÓN Y RELAJACIÓN EN EL MISMO LUGAR



Thousand of tourists
enjoy of Fiesta Hotels &
Resort facilities in Sicily.
/ **ESP.** Miles de turistas
disfrutan cada año de las
instalaciones de Fiesta
Hotels & Resort
en Sicilia.



The Garden Beach Fiesta and Athènee Palace Fiesta hotels are the perfect gateway for exploring Sicily. When you stay in one of the 529 rooms at one of these two Fiesta Hotels & Resort form Palladium Group Hotel, you'll have access to all the best services and facilities. Wellness centers, sports courts, children's clubs... These are places where you can enjoy relaxing and entertaining activities. / **ESP.** Fiesta Garden Beach y Fiesta Athènee Palace son la puerta perfecta para entrar en contacto con Sicilia. Alojarse en una de las 529 habitaciones con las que cuentan los dos hoteles del Grupo Palladium supone tener a disposición la comodidad de sus instalaciones y el mejor de los servicios. Centros wellness, canchas de deporte, club para niños... Son los escenarios en los que se desarrollan actividades de relajación y entretenimiento.

THE RESORTS

OUR SPIRIT

The spirit of the Garden Beach Fiesta and Athènee Palace Fiesta hotels is suitable for couples on romantic getaways, or for groups of friends and families with small children or teenagers. / **ESP.** El espíritu de Fiesta Hotel Garden Beach y Fiesta Hotel Athènee Palace es apto tanto para parejas en escapada romántica como para grupos de amigos o familias con niños pequeños y adolescentes.

INTERVIEW WITH
GIOVANNI PASSAMONTE
MAITRE RESTAURANTE / MAITRE RESTAURANTE

“I LOVE MEDITERRANEAN CUISINE”

“THERE IS SPACE IN THE BUFFET FOR ITALIAN FOOD, AND THERE ARE ALWAYS SOME LOCAL DISHES, ESPECIALLY SICILIAN” / **ESP.** “EN EL BUFFET HAY ESPACIO PARA LA COCINA ITALIANA. NUNCA FALTAN PLATOS LOCALES Y ESPECIALMENTE SICILIANOS”

What do you like most about your job?

My biggest reward is knowing that everything has gone well at the end of every table service and seeing customers leave my restaurant with a smile on their faces, happy and hoping to return.

What makes your restaurant stand out?

The restaurant should always be clean and neat. My waiters

have to work together in harmony in order to convey an atmosphere of serenity, warmth and amiability to customers, but since I'm strictly “old-school”, I also demand discipline and respect.

Is there a place in its cuisine to make a nod to local fare?

There is space in the buffet for Italian food, and there





“I RECOMMEND TYPICAL LOCAL SEAFOOD AND FISH DISHES WITH A GOOD WHITE OR RED WINE CHOSEN FROM OUR SICILIAN WINE LIST”

are always some local dishes, especially Sicilian. I recommend a lot of the Italian pasta dishes, plus every week I invite our customers to sample typical Sicilian fare, especially street food, like the pani ca meusa (literally “bread with spleen”), which customers really love, before they realize what it is!

What would you recommend from the menu?

I love Mediterranean cuisine. I recommend typical local seafood and fish dishes with a good white or red wine chosen from our Sicilian wine list. I like to move away from the buffet and try to pay a little extra attention to one of the tables in particular, talking with the customers, topping up a glass of wine.

ESP. ¿Qué es lo que más le satisface de su trabajo?

Mi mayor recompensa es saber que al final de cada servicio de mesa todo está bien y que los clientes dejan mi restaurante con una sonrisa, felices y dispuestos a volver.

¿Qué destaca de su restaurante?

El restaurante siempre debe estar limpio y ordenado, mis camareros deben trabajar juntos en armonía y transmitir a los clientes una atmósfera de serenidad, calidez y amabilidad. Pero al ser exigente y “de la vieja escuela” exigo disciplina y respeto.

¿Hay lugar en su cocina para los guños locales?

En el buffet hay espacio para la cocina italiana. Nunca faltan platos locales

y especialmente sicilianos. Aconsejo mucho los platos de pasta con recetas italianas y cada semana invito a nuestros clientes a degustar la gastronomía típica de Sicilia, en especial la comida de la calle, como el sándwich con bazo (vísceras), que a los clientes realmente les encanta. ¡Pero antes hay que saber lo que es!

¿Qué recomendaría de la carta?

Me encanta la comida mediterránea. Recomiendo los platos típicos de mar: marisco y pescado local, con un buen vino blanco o tinto elegido de nuestra carta de vinos sicilianos. Me gusta separarme del buffet y dar un poco de atención a una mesa en particular; hablar con los clientes sirviéndoles una copa de vino fresco.

Mt. Etna: The Island's Roar

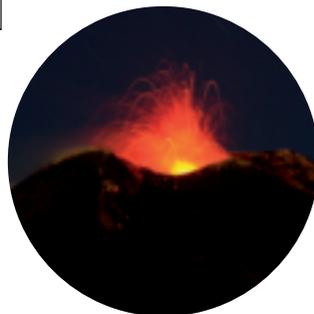
ITALY'S MOST
FAMOUS VOLCANO
/ EL VOLCÁN MÁS
FAMOSO DE ITALIA



by **PABLO SIERRA**

Sicily towers over the tectonic plates that divide Europe and Africa. This border is used to the roaring volcanoes and earthquakes that often make it tremble, but have also helped create a fertile terrain full of spectacular landscapes. The intense study and control of seismic activity over the last few decades has assuaged the fears of Sicilians living on the slopes of Mt. Etna. The mountains in the center and south of Sicily are less pronounced, giving way to a series of hills lined with olive trees and Mediterranean forest.

/ ESP. ETNA: EL RUGIDO DE LA ISLA. Sicilia se eleva sobre las placas tectónicas que dividen Europa y África. Es una frontera acostumbrada al rugir de los volcanes y los terremotos que la han hecho temblar pero que han contribuido a crear una orografía tan fértil como llena de espectaculares paisajes. El intenso estudio y control de la actividad sísmica de las últimas décadas ha hecho respirar más tranquilos a los sicilianos que viven en las faldas del Etna. Hacia el centro y el sur, las montañas sicilianas se suavizan, dando paso a unas colinas sobre las que crecen los olivos y el bosque mediterráneo.

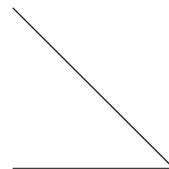


by **PABLO SIERRA**



AN UNDERWATER SAUNTER THROUGH THE STRAIT OF MESSINA

Three kilometers. That is the short distance separating Sicily, the largest island in Europe, from Calabria, at the toe of Italy's boot. To get across this stretch of sea, known as the Strait of Messina, it is necessary to take one of the boats joining the land of Sicily with Calabria; since, throughout history, various projects to build a bridge from the continent to the island have proven fruitless. Underneath these waters, the sea floors make for fantastic diving or snorkeling. This is a good alternative for more intrepid tourists staying at the the Garden Beach Fiesta or Athènee Palace Fiesta hotels. There are plenty of companies in Messina that offer this service, providing their customers with comprehensive packages that include a Sicilian breakfast to gather strength before the subaquatic adventure and a stroll through the city's historic center, where one of the highlights is the cathedral's mechanical astronomical clock, thought to be the largest in the world.



UN PASEO POR EL ESTRECHO DE MESSINA

/ ESP. Tres kilómetros.

Esa es la escasa distancia que separa Sicilia, la isla más grande de Europa, de Calabria, la punta de la bota italiana. Para cruzar este brazo de mar, conocido como Estrecho de Mesina, es necesario tomar uno de los barcos que unen las tierras siciliana y calabresa al no haber fructificado a lo largo de la historia los proyectos de construcción de un puente entre el continente y la isla. Bajo esas aguas se esconden unos fondos fantásticos para la práctica del buceo y el snorkel. Esa puede ser una buena opción para los excursionistas más intrépidos que se alojen en Fiesta Hotel Garden Beach o Fiesta Hotel Athènee Palace. En Mesina abundan las empresas que ofrecen este servicio, proporcionando a sus clientes un completo plan que incluye desde un desayuno siciliano para coger fuerzas ante la aventura subacuática a un paseo por el casco histórico por la ciudad, donde destaca el reloj mecánico-astronómico de su catedral, considerado como el más grande del mundo.

INTERVIEW WITH
GABRIELA SERIO
HEAD RECEPTIONIST / RECEPCIONISTA

“OUR FOCUS IS ON THE CUSTOMER AND THEIR SATISFACTION SO THAT WE CAN PROVIDE THEM WITH THE BEST SERVICE”

“NUESTRO ENFOQUE ES EL CLIENTE Y SU SATISFACCIÓN CON EL FIN DE ATENDERLOS BIEN”

How long have you been working at the resort?

I've been working at the resort 14 years, and I'm still as enthusiastic and passionate about it as I was on the first day.

How have you grown professionally?

I started at reception secretary, then after a few years, when the second resort, the Fiesta Athenee Palace, opened, I had the opportunity to become Head Receptionist, but that was also thanks to the fact that there were people who believed in me. I have gotten more and more training year after year, and I've also learned from the experience of some of my colleagues who have served as my mentors, that is how my passion for the hotel world was born. Plus my professional growth, and

especially my growth as a person, continues day after day.

What is a typical day at work like for you?

In fact, there is no ordinary day at the hotel, every day has its own unique quality, that's what's so great about this job. There are daily procedures that begin with brief informative meetings with the teams, departments and management. So every detail is seen to as far as the practical control of room assignment. Our focus is on the customer and their satisfaction so that we can provide them with the best possible service and they can have a stress-free vacation. The best part of my job is still the ongoing contact with customers, paying attention to their needs and meeting certain

requirements, which implies fully empathizing with them, even if it's just for as long as their stay lasts.

What is your favorite corner of the entire resort?

I have two favorite spots that I love: the impressive view from room 1375, where your gaze is lost between the blue sea and the sky, from the room's huge terrace you can admire the coast in front of you and the Madonie Mountains behind you. The second is the view from the Garden Beach Hotel terrace in front of the Lobby Bar, especially early in the morning, the blue pool blends in with the green vegetation, you can feel the cool breeze and there's this spectacular silence, a moment of peace that you can retreat to for a while to get away from the stress.

ESP. ¿Cuánto tiempo lleva trabajando en el resort?

Llevo 14 trabajando en el resort y mantengo siempre el mismo entusiasmo y la pasión del primer día.

¿Cómo ha crecido profesionalmente?

Empecé como secretaria de recepción y después de pocos años, con ocasión de la apertura del segundo hotel del resort, el Fiesta Athenee Palace, tuve la oportunidad de ser la jefa de recepción. Pero eso también





gracias a algunas personas que creyeron en mí.

Mi entrenamiento ha ido creciendo año tras año y me he ido formando también gracias a la experiencia de algunas de mis compañeras, que me han hecho de guía. Así nació mi pasión para el mundo de la hotelería. Además, el crecimiento profesional, pero sobre todo la formación de mi persona, crece más día a día.

¿Cómo es un día cualquiera en el trabajo?

De hecho no hay ningún día ordinario en el hotel, cada día tiene su propia singularidad y ése es el encanto de este trabajo. Hay procedimientos diarios que comienzan con una breve sesión informativa entre los equipos, departamentos y dirección. Así que desde el control práctico de la asignación de habitaciones todo es atendido en detalle. Nuestro enfoque es el cliente y su satisfacción, con el fin de atenderles bien para que pasen unas vacaciones

tranquilas. La mejor parte de mi trabajo sigue siendo el contacto permanente con los clientes, escuchar sus necesidades y satisfacer ciertos requisitos, pues significa compartir sus emociones totalmente aunque sólo sea por el tiempo de la estancia.

¿Cuál es su rincón favorito de todo el resort?

Tengo dos lugares favoritos que me encantan: la impresionante vista de la habitación 1375, donde la mirada se pierde entre

el mar azul y el cielo. Desde la gran terraza de la habitación se pueden admirar la costa en frente y detrás las montañas de la Madonie. El segundo es la visión desde la terraza del hotel Garden Beach, frente al Lobby bar, especialmente a primera hora de la mañana. El azul de la piscina se funde con el verde de la vegetación y se siente una brisa fresca y un silencio espectacular. Un momento de paz donde retirarse un rato para escapar del estrés.



ENJOY A FITNESS HOLIDAY WITH A LOT OF ACTIVITIES

The Garden Beach Fiesta and Athènee Palace Fiesta hotels are both perfect destinations if you want to work out during your vacation. Both hotels offer a wide range of sporting activities. Either individually or with guidance from Palladium's entertainment team, you can practice sports such as aerobics, aquagym, tennis, soccer, archery and beach volleyball. Enjoy the fun and wellness alone or with family and friends.

/ ESP. PONTE EN FORMA EN UNAS VACACIONES LLENAS DE ACTIVIDADES. Fiesta Hotel Garden Beach y Fiesta Hotel Athènee Palace son dos destinos perfectos para no olvidar el fitness durante las vacaciones. La oferta deportiva de los dos hoteles es amplia. De forma individual o coordinada por los responsables del entretenimiento de Palladium se pueden practicar deportes como aerobico, tenis, fútbol o voley playa. Diversión y wellness en solitario o en compañía de la familia o los amigos.



LIKE ROBIN HOOD

Archery is one of the most popular sports at the Sicily Palladium resorts. **ESP.** El tiro con arco es uno de los deportes más practicados en los resorts de Palladium en Sicilia.

activities / actividades

Morning / Mañanas

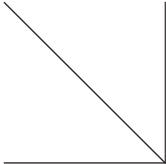
- 9:00: **Info Point / Punto de información**
- 9:00: **Mini Club / Mini club**
- 9:30: **Soft Gym / Ejercicio suave**
- 10:00: **French Boules /
Juego de petanca**
- 10:00: **Archery / Tiro con arco**
- 10:00: **Tennis / Tenis**
- 10:30: **Ping-Pong / Ping Pong**
- 11:00: **Volley Ball / Vóleybol**
- 11:00: **Darts Game / Juego de dardos**
- 11:00: **Beach Ball / Balón Playa**
- 11:00: **Water Aerobics / Aquagym**
- 11:30: **Group Dance / Baile en grupo**
- 12:00: **Game with Angel Davil /
Juego con Angel Davil**

Afternoon / Tardes

- 15:00: **Mini Club / Mini Club**
- 15:00: **Info Point-Italian Lesson /
Punto de Información-
Clase de Italiano**
- 15:00: **French Boules /
Juego de petanca**
- 15:00: **Archery / Tiro con Arco**
- 15:00: **Tennis / Tenis**
- 15:00: **Ping-Pong / Ping Pong**
- 16:00: **Volleyball / Vóleybol**
- 16:00: **Beach Ball / Balón Playa**
- 16:00: **Water Aerobics / Aquagym**
- 16:30: **Group Dance / Baile en grupo**
- 17:00: **Football / Fútbol**
- 17:00: **Tuka Club Picnic**
- 17:00: **Latin Dance / Baile Latino**
- 17:30: **Aerobic Toning / Aerobic
Tonificación**
- 18:00: **New Age Gym**

Evening / Noches

- 20:30: **Cartoons / Dibujos Animados**
- 21:15: **Mini Disco**
- 21:45: **Retro Dance / Baile Retro**
- 22:00: **Show**
- 23:00: **Disco**



THE POOL IS THE PLACE

TO BURN SUMMER CALORIES

LAS CALORÍAS VERANIEGAS
SE QUEMAN EN LA PISCINA

There's no better place to burn the calories ingested throughout the summer than at the pools at Palladium's resorts in Sicily. A group of certified fitness instructors and coaches offer guests at

Garden Beach Fiesta and Athènee Palace Fiesta hotels the physical wellbeing they're looking for. Aqua gym and water aerobics have become two of the coolest sports activities, because they're suitable for people of all ages, young or old. At night, there's no chance to get bored thanks to the dance shows organized by Palladium Hotels.

/ ESP. No hay mejor sitio para quemar las calorías que la vida veraniega produce que las piscinas de los resorts de Palladium

en Sicilia. Un grupo titulado de profesores y monitores de fitness proporcionan el bienestar físico que buscan los huéspedes que se alojan en Garden Beach Fiesta and Athènee Palace Fiesta. El aquagym y el water aerobics se han convertido en dos de las actividades deportivas más cool porque no entienden de edades y hacen disfrutar por igual a jóvenes y mayores. Por la noche, no hay opciones de aburrirse gracias a los shows de baile que organizan los hoteles de Palladium.



"CRECEMOS EL SABOR DE SICILIA"

MY JOB IS TO LOOK AFTER EACH CUSTOMER

“MY FAVORITE ROOM IN THE ENTIRE RESORT IS THE JUNIOR SUITE, NUMBER 885, ESPECIALLY BECAUSE OF ITS LOCATION, IN A SEASIDE GARDEN WITH A WONDERFUL TREE THAT MAKES IT VERY SPECIAL”

What room in the hotel do you think is the most impressive?

My favorite room in the entire resort is the Junior Suite, number 885, especially because of its location, in a seaside garden with a wonderful tree that makes it very special.

Which room would you choose to spend the night?

I'd like to spend a night in that room.

What do you do to make sure customers feel at home?

My job is to look after each customer to make sure they feel at home, providing the best possible hygiene and cleaning service for their room, and also learning about their expectations upon their arrival in order to offer the best possible service and make sure their stay is very pleasant.

Do you have any unusual anecdotes of things that have happened on the job that you can tell us about?

The most unusual episode I recall is the time these two customers used the minibar as a safe and they were totally convinced that it was the safe. It took a lot of explaining to get them to realize that that was not what was not it...!

What is the strangest thing you've found that someone left in their room?

I never thought anyone could forget their dentures... but it happened!!!

INTERVIEW WITH
GABRIELLA CANALICCHIO
FLOOR HOUSEKEEPER / GOBERNANTA DE PISOS

“LA HABITACIÓN QUE PREFIERO DE TODO EL RESORT ES LA JUNIOR SUITE 885, POR EL LUGAR DONDE SE ENCUENTRA, FRENTE AL MAR Y EN UN JARDÍN CON UN ÁRBOL MARAVILLOSO”.



ESP. ¿Cuál es la habitación que más le impresiona de todo el hotel?

La habitación que prefiero de todo el resort es una Junior Suite, la número 885, sobre todo por el lugar donde se encuentra, frente al mar y en un jardín con un árbol maravilloso que hace que sea muy especial.

¿Cuál elegiría para pasar una noche?

Me gustaría pasar una noche en la misma habitación .
¿Qué hace para que el cliente se

sienta como en casa?

Mi tarea es atender a cada cliente para que se sienta cómodo como en casa, además de ofrecer en su habitación un servicio de higiene y limpieza óptimo. Después de su llegada tengo que conocer sus expectativas con el fin de ofrecerle la la mejor atención para que su estancia sea muy agradable.

¿Alguna historia insólita que le haya pasado trabajando y que se pueda contar?
El episodio más

inusual que recuerdo es el de un par de clientes que utilizaron el minibar como una cajafuerte y con mucha convicción, ¡pero después, y sólo después de muchas explicaciones se dieron cuenta de que no era el lugar adecuado para guardar sus cosas de valor!

¿Qué es lo más raro que se ha encontrado olvidado en una habitación?

Nunca pensé que podría olvidarse una dentadura postiza.... ¡Pero sucedió!

CONSEJOS PARA EL VIAJERO TRAVEL TIPS



Transport/ Transporte

The easiest way to get from the airport to the hotel is by taxi, for a fee between €150-300. If you contact the hotel in advance (with at least 15 days notice), you can book your transfer for a fixed fee (3 people minimum). At the hotel reception you can obtain information about the trains and buses available to visit Cafalú and Palermo. We do not recommend driving in the chaotic traffic of the capital; it is much better to walk. To explore the rest of the island, however, it is essential to rent a car or sign up for guided tours. Public transport in Sicily leaves a lot to be desired. // La manera más sencilla de viajar del aeropuerto al hotel es en taxi, por un coste de entre 150 a 300 euros. Contactando con antelación con el hotel (15 días de margen) se puede reservar un transfer con precio cerrado (3 pax. mínimo) En la recepción le informarán de los trenes y buses disponibles para las visitas a Cefalú y Palermo. No se recomienda aventurarse en el caótico tráfico de la capital a manos del volante, mejor visitarla cómodamente

a pie. Pero para recorrer la isla es fundamental alquilar un vehículo o apuntarse a excursiones guiadas. El transporte público de Sicilia deja mucho que desear.



Cost/ Coste

The taxi to the hotel costs an average of €150-300 and it is best to agree on a fee beforehand. The hotel transfer is slightly more economical - between €115-190. // El taxi al hotel tiene un coste de entre 150 y 300€ y conviene cerrar el precio antes del trayecto con el conductor. El transfer sale algo más económico, entre 115 y 190€.



Currency Exchange/ Cambio de dinero

For your comfort, the hotel reception offers this service. // Para su comodidad, la recepción del hotel le ofrece este servicio.



Gifts / Regalos

In the historic centre of the nearby town of Cefalú there are charming gift shops, fashion boutiques and stores selling Italian shoes. We suggest visiting the street markets in Palermo, as well as the ones in Ballarò and Vucciria, where it's best to go early in the morning and have lunch after in one of the foccacerie. // En el centro histórico de la vecina Cefalú hay tiendas encantadoras de regalos, moda y zapatos italianos. Se recomienda una visita a los mercadillos callejeros de Palermo como el de Ballarò o el de Vucciria, a los que conviene acudir a primera hora de la mañana y almorzar, después, en alguna foccacerie.



Food / Comida

In Sicily everything from starters to desserts is absolutely delicious (sweets, coffees and ice-creams). The offering is varied and affordable, and the seafood and vegetables are particularly good. For €30 you can

enjoy a delicious meal. Tip is usually included. // En Sicilia hacen bien desde el entrante hasta el postre (dulces, cafés, helados). Su oferta es variada y asequible, destacando el marisco y las verduras. Por 30€ se puede comer un buen menú. La propina suele ir incluida.



Shopping/ Compras

Visit Via della Libertà in Palermo for the hallmark the top Italian designer such as Prada, Dolce & Gabbana, Gucci, Liu Jo and Emporio Armani. For Italian fashion at great prices, you can spend an afternoon at the Outlet Sicilia Village. This shopping centre can be reached by bus from the hotel. // En Via della Libertà, en Palermo, se concentran las mejores boutiques nacionales: Prada, Dolce & Gabbana, Gucci, Liu Jo o Emporio Armani. Para una tarde de compras de moda italiana a buenos precios se recomienda visitar el Outlet Sicilia Village. Un centro comercial de acceso en bus desde el hotel Se puede acceder en bus desde el hotel.



Sightseeing/ Imperdibles

Palermo and its buildings, including the Massimo Theatre; Agrigento and the Valley of the Temples, are some of the nearest destinations and multiple attractions and vast architectural wealth. // Palermo y sus edificios maravillosos como el Teatro Massimo; o Agrigento y su Valle de los Templos son dos destinos cercanos con múltiples atractivos y gran riqueza arqueológica.



Lobbies

At reception you can obtain all the information you need regarding services within the hotel, transport to nearby cities and guided tours and excursions. You can also have them get you a taxi, book a massage or anything else you need. Our hotel staff will be delighted to help you. // En la recepción podrá informarse de todos los servicios del hotel, de los transportes a las ciudades cercanas y de las visitas guiadas y excursiones. Además, podrá desde pedir un taxi hasta reservar un masaje. El personal del hotel está a su completa disposición.



Resort map // mapa resort

- | | |
|---|--|
| 1. Parking. | 12. Volleyball. // Voleibol. |
| 2. Lobby. | 13. Theatre. // Teatro. |
| 3. Boutique. | 14. Miniclub. |
| 4. Restaurant. // Restaurante. | 15. Infopoint. // Animación. |
| 5. Bar Hall. | 16. Mare restaurant. // Restaurante Mar. |
| 6. Swimming pool. // Piscina. | 17. Beach Bar. |
| 7. Archery. // Tiro con arco. | 18. Disco. |
| 8. Minigolf. | 19. Beach pool. // Piscina junto al mar. |
| 9. Bocce. | 20. Beach. // Playa. |
| 10. Football field. // Campo de fútbol. | 21. Wellness center. |
| 11. Tennis. // Tenis. | 22. Fitness center. |





DOMINICAN REPUBLIC

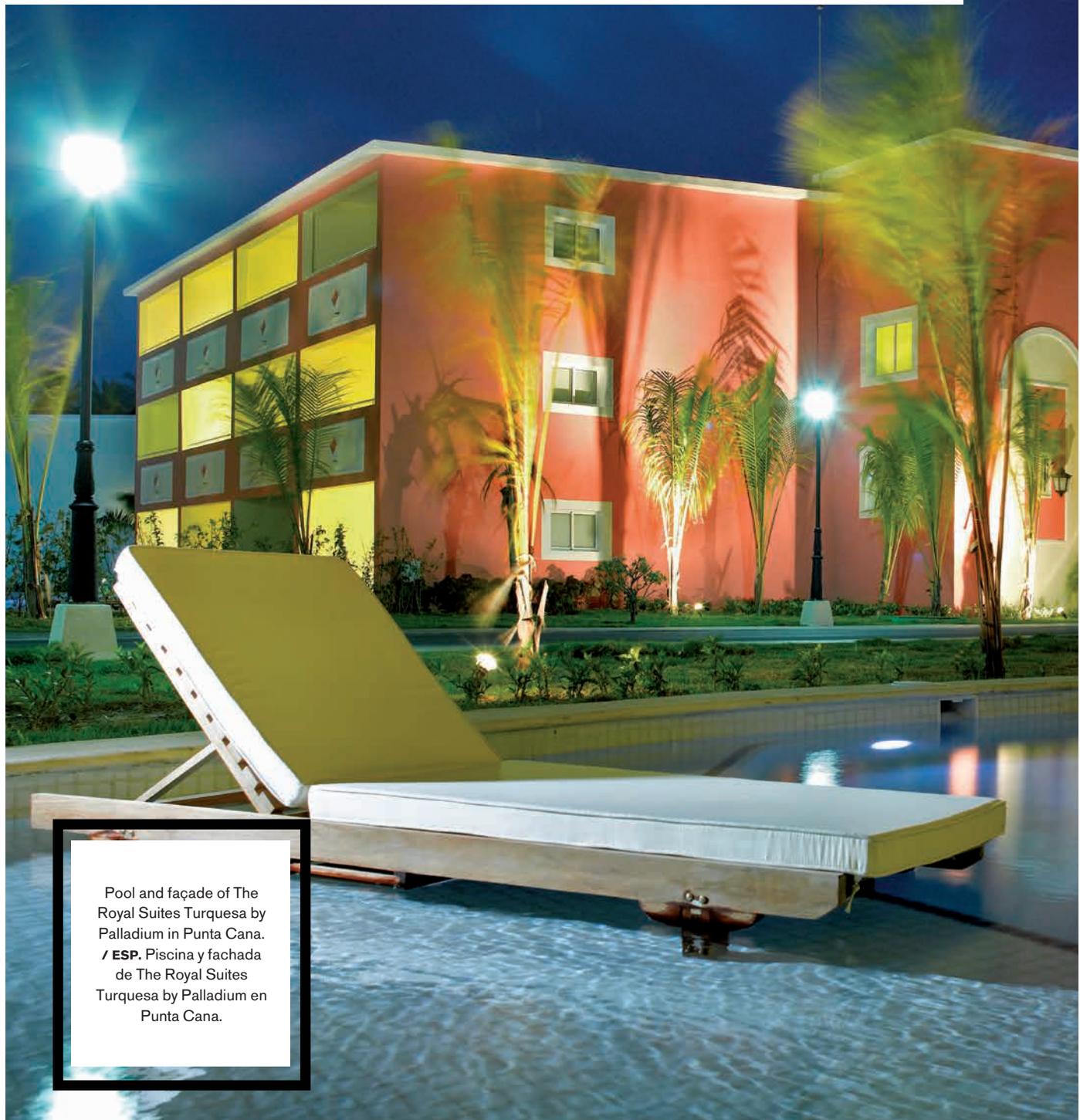
THE DESTINATION FOR EXTRAORDINARY NATURE • EL DESTINO DE LA NATURALEZA EXTRAORDINARIA

The Dominican Republic is a leading country in terms of natural beauty. Located on the island of Hispaniola, the land of the Dominicans combines tropical exuberance with the crystal clear blue waters of its beaches. It's the perfect destination for a family vacation, fun with friends or a romantic getaway at Palladium's resorts.

/ **ESP.** La República Dominicana es un país líder en belleza natural. Enclavado en la isla de La Española, la tierra de los dominicanos combina la exuberancia tropical con los azules cristalinos de sus playas cristalinas. Un destino ideal para escaparse en familia, divertirse con los amigos o disfrutar de una escapada romántica en los resorts de Palladium.

The best of two worlds

LO MEJOR DE DOS MUNDOS



Pool and façade of The Royal Suites Turquesa by Palladium in Punta Cana.
/ **ESP.** Piscina y fachada de The Royal Suites Turquesa by Palladium en Punta Cana.



DESIGNED AND OPERATED EXCLUSIVELY FOR ADULTS, THE ROYAL SUITES TURQUESA BY PALLADIUM IN PUNTA CANA OFFERS GUESTS THE BEST OF TWO WORLDS: PRIVACY AND THE PERSONALIZED SERVICE OF A SMALL VIP RESORT.

DISEÑADO Y OPERADO EXCLUSIVAMENTE PARA ADULTOS, THE ROYAL SUITES TURQUESA BY PALLADIUM EN PUNTA CANA OFRECE A SUS HUÉSPEDES LO MEJOR DE DOS MUNDOS: LA PRIVACIDAD Y LA ATENCIÓN PERSONALIZADA DE UN PEQUEÑO RESORT VIP.



The Royal Suites Turquesa by Palladium in Punta Cana is a hotel with a twist: an adult VIP paradise with access to all the services offered at the three resorts in the five-star tourist complex. With two restaurants for guests, eight à la carte menus, eight buffets, a Spa & Wellness Center and a Casino. /

ESP. The Royal Suites Turquesa by Palladium en Punta Cana es un hotel distinto: un paraíso VIP para adultos con el acceso a los servicios de los tres resorts del complejo turístico de cinco estrellas. Con dos restaurantes para los huéspedes, ocho a la carta, ocho buffet, Spa & Wellness Center y Casino.

INTERVIEW WITH
JOSÉ RAMOS
ASSISTANT PHASE 1 F&B MANGER

**“MY MAIN
WORK IS
COORDINATING
VARIOUS
SERVICE AREAS
IN THE FOOD
AND BEVERAGE
DEPARTMENT”**

“MI TAREA PRINCIPAL ES
COORDINAR LAS DIFERENTES ÁREAS
DE SERVICIOS DEL DEPARTAMENTO
DE ALIMENTOS Y BEBIDAS”



© Bavaro Online

“I APPRECIATE THE CONFIDENCE THE COMPANY HAS ALWAYS DEMONSTRATED IN ME” / **ESP.** “VALORO LA CONFIANZA Y APOYO QUE LA EMPRESA SIEMPRE ME HA BRINDADO”.

What was your background before becoming Assistant Manager of F&B for Phase 1?

I started working at the company back in the year 2000, as Maître d at Fiesta Hotel Castell Playa in Menorca. I was there until 2003.

In 2003, I accepted the challenge of coming to the Dominican Republic to work as Maître d at the Fiesta Bavaro Hotel, until 2005, when I went on to become Bar Manager at the complex.

Recently, in November 2016, I began working as Assistant Manager of F&B for Phase 1.

What are your duties?

Coordinating various service areas in the Food and Beverage Department (restaurants, bars, events, store rooms, etc.); programming training plans for our work teams; overseeing correct compliance with standards; general supervision of customer service; hiring and training the food and beverage team. Also, promoting product sales, looking after guests, listening to suggestions, criticism and complaints and offering the best

possible solution.

What do you appreciate the most about working for a group like Palladium?

The confidence the company has always demonstrated in me and its ongoing support.

What particular features would you highlight about a resort as exclusive as Grand Palladium Punta Cana Resort & Spa?

Its location, the impressive beach area, the wide open areas and parkland. The activities and recreational areas. Our new food and beverage offer, Premium cuts, Premium drinks.

If you could be a customer for a day, what would you do at the hotel?

I would start the morning by going for a walk on the beach and around the hotel, then I'd have breakfast at the Cathedral Restaurant.

I'd spend a couple of hours on the beach and find an area to rest in the shade. Lunch and afternoon at the pool, then visit a theme restaurant at night, finishing with a coffee and whisky in one of the outdoor seating areas.

ESP. ¿Cuál ha sido su trayectoria antes de acceder a la dirección adjunta A&B Fase 1?

Mis comienzos en la compañía se remontan al año 2000, como Maître en Fiesta Hotel Castell Playa, Menorca. Hasta el año 2003. En ese año asumo el reto en República Dominicana como Maître del Hotel Fiesta Bavaro, hasta el año 2005, que paso a asumir la responsabilidad de Jefe Bares complejo. Recientemente en noviembre de 2016, pasé a ejercer la posición de Director Adjunto A&B Fase 1.

¿Cuáles son sus tareas?

Coordinar las diferentes áreas de servicios del departamento de alimentos y bebidas (restaurantes, bares, eventos, bodegas, etc); programar planes de formación de los equipos de trabajo; velar por el correcto cumplimiento de los estándares. También la supervisión general de la atención al cliente, el integrar y entrenar al equipo de alimentos y bebidas, promocionar la venta de productos y atender a los huéspedes, escuchando sugerencias, críticas, reclamaciones y

proveer la solución más adecuada.

¿Qué es lo que más valora de trabajar en un grupo como Palladium?

La confianza y apoyo que la empresa siempre me ha brindado.

¿Qué particularidades destacaría de un resort tan exclusivo como el Complejo Grand Palladium Punta Cana Resort & Spa?

La ubicación del complejo, área de playa impresionante, zonas verdes y amplitud. Actividades y áreas de recreo. Nuestra nueva oferta en comida & bebida, cortes Premium, bebidas Premium.

Si fuese cliente por un día ¿qué haría en el hotel?

Empezaría la mañana con un paseo en la playa y recorrido del hotel seguido de un desayuno en la terraza del Restaurante Cathedral. Unas horas de playa y descanso, buscando un área de sombra. Después del almuerzo, dedicaría la tarde a estar en la piscina y en la noche visitaría de algún restaurante temático, finalizando con un café&whisky en una de las terrazas.



The spa and wellness center has been completely renovated to offer a total relaxation. / **ESP.** El centro de spa & wellness ha sido renovado completamente para un relax total.



A NEW SPA / UN
NUEVO SPA



ZENTROPIA SPA & WELLNESS

by **MARTÍN ULLOA**

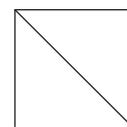
The Zentropia Palladium Spa & Wellness Center has undergone a complete renovation, updating all its facilities and renewing its commitment to offering a peaceful oasis in which to balance body and mind. The gymnasium has also been upgraded and fitted with new equipment, and its facilities have been renovated with the addition of a new FitDance room. Meanwhile, the spa area has also been completely remodeled and now features a mud bath section with 4 different types of mud, as well as an ice cabin. Other features worth mentioning include the floating tank for couples and a natural juice bar serving freshly made juice, with a waiter present to serve guests in their chaise lounges.

ESP. El Zentropía Palladium Spa & Wellness Center se ha sometido a una completa renovación para modernizar todas las instalaciones para potenciar su vocación de oasis de tranquilidad en donde encontrar el equilibrio entre cuerpo y alma. Por su lado, el gimnasio ha sido actualizado con la dotación de nuevos equipos y se han renovado las instalaciones, se ha agregado una sala de Fitdance, de la que no disponía. Por su lado, el área húmeda ha sido remodelada completamente y cuenta con un área de lodos con 4 diferentes tipos, también con una cabina de hielo. Además, sobresale una cabina con un flotarium para parejas y el bar de jugos naturales hechos al momento, con un camarero que atiende a los huéspedes en sus camastros.



by **JORDI TEIXEIRA**

PATACÓN, CARIBBEAN BANANA BREAD



Among the icons of Latin American and Caribbean cuisine are green bananas or plantains. Cut into thick slices and deep-fried in hot oil, then smashed and fried again to a golden crisp, this fruit is transformed into a patacón or tostón, one of the staples of Caribbean cuisine. In the Dominican Republic it is served with salt as a side dish for fish, fried meat, fried chicken or any other daily meal. It's also very popular with cocktail sauce.

ESP. PATACÓN, EL PAN DE PLÁTANO CARIBEÑO. Uno de los iconos de la cocina latinoamericana y el Caribe es el plátano verde o plátano macho. Cortado en tajadas gruesas y frito en aceite caliente, aplastado y vuelto a freír hasta dorarse, se convierte en el patacón o tostón, uno de los alimentos básicos de la gastronomía caribeña. En República Dominicana, se acompaña de pescados, carnes fritas, pollo frito o cualquier comida diaria, y se sirve con sal. También es popular con salsa rosa.

The patacón, or smashed fried green banana, accompanies main dishes in Caribbean cuisine. / **ESP.** El patacón, el plátano verde frito y aplastado, acompaña los principales platos de la cocina caribeña.

“THE MENU AT BOGHALI IS INSPIRED BY THE TRADITIONAL FLAVORS ON THE STREETS OF INDIA”

“EL MENÚ DEL RESTAURANTE BOGHALI ESTÁ INSPIRADO EN LOS SABORES TRADICIONALES DE LAS CALLES DE INDIA”



© Bavaro Online

INTERVIEW WITH
SIDDHARTA
CHEF BOGHALI RESTAURANT
CHEF RESTAURANTE BOGHALI

Where did you learn to cook?

As a child I always used to cook with my grandmothers in India. I learned the basics of traditional Indian cuisine from them. Later on, I went to England to study hotel management, I worked as an intern in the kitchen with great chefs such as Gordon Ramsey, Atul Kochhar and Vivek Singh. Thanks to all this, I can now prepare traditional Indian cuisine with modern touches.

What does Boghali Restaurant offer?

Modern Indian cuisine. Honoring my roots with its aromas, colors and flavors. All using modern techniques and presentations.

As the restaurant is based on the flavors of India, how did you come up with the menu?

The menu at Boghali Restaurant is inspired by the traditional flavors you find on the streets of India. And the food is prepared using modern techniques with the added flair of French cuisine, which I learned from the great Gordon Ramsey.

What is your star dish among customers?

Out of my entire menu, I'd have to say the lobster special that we serve at Boghali Restaurant. It's a combination of the best of my childhood and the best of my home at Palladium Punta Cana. A secret selection of Indian spices combined with Punta Cana's star product: lobster. You have got to try it!

Is there a nod to local cuisine, or is it exclusively Indian?

This country has a rich culinary heritage, and I am continually amazed by its authentic flavors. The next time we update the menu I'm sure the combination of Caribbean flavors and typical Indian spices will be evident. But right now, I can say that our menu is 100% Indian street food.

ESP. ¿Dónde ha aprendido a cocinar?

Desde pequeño siempre cociné con mis abuelas en la India. Con ellas aprendí las bases de la cocina tradicional hindú. Más tarde, al marcharme a Inglaterra a estudiar dirección hotelera, hice prácticas culinarias con grandes chefs como Gordon Ramsey, Atul Kochhar y Vivek Singh. Todo ello, me ha permitido hacer una cocina Hindú tradicional con toques modernos.

¿Cuál es la oferta del restaurante Boghali?

Cocina hindú moderna. Haciendo honor a mis raíces con sus aromas, colores y sabores. Todo con técnicas y presentaciones modernas.

Al ser un restaurante basado en los sabores de India, ¿cómo se ha confeccionado la carta?

El menú del restaurante Boghali está inspirado en los sabores tradicionales de las calles de la India. Confeccionado con técnicas modernas y toques de cocina francesa que aprendí con el gran Gordon Ramsey.

¿Cuál es su plato estrella que más demandan los clientes?

De toda la carta me quedo con el especial Langosta que servimos en el Boghali. Es una mezcla de lo mejor de mi infancia con lo mejor de mi casa en Palladium Punta Cana. Especies hindús seleccionadas junto al producto estrella de Punta Cana, la langosta. ¡Tienes que probarla!

¿Hay algún guiño a la cocina local o es exclusivamente indio?

Este país tiene gran riqueza culinaria, y sigo sorprendiéndome de sus sabores tan auténticos, en la próxima actualización de menú se podrá sentir la mezcla de sabor caribeño. Pero actualmente nuestro menú es 100% comida de las calles de la India.

FIESTA SUNSET JAZZ

LIVE MUSIC /
MÚSICA EN VIVO



by **MARTÍN ULLOA**

In 2009, Dominican Fiesta Hotel & Casino created a new executive urban concept in partnership with Jazz en Dominicana, the Sunset Jazz Lounge Club, and a space for weekly live music: Fiesta Sunset Jazz. At the time, the Club's objective was not to turn it into "A Jazz Club", but to make it "The Jazz Club" as a way to meet the demand for Good Living spaces in the metropolitan area in a totally comfortable, high-quality venue with excellent service, ample parking space and good security. And that's just what they did. The main event at Fiesta Sunset Jazz takes place every Friday at 8:30 p.m. Every week, a selection of the best jazz bands in the country provide us with a chance to rest, relax, and take a break from our hectic lifestyles, helping audiences leave all worries behind, thus their motto: "Where fine living meets jazz, leave it all behind!" Excellence, quality, exclusivity, exquisite food, a fine selection of wine, sparkling wines, alcoholic and non-alcoholic beverages, and premium

cigars accompanied by live music in a setting that is perfect for lovers of life's pleasures. Fiesta Sunset Jazz is the only venue in Santo Domingo that has presented and continues to present live jazz uninterruptedly week after week. Every Friday, this cozy lounge with exquisite views welcomes a sizeable crowd that's eager to watch top-class performances delivered by a selection of the best jazz ensembles in our country and top international guest stars.

Throughout this period, the venue has hosted nearly 350 concerts, with over 250 international musicians and vocalists offering audiences rewarding instrumental and vocal jazz performances. Audiences have had the chance to enjoy original programming including a wide range of top-class music acts, as well as thematic concerts and debut performances from some twenty ensembles and music groups.

ESP. FIESTA SUNSET JAZZ. En 2009, el Dominican Fiesta Hotel & Casino, en sociedad con Jazz en Dominicana, crearon un nuevo concepto urbano ejecutivo - el Sunset Jazz Lounge Club y su espacio de música en vivo semanal - Fiesta Sunset Jazz. Por aquel entonces, los objetivos del Club era convertirlo no en un Club de Jazz, sino en El Club De Jazz - para cubrir la demanda de espacios de Good Living en la zona metropolitana en una propiedad de total confort, alta calidad y servicio, amplio parqueo y seguridad. Y se logró. La actividad principal es el Fiesta Sunset Jazz, que se celebra todos los viernes a partir de las 8:30PM. Donde cada semana una selección de las mejores agrupaciones de Jazz de nuestro país brindan descanso y relax al agitado estilo de vida para que el público que asiste logre dejarlo todo atrás y de ahí su lema: Where Fine Living Meets Jazz; Leave it all behind! Excelencia – Calidad – Exclusividad, exquisita cocina, finas selecciones de vinos, espumantes, bebidas alcohólicas y no-alcohólicas, cigarros premium acompañados de la música en directo en un ambiente idóneo para los amantes de los placeres de la buena vida. El Fiesta Sunset Jazz es el único espacio en Santo Domingo que ha presentado y presenta jazz en vivo y sin interrupción, semana tras semana. Cada viernes un nutrido público se da cita en el acogedor lounge de exquisita vista para presenciar un evento de alta calidad entregado por una selección de las mejores agrupaciones de Jazz de nuestro país e invitados internacionales.

En este periodo no solo se han presentado casi 350 conciertos donde los presentes han vivido enriquecedores momentos de jazz instrumental y vocal en presentaciones realizadas por más de 250 músicos y vocalistas internacionales. En estos el público ha podido presenciar una original programación que ha llevado variadas ofertas de música de alto nivel, así como el debut de una veintena de agrupaciones o proyectos musicales, así como conciertos temáticos.



LIFE MUSIC WITH A VIEW

The spectacular terrace at Sunset Jazz present the best jazz music. / **ESP. MÚSICA EN VIVO CON VISTAS.** La espectacular terraza del Sunset Jazz acoge la mejor música jazz.

activities / actividades

• Monday

- Flexia balloon. 11:00 hrs
- Pool. 12:00 hrs
- Lunch. 13:00 hrs
- Magic workshop. 17:00 hrs
- Movie time 18:00 hrs
- Mini fashion 20:00 hrs
- Circus show 21:00 hrs

• Tuesday

- Magic box. 11:00 hrs
- Pool. 12:00 hrs
- Lunch. 13:00 hrs
- Movie time. 17:00 hrs
- Movie time 18:00 hrs
- Mini show 20:00 hrs
- Mini disco 21:00 hrs

• Wednesday

- Sand castle. 11:00 hrs
- Pool. 12:00 hrs
- Lunch. 13:00 hrs
- Zip line. 17:00 hrs
- Movie time 18:00 hrs
- Show pirata 20:00 hrs
- Mini disco 21:00 hrs

• Thursday

- Eco tour. 11:00 hrs
- Pool. 12:00 hrs
- Lunch. 13:00 hrs
- Video games. 17:00 hrs

- Movie time 18:00 hrs
- Pido's surf party 20:00 hrs
- Mini disco 21:00 hrs

• Friday

- The colors fame 11:00 hrs
- Pool. 12:00 hrs
- Lunch. 13:00 hrs
- Video games. 17:00 hrs
- Movie time 18:00 hrs
- Mini greese 20:00 hrs
- Mini disco 21:00 hrs

• Saturday

- Caballeros y caballos. 11:00 hrs
- Pool. 12:00 hrs
- Lunch. 13:00 hrs
- Movie time. 17:00 hrs
- Movie time 18:00 hrs
- Mini show 20:00 hrs
- Mini disco 21:00 hrs

• Sunday

- Clibin rocks. 11:00 hrs
- Pool. 12:00 hrs
- Lunch. 13:00 hrs
- Movie time. 17:00 hrs
- Movie time 18:00 hrs
- Mini show 20:00 hrs
- Mini disco 21:00 hrs

“ITALIAN AND FRENCH FOOD ARE THE STRONG POINTS OF MY CUISINE”

“LA COMIDA ITALIANA Y FRANCESA ES EL PUNTO FUERTE DE MI GASTRONOMÍA”

How many restaurants are there on the complex?

There are 17 restaurants at the Grand Palladium Punta Cana complex, including 11 with à la carte dinner menus, 5 international buffets serving three meals a day, and a Sports Bar that offers 24-hour service. These are all supplemented by room service in every room, which starts at 11:00 a.m. until 11:00 p.m. at night at Palladium hotels, and is offered 24-hours a day at Royal Suites.

How are the menus and specials prepared??

All the menus and specials in our restaurants must be balanced and contain 5 major categories of food: red meat, fish and seafood, pasta and pork. This is our base to start with, and we're also very careful to take vegetarians and people with celiac disease into account. Palladium Hotel Group has a highly standardize allergy program to look after all our guests, particularly people who are intolerant to a given product.

What are the most popular dishes??

The most popular dishes at the moment are our cuts of angus beef, the pasta at our Chef Raffaele Restaurant, and the fish and seafood at our Bohio Restaurant. We also have Creole cuisine, which we offer at our all restaurants and

is very highly valued by our guests.

And what are your specialties as a chef?

Italian and French food are the strong points of my cuisine. And, obviously, Dominican food!

What is the secret to preparing an appetizing meal?

Presentation, flavor and color. In the kitchen, it's important to always pay attention to what you're doing and put a little love into every dish. These three pillars I mentioned must be the basis of an appetizing meal.

/ ESP.¿Cuántos restaurantes tiene el complejo?

En el complejo Grand Palladium Punta Cana contamos con 17 restaurantes, 11 de ellos tipo carta para sus cenas, 5 buffets de comida internacional para los tres servicios, y un Sport Bar el que damos servicio 24 Horas. A todos ellos le debemos sumar el room Service a todas las habitaciones, que para los hoteles Palladium comienza a las 11:00 de la mañana hasta las 11:00 de la noche, y en Royal Suites damos servicio 24 horas.

¿Cómo se elaboran las cartas y menús?

Todas las cartas y menús de

nuestros restaurantes deben de ser equilibradas y contener los 5 grandes tipos de alimentos, carne roja, aves, pescado-marisco, pasta y carne de cerdo. Con esa base comenzamos la elaboración y tenemos muy en cuenta a los vegetarianos y celíacos. En Palladium Hotel Group, tenemos un programa de alérgenos muy estandarizado para atender a todos los huéspedes, teniendo especial cuidado con las personas intolerantes a algún producto.

¿Cuáles son los platos más demandados?

Los platos más demandados actualmente son los cortes de res calidad angus, las pastas de nuestro restaurante Cheff Raffaele, y los pescados y mariscos de nuestro restaurante Bohio. También la cocina criolla, que tenemos en todos nuestros servicios es muy apreciada por nuestros huéspedes.

Y cuáles sus especialidades como chef?

La comida Italiana y Francesa es el punto fuerte de mi gastronomía. Y obviamente la cocina dominicana!!!

Cuál es su secreto para elaborar una comida apetitosa?

Presentación, sabor y color. En la cocina siempre hay que tener interés por lo que uno hace y ponerle cariño en cada plato. Estos tres pilares que comento deben de ser la base de una comida apetitosa.



“I AETRUM INCUS? TO ATILII PRO EFACIDIUM ADDUM ATO PRARIO, CO EGIT APERVID INA, SPERIS. SENT / **ESP.**TEMN ERIBUL TIMISSI ET L. MIUM IDEM INATIM SENT PONTIO CAM INGULIS INATURO ESI IGILINA DUCTABUS OMNIRMIS, VENITE, NI ESIMUNCENT?”



© Bavaro Online

TRAVEL TIPS

CONSEJOS PARA EL VIAJERO



Best transport

The best way to travel from the resort to the airport is by tourist taxi. It is advisable to ask for the official rates before jumping in one. / **ESP.** MEJOR TRANSPORTE. El mejor medio para desplazarse entre el resort y el aeropuerto son los taxis turísticos. Conviene preguntar por la tarifa oficial antes de subirse a uno de ellos.



Rates

Taxi rates are as follows: Captain Cook Restaurant, 10 USD; commercial centres, 15-20USD, airport, 35USD, Macao beach, 45 USD; Higüey (the nearest town) 70USD; La Romana 120USD; Santo Domingo, 200USD. / **ESP.** PRECIOS. Las tarifas de taxi son las siguientes: Restaurante Capitán Cook, 10 USD; centros comerciales, 15/20

USD; aeropuerto, 35 USD; playa Macao, 45 USD; Higüey, la ciudad más próxima, 70 USD; La Romana 120 USD; Santo Domingo, 200 USD.



Public transport

In Bavaro public transport is quite limited, but there are free round-trip services to the main commercial areas. / **ESP.** TRANSPORTE PÚBLICO. En Bávaro el transporte público es muy limitado. Hay servicios gratuitos a las principales plazas comerciales de la zona (ida y vuelta).



Money Exchange

We offer a currency exchange service at the reception desks for our hotels, with a small administrative fee. We do not advise exchanging currency with individuals offering

this service. / **ESP.** CAMBIO DE MONEDA. En las recepciones de nuestros hoteles ofrecemos este tipo de servicio, con un coste mínimo de gestión. No se aconseja cambiar divisas a personas que se ofrezcan en lugares no oficiales.



Shopping

There is an excellent retail area within the resort. You can also visit San Juan Square and Palma Real Shopping Centre. Take the free transport service from the hotel. / **ESP.** COMPRAS. Hay una zona comercial dentro del propio resort. También se puede visitar Plaza San Juan y Palma Real Shopping Center con transporte gratuito desde el hotel.



Cool hangouts

Noah, Citrus, Captain Cook, Casa Galicia and Outback are five of our favourite restaurants. For a drink or dancing don't miss Go Drink, Cocobongo and Mangú Disco.

/ **ESP.** DE MODA. El Noah, Citrus, Capitan Cook, Casa Galicia y Outback son cinco restaurantes muy aconsejables. Para salir de copas o pasar la noche bailando tienes que visitar Go Drink, Cocobongo y Mangú Disco.



Unmissable

There are places that you should visit if you want to immerse yourself in the local culture: Saona Island, Basilica de La Altagracia and Altos de Chavony are all worth a visit while you're in the Dominican Republic. / **ESP.** IMPERDIBLES. Hay

lugares que hay que visitar si quiere imbuirse en la cultura local. Isla Saona, Basilica de La Altagracia y Altos de Chavony son imperdibles en un viaje a República Dominicana.



Lobbies

Guests can find a range of external services in our hotel lobbies, including car rentals, photography and excursions. We are available to provide any service that our guests might need, just ask! / **ESP.** Los lobbies del hotel ofrecen servicios externos de alquiler de automóviles, fotografías y venta de excursiones. Estamos a la disposición de proporcionar cualquier servicio que necesite.

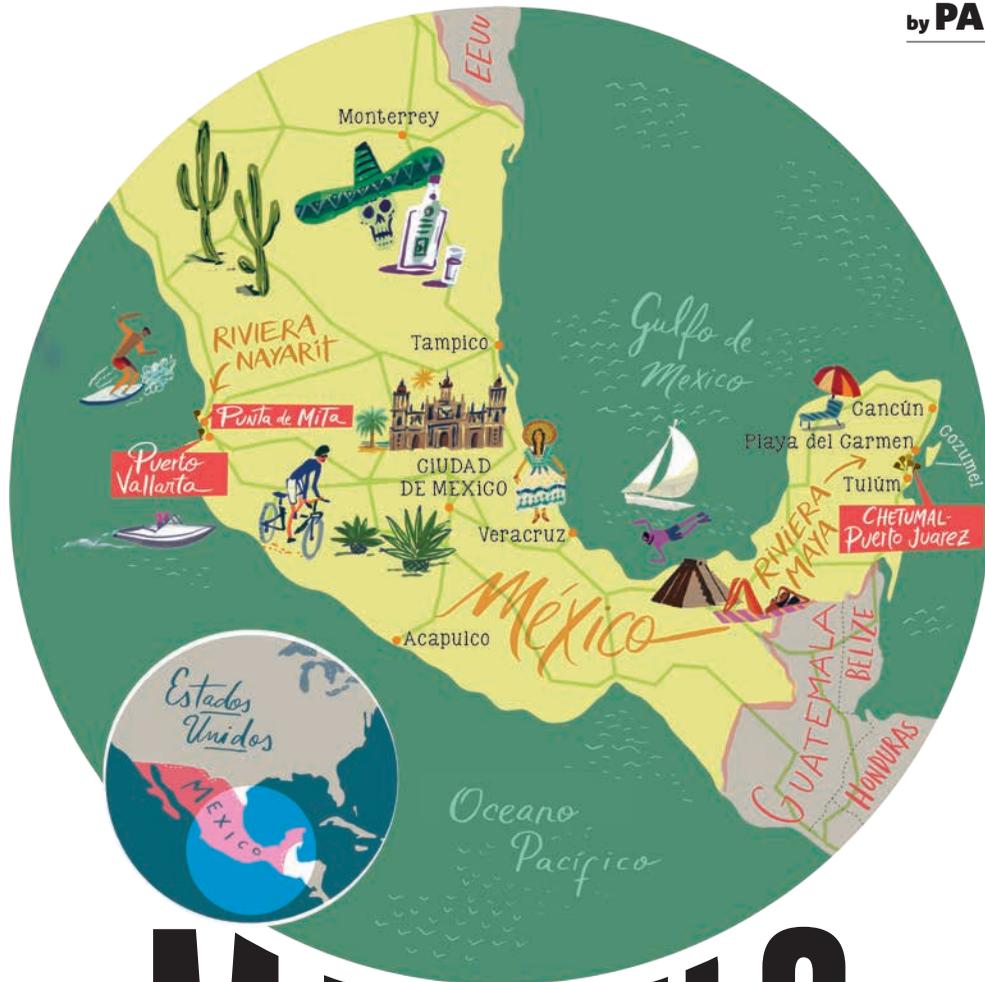


Resort map // mapa resort

- 1. Kiosk Bar. // Quiosco bar.
- 2. Royal Beach Bar. // Bar de playa del Royal.
- 3. Pool Bar. // Bar de piscina.
- 4. Swimming Pool. // Piscinas.
- 5. Weddings. // Bodas.
- 6. Meeting Bar.
- 7. Sports Bar.

- 8. Merengue Theatre. // Teatro Merengue.
- 9. Zentropia Spa.
- 10. Business Centre. // Salón de negocios.
- 11. Casino.
- 12. Raggs Breakfast. // Desayuno Raggs.
- 13. Sport Centre. // Centro deportivo.
- 14. Cocktails. // Cócteles.





MEXICO

BETWEEN 2 OCEANS • ENTRE DOS OCÉANOS

Two riverias bathed by two oceans: the Atlantic and the Pacific. In addition to its lush rainforest. Two sides of the same country. Two different ways to relax on your holidays. / **ESP.** Dos riverias bañadas por dos océanos, el Atlántico y el Pacífico, Las aguas coralinas del caribe acarician las playas de los hoteles Palladium de Riviera Maya. También la espesa selva. Dos caras de un mismo país. Dos cara de unas vacaciones para sentirse bien.

A gastronomic journey

UN VIAJE GASTRONÓMICO



Healthy, varied fare
at the new Chang
Thai Restaurant at the
Mayan Riviera resort.
/ **ESP.** Cocina sana y
variada en el nuevo
restaurante Chang
Thai, en Riviera Maya.



THE NEW CHANG THAI RESTAURANT AT THE MAYAN RIVIERA RESORT FEATURES A MAGNIFICENT TERRACE AND A BUFFET AREA WITH A WIDE RANGE OF FLAVORS SO GUESTS CAN SAMPLE THE BEST THAI CUISINE.

EL NUEVO RESTAURANTE CHANG THAI EN RIVIERA MAYA DISPONE DE UNA MAGNÍFICA TERRAZA Y UNA ZONA DE BUFFET QUE OFRECE UNA GRAN VARIEDAD DE SABORES PARA DEGUSTAR LA MEJOR COCINA TAILANDESA.



An exquisite blend of sweet, salty, sour and spicy sensations offer a delicious exotic balance in unbeatable surroundings. Take your taste buds on a gastronomic journey to the paradisiacal beaches of Phuket or the lively city of Bangkok without leaving the Grand Palladium resort on the Mayan Riviera. / **ESP.** Una exquisita mezcla de sensaciones dulces, saladas, agrias y picantes para un equilibrio delicioso y exótico en un entorno inmejorable. Un viaje gastronómico a través de su paladar que le llevará hasta las paradisiacas playas de Phuket o la animada Bangkok sin salir de Grand Palladium en Riviera Maya.

POZOLE BLANCO: AZTEC CORN SOUP

BOILED CORN

Pozole blanco is a corn soup, a typical Mexican dish from the time of the Aztecs. / **ESP.** MAÍZ HERVIDO. El pozole blanco o sopa de maíz, un plato típico de México, desde la época azteca.



by **JORDI TEIXEIRA**



Pozole, which is Nahuatl for “boiled” or “frothy” or “to boil corn”, is a dish that originated in Mexico and has spread all over Central America. It’s a sort of broth made from cacahuazintle corn kernels with chicken or pork as a secondary ingredient (depending on the region). Pozole is a typical holiday dish in Mexico. It can be served along with a colorful garnish, from lemons to avocados.

ESP. POZOLE BLANCO, LA SOPA DE MAÍZ AZTECA. Pozole, en lengua náhuatl significa, “hervido” o “espumoso” o “cocer maíz”, es un plato originario de México y extendido por Mesoamérica. Se trata de una especie de caldo cocinado a base de granos de maíz cacahuazintle, al que se agrega, según la región, carne de pollo o de cerdo como ingrediente secundario. El pozole es un plato típico en las fiestas mejicanas. Puede ir acompañado con una colorida garnición, desde limones hasta aguacates.

INTERVIEW WITH
**MARIA VICTORIA
PERALES TORRES**
HEAD OF RECEPTION / JEFA DE RECEPCIÓN

“A SMILE MAKES OUR GUEST FEEL TRULY AT HOME”

“UNA SONRISA HACE QUE NUESTRO HUÉSPED
SE SIENTA EN CASA”

A fail-safe phrase to welcome customers with?

“Welcome to Grand Palladium, my name is Victoria and it's a pleasure to assist you. May I ask what name your reservation was under? “Perfect, Mr. we were waiting for you, welcome home.”

Checking in after a trip is tedious, how do you make it easier to bear?

Of course, we always greet customers with a smile. A smile is an expression of happiness, so it makes our guest feel truly at home. We ask some questions: “Mr., how was your trip? Is this your first visit to our hotel?”

What state do most customers arrive in at Vallarta?

They arrive like any visitor looking to begin their adventure: always full of questions, anxious to begin enjoying the facilities, to find

out where they can eat, what sort of restaurants we have, etc.

What is more rewarding: check in or check out?

I really enjoy playing hostess and welcoming guests, however I think the moment when you really realize whether or not our combination of services have exceeded our guests' expectations is during Check Out. That's when you get that feeling of satisfaction of saying, “We did it!”

ESP. ¿Una frase infalible para recibir a los clientes?

Bienvenido a Grand Palladium mi nombre es Victoria y será un placer asistirle, me permite saber bajo que nombre esta su reservacion? Perfecto Sr. le estábamos esperando, bienvenido a esta su casa.

El check in es tedioso después del viaje: ¿cómo hacerlo más llevadero?



© Nivel Creativo

Desde luego siempre recibirle con una sonrisa. La sonrisa es una expresión de alegría, con lo que nuestro huésped se sentirá realmente en casa. Realizar algunas preguntas; Sr. ¿cómo ha sido su viaje? ¿Es esta su primera visita en nuestro hotel? **¿Cómo suelen llegar los clientes a Vallarta?** Llegan como todo visitante que desea iniciar su aventura, siempre con preguntas, ansiosos de empezar a disfrutar de las instalaciones, de donde pueden ir a comer, con qué tipo

de restaurantes contamos, etc **¿Qué es más gratificante: realizar el check in o el check out?**

Me agrada mucho ser la anfitriona y ofrecer una bienvenida, sin embargo considero que el momento donde realmente te das cuenta si la combinación de nuestros servicios superaron la expectativas de nuestros huéspedes es el Check out, y es donde se obtiene esa sensación de satisfacción de decir lo hicimos!

INTERVIEW WITH
**GIOVANI GARCÍA
 MONTOYA**
 BARTENDER / BARMAN

“I TRY TO INTERACT WITH CLIENTS AND FIND OUT ABOUT THEIR TASTES”

“TRATO DE INTERACTUAR CON EL HUÉSPED Y AVERIGUAR SUS GUSTOS”

What cocktail do you prepare most often at your bar?

There's no one specific cocktail, because I try to customized the cocktails I make. From the moment a guest steps into the bar, I try interact with them and find out about their tastes, so that I can guess what they might enjoy. No two guests are the same; there are as many palates as there are people.

When was the last time a customer made a confession at your bar?

I think everyone wants someone to listen to them and everyone wants to talk to someone who won't judge them. The perfect definition of a bartender is someone who not only makes drinks but serves as a psychologist, knows how to listen and also makes cocktails that guests enjoy, understands customers and offers them what they're looking for, sometimes even before they themselves know what that is.

What's the secret to a good

mixed drink?

Listening to the guest so you can offer them the sort of flavor they're looking for. Making sure the preparation is elegant and offers guests a show. Also, the drink

should be served chilled and there are two elements that are vital: a nice (elegant and neat) garnish and serving it in the right glass.

What drink do you think has been neglected and should be reclaimed and made fashionable again?

The Old Fashioned, I love the classics (this drink emerged in the 19th century). It's a simple cocktail for gentlemen.

ESP. ¿Cuál es el coctel que más prepara en su barra?

No hay coctel específico porque trato de hacer cocteles personalizados. Desde el momento en el que un huésped entra en bar, trato de interactuar con el huésped, averiguar sus gustos y de ese modo acertar por completo en lo que le va a gustar. Ningún huésped es igual, y paladares hay tantos como personas

¿Cuándo fue la última vez que un cliente se confesó en su barra?

Creo que todos quieren a

alguien que les escuche y a todos les gusta hablar con alguien que no te juzgue y te va a escuchar. La perfecta definición de un barman es aquel que además de preparar tragos, se convierte en un psicólogo, sabe escuchar y que además hace cocteles, y estos gustan, comprende al cliente y le ofrece aquello que éste busca incluso a veces antes que él mismo.

¿Cuál es el secreto de un buen combinado?

Escuchar al huésped para darle el sabor que está buscando, que su elaboración sea elegante y se convierta en un show para los huéspedes, se sirva fría y los dos toques vitales, una buena guarnición (elegante y cuidada) y servir en el correcto vaso/copa.

Dígame una bebida denostada que deberíamos reclamar y volver a poner de moda: Old Fashion, me encanta lo clásico (surge en el siglo XIX) Es un coctel sencillo y para caballeros.





© Yavel Velázquez

INTERVIEW WITH
HUGO TOVAR
 HOTEL TELEPHONE SERVICE MANAGER
 / JEFE DEL SERVICIO TELEFÓNICO

“SOME DAYS, WE GET ABOUT 400 CALLS AN HOUR”

“EN ALGUNOS DÍAS RECIBIMOS ALREDEDOR DE 400 LLAMADAS POR HORA”

On the telephone, manners must be very obvious. What advice would you give your colleagues on how to use the telephone?

Every call should be answered as if it were the first call of the day, and as if it were the first time that person had ever called us.

What is a foolproof line for answering the phone?

It isn't so much a line as the way it's delivered and the intention behind it; the person listening on the other end should hear a smile in our voices.

How busy are the hotel's phone lines?

Phone traffic varies throughout

the day. Some days, we get about 400 calls an hour, other days, we get less. Most calls come in come during office hours and when our guests return from their field trips in the late afternoon or evening.

Hands-free or hand-held phones?

Hands-free is much easier, that way we have two hands to do other things, like search the database, look for office supplies, etc..., plus, our necks really appreciate it.

What values does the telephone service uphold?

Cordiality, respect, patience, the ability to listen and discretion.

ESP. La educación, al teléfono, debe hacerse notar. ¿Qué consejos da a sus colegas al aparato?

Cada una de las llamadas debe de ser contestada como si fuera la primera llamada del día, y como si la persona que nos llama, fuera la primera vez que nos llama.

¿Una frase infalible para

contestar por teléfono?

No tanto sería una frase, sino la forma y la intención como se dice, es importante que la persona al escucharnos, note una sonrisa en la voz.

¿Cuán ocupadas están las líneas del hotel?

Varían las horas del tráfico telefónico, en algunos días recibimos alrededor de 400 llamadas por hora, en otros casos menos, sobre todo en las horas de oficina, y cuando regresan nuestros huéspedes por la tarde-noche de alguna excursión

¿Manos libres o teléfono en mano?

Es mucho más fácil manos libres, tenemos las dos manos para hacer otras cosas, como consultar en nuestra base de datos, pararnos para buscar material de la oficina, etc..., además que nuestro cuello nos lo agradece.

¿Cuáles son los valores del servicio telefónico?

La cordialidad, el respeto, la paciencia, el saber escuchar y la discreción.



CULINARY EXPERIENCES TO SATISFY THE MOST DISCERNING PALATES

by **ÁNGELA HERRERO**

Your holidays should be filled with pure pleasure, not hurry and obligation, which is why they usually entail what feels like a limitless number of indulgent dinners and drinks. Our Mexican resort buffets are a good alternative if you don't feel like overindulging though because they offer fresh and light dishes from cuisines all over the world - perfect for days when our bodies crave something healthy and light.

ESP. EXPERIENCIAS CULINARIAS PARA PALADARES EXQUISITOS. Sin prisas, sin obligaciones ni horarios. En vacaciones el tiempo libre se ocupa con placer. Así, es frecuente que éste llegue en forma de largas cenas culminadas con buenos tragos. Pero para que los estómagos muy llenos no jueguen una mala pasada los bufés de los resorts mexicanos son una buena alternativa. En ellos puede degustar una oferta de platos frescos, sanos, con recetas de distintas cocinas del mundo, en esos días en los que el cuerpo pide una comida ligera.

BUFFET / BUFÉ

Mayan Riviera

Tikal. A varied menu to suit every taste, including breakfast, afternoon snack and light dinner options. **ESP.** Una oferta para todos los gustos con un desayuno, merienda o cena ligeros.

Kabah. A variety of dishes and salads, a dessert bar and dinner options that change continuously.

ESP. Gran variedad de platos, ensaladas, barra de postres y propuestas de cena en constante cambio.

La Laguna. Wide selection of light dishes to try in a space with wonderful views. **ESP.** Amplia selección de comida ligera para degustar en un espacio de maravillosas vistas.

La Hacienda. Gourmet dishes with all the advantages of a buffet.

ESP. Platos tan elaborados como en el mejor restaurante, con todas las ventajas del bufé.

El Gran Azul. Colonial-style restaurant for breakfast, lunch and dinner al fresco. Perfect for group dinners and events. **ESP.** De estilo colonial, es ideal para un desayuno, almuerzo o cena al aire libre. Perfecto para cenas de grupo y eventos.

El Jardín. THE ROYAL SUITES YUCATÁN. A la carte restaurant and exclusive buffet. **ESP.** Restaurante a la carta y bufé exclusivo de este hotel.

Nayarit Riviera

El Bosque. Cold and hot dishes in a casual atmosphere. Areas for Italian, American and other international options. **ESP.** Oferta de platos fríos y calientes en un restaurante de ambiente casual. Tiene área de comida italiana, americana y mucho más.

Las Terrazas. A restaurant under a 'palapa' for beautiful dinners overlooking the sea, including burgers and pizzas. **ESP.** Un restaurante en una palapa para cenar mirando al mar. Hamburguesas, pizzas...

Punta Mita. THE ROYAL SUITES PUNTA MITA. A la carte restaurant and exclusive buffet to The Royal Suites Punta Mita. **ESP.** Restaurante a la carta y bufé exclusivo para The Royal Suites Punta Mita.

TRAVEL TIPS

CONSEJOS PARA EL VIAJERO



Best transport

The best way to travel between the resort and airport is by public taxi or any private transport company booked in advance. / **ESP.** MEJOR TRANSPORTE. El mejor medio para desplazarse entre el resort y el aeropuerto es el taxi o alguna empresa de transporte privada contratada con anterioridad.



Rates

The taxi service between the resort and the airport costs between 185USD and 200USD in the Mayan Riviera and 25USD in the Nayarit Riviera. / **ESP.** PRECIOS. El servicio de taxi entre el resort y el aeropuerto cuesta entre 185 y 200 dólares en Riviera Maya y 25 dólares en Riviera Nayarit.



Public transport

Travelling on public transport is safe, although it is sometimes uncomfortable. There are bus stops near the lobbies of the Mayan Riviera and Nayarit Riviera resorts to take you to nearby locations. In the Mayan Riviera buses run every 15-20 minutes. / **ESP.** TRANSPORTE PÚBLICO. Viajar en transporte público es seguro, aunque en muchas ocasiones incómodo. Hay paradas cerca de los lobbies de los hoteles de Riviera Maya y Riviera Nayarit para ir a los lugares de interés más cercanos. En Riviera Maya la frecuencia de paso es de 15-20 minutos.



Money exchange

The most comfortable and secure way to exchange money is in the hotel lobbies. There are also bureaus de change in the tourist centres. / **ESP.** CAMBIO DE DINERO. La forma más cómoda y segura de cambiar dinero es hacerlo en los lobbies de los hoteles. También en las casas de cambio del aeropuerto y en los bancos o casas de cambio de los centros turísticos.



Check

It is advisable to check and compare prices at the bureaus de change because they can vary from one place to other. / **ESP.** COMPARAR. Conviene mirar y comparar los precios de las casas de cambio porque varían entre unas y otras.



Shopping

5th Avenue in the Mayan Riviera is the best place to go shopping, out to eat or have a drink. / **ESP.** COMPRAS. La Avenida 5° en Riviera Maya es el mejor lugar para ir de compras, salir a comer, cenar o tomarse una copa.



Cool hangouts

At Nayarit Riviera you must visit the Puerto Vallarta boardwalk if you want to have a drink in the trendiest bars. Mandala, La Vaquita and Roo are the coolest bars in the area. / **ESP.** DE MODA. En Riviera Nayarit tienes que acercarte hasta el malecón de Puerto Vallarta si quieres tomarte algo en los lugares de moda. Mandala, La Vaquita o el Roo es lo más cool de la zona.



Gifts

Buying gifts for your family is super easy as the resorts open their doors to craftspeople from all over the local area to sell their wares. Thursday night at Nayarit Riviera hotel the Huichole Indians offer visitors the chance to buy their ancestral art. / **ESP.** REGALOS. Comprar regalos para los familiares es muy fácil porque los resorts abren las puertas a artesanos de la zona que venden artesanía. La noche de los jueves en Riviera Nayarit los artesanos huicholes ofrecen a los viajeros su arte ancestral.



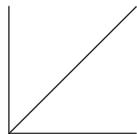
Lobbies

In the hotel lobbies, guests have access to external services such as car rentals, photography and excursions. / **ESP.** En los lobbies del hotel el cliente tiene servicios externos de alquiler de automóviles, fotografías y venta de excursiones.

WHAT'S ON
MEXICO



TEOTIHUACÁN'S HEAVEN



Not even Jules Verne could have imagined an experience as spectacular as flying over the Aztec Sun and Moon pyramids at Teotihuacan. www.marcopolo.mx. / **ESP.** EL CIELO DE TEOTIHUACÁN. Ni siquiera Julio Verne pudo haber imaginado experiencias tan espectaculares como el sobrevolar las pirámides aztecas del Sol y la Luna en Teotihuacan. www.marcopolo.mx



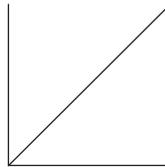
Mezcalería Tlachihero

A vintage-style mezcalería, or bar specialized in mezcal, right in the Mexican capital with an interesting menu featuring mezcals and other liquors. / **ESP.** Mezcalería de aspecto vintage en plena capital mexicana, con una interesante carta de mezcales y licores.

THE LIVES OF FRIDA AND DIEGO

LAS VIDAS DE FRIDA Y DIEGO

An initiative to get a closer look at the lives of Frida and Diego, with a private visit that includes the National Palace, with Diego Rivera's magnificent murals, the "Blue House" and the Dolores Olmedo Museum. / **ESP.** Una iniciativa para conocer de cerca las vidas de Frida y Diego, con visita privada a Palacio Nacional para ver los magníficos murales de Diego Rivera, a la "Casa Azul" y al museo Dolores Olmedo. mexicobestkeptsecrets.com



Ed Sheeran in Guadalajara

The up-and-coming British singer / songwriter Ed Sheeran, Elton John's protégée and author of 'Thinking Out Loud', will be performing at the VFG Arena in Guadalajara on June 12th as part of his first official tour of Mexico, which will also include Mexico City and Monterrey. / **ESP.** El jovencísimo cantante y compositor británico Ed Sheeran, el niño bonito de Elton John, autor de 'Thinking Out Loud', actuará el 12 junio en la Arena VFG de Guadalajara, en la que será su primera gira oficial por México, que visitará además el DF y Monterrey.



Hellow Festival

In August, Monterrey's most complete festival will bring in the best international artists from the electronic, pop, rock and independent music scenes.

/ **ESP.** El festival total de Monterrey traerá en agosto a los mejores artistas internacionales de la música electrónica, pop, rock e independiente.



CHEF ARAM, THE HEART OF CHANG THAI RESTAURANT

by **JORDI TEIXIERA**



Chef Aram runs the Chang Thai restaurant kitchen, a gastronomic trip through Asia. / **ESP.** El chef Aram dirige la cocina del restaurante Chang Thai, un viaje gastronómico a través de Asia.

Chang Thai, the newest restaurant in Riviera Maya, includes a beautiful terrace along with a buffet area which offers a wide variety of local Thai cuisine and flavors which is one of the most sophisticated from the Southeast Asian area. Healthy, natural and very varied cuisine in which vegetables, chicken and other meats, prawns and noodles are mixed with sweet and sour sauces, peanuts and curries, among others. A special place to delight yourself with an

exquisite mixture of sweet, salty, sour and spicy sensations for a delicious and exotic balance in an unbeatable environment.

At the stove, the chef Aram runs the Chang Thai cuisine, that includes a healthy, natural and diverse menu which combines vegetables, chicken, meats and shrimp with sweet and sour, peanut and curry sauces. These dishes will delight you with exquisite balancing flavors of sweet, salty, sour and spicy.

Be ready to be taken on a culinary journey through the beaches of Phuket or the upbeat streets of Bangkok without leaving the beautiful resort.

“Since I was a kid I was always helping at home with the cooking, trying to learn and to bring something extra to it. I have always been a food lover and I really enjoy cooking and tasting new flavors. Then, when I was in High School, I decided I really wanted to do this”, said chef Aram. His food

philosophy is “Making beautiful and delicious food for everyone. Doing things the best I can and being respectful with the environment”.

As a food lover, Aram appreciates short menus with enough options so he can pick what he wants fast and easy. “I did my best to create a very inclusive and short menu with enough options so I can take care of most different palates and diets, trying always to serve the best food I can offer. I hope most people can pick something that will match their tastes and that they will remember it as a great and flavorful experience.”

As he recognizes, the most praised item in the menu is the Pad Thai: “Lots of people have told me it is the best Pad Thai they have ever tried, some even comparing it with the ones they have tried in Thailand. I gotta say that makes me really happy! Pad Thai is one of my favorite dishes in the planet!”



LIFESTYLE
HOTELS



/ ESP. CHEF ARAM,
EL CORAZÓN DEL
RESTAURANTE CHANG
THAI. El nuevo restaurante
Chang Thai en Riviera Maya
dispone de una magnífica
terrazza y una zona de buffet
que ofrece una gran variedad
de sabores para degustar la
mejor cocina tailandesa, una

de las más sofisticadas del
sudeste asiático. Cocina sana,
natural y muy variada en la
que se combinan verduras,
pollo y otras carnes, gambas y
fideos con salsas agrídulces,
de cacahuets y curry, entre
otras. Un lugar especial para
deleitarse con una exquisita
mezcla de sensaciones dulces,

saladas, agrias y picantes
para un equilibrio delicioso
y exótico en un entorno
inmejorable. En los fogones,
el chef Aram dirige la cocina
tailandesa de Chang, que
incluye un menú saludable,
natural y variado que combina
verduras, pollo, carnes y
camarones con salsas

dulces y amargas, maní y
curry. Estos platos le deleitarán
con sabores equilibrados y
exquisitos de dulce, salado,
amargo y picante. Prepárese
para un viaje culinario a través
de las playas de Phuket o las
calles optimistas de Bangkok
sin salir del magnífico resort.
“Desde niño siempre solía
ayudar a cocinar en casa,
me esforzaba por aprender y
aportar algo extra a la cocina.
Siempre me ha encantado
la comida, y disfruto mucho
cocinando y probando nuevos
sabores. Así que, cuando iba
al instituto, decidí que quería
dedicarme a esto de verdad”,
dice el chef Aram. Su filosofía
culinaria se basa en “preparar
comida bonita y deliciosa para
todos. Hacerlo lo mejor que
pueda y respetando el medio
ambiente”. Como amante de la
buena mesa, al chef le gustan
los menús cortos con opciones
suficientes para poder elegir
lo que quiere de forma rápida
y sencilla: “Quise crear un
menú muy inclusivo y corto
con opciones suficientes que
me permitieran adaptarme a
casi todos los gustos y dietas,
siempre procurando servir
la mejor comida que pueda
ofrecer. Espero que casi
todo el mundo pueda elegir
algo acorde a sus gustos y
que lo recuerden como una
experiencia genial y sabrosa”.
Como él mismo reconoce, el
plato del menú que más me
alaban es el pad thai. “Mucha
gente me ha dicho que es
el mejor pad thai que han
probado en la vida, algunos
incluso lo comparan con los
que han probado en Tailandia.
¡Tengo que admitir que esto
me alegra mucho! ¡El pad
thai es una de mis comidas
preferidas del planeta!”.



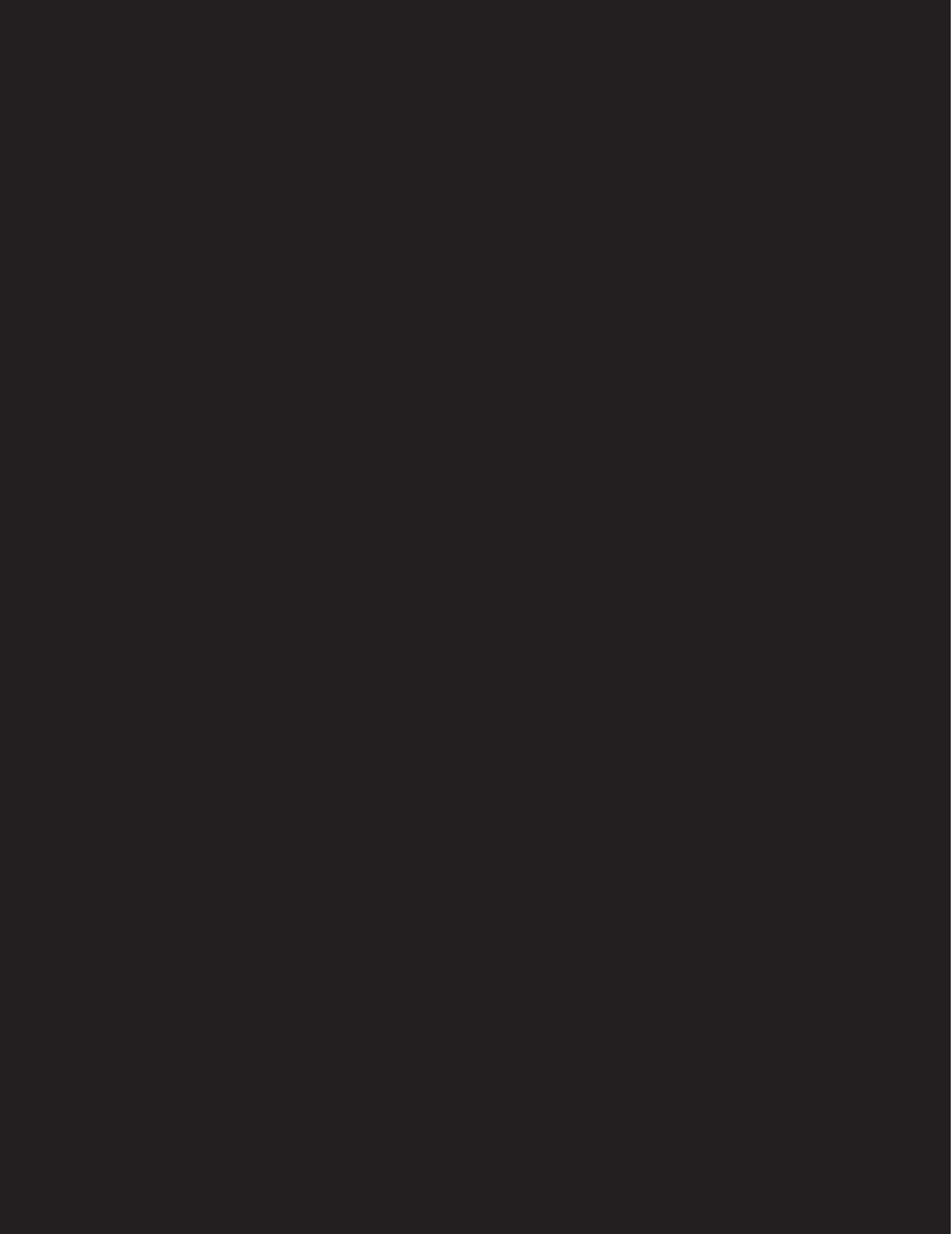
Resort map // Mapa del resort

- | | |
|---|---|
| 1. Entrance. // Entrada. | 11. Activities centre. // Centro de actividades. |
| 2. Lobby. | 12. Botanical Garden. // Jardín Botánico. |
| 3. Tennis Courts. // Canchas de tenis. | 13. Zoo. // Zoológico. |
| 4. Gym. // Gimnasio. | 14. Beach Vendors. // Vendedores de playa. |
| 5. Hammocks. // Hamacas. | 15. Parking. |
| 6. Adults' Pool. // Piscina de adultos. | 16. Archery. // Tiro con arco. |
| 7. Water sports. // Deportes acuáticos. | 17. Royal Pool. // Piscina Royal. |
| 8. Main Pool. // Piscina principal. | 18. Punta Mita Restaurant. // Restaurante Punta Mita. |
| 9. Massages. // Masajes. | 19. Royal Solarium. // Solarium Royal. |
| 10. Diving centre. // Centro de buceo. | |



Resort map // Mapa del resort

- | | |
|--|---|
| 1. Colonial front desk. // Recepción Colonial. | 18. El Jardín restaurant. |
| 2. Kantenah front desk. // Recepción Kantenah. | 19. Main Pools. // Piscinas principales. |
| 3. White Sand front desk. // Recepción White Sand. | 20. Las Rocas Pool. // Piscina Las Rocas. |
| 4. Riviera front desk. // Recepción Riviera. | 21. Orchidaceae. / Orquidáceo. |
| 5. Royal Suites Front Desk. // Recepción Royal Suites. | 22. Crocodiles. // Cocodrilos. |
| 6. La Adelita restaurant. // Piscina. | 23. Cuatíes. |
| 7. El Dorado restaurant. // Tiro con arco. | 24. Iguanas |
| 8. Mare Nostrum restaurant. | 25. Chapel. // Capilla. |
| 9. Sumptori restaurant. | 26. Mini Club |
| 10. Tikal restaurant. | 27. Black & White Junior Club. |
| 11. El Gran Azul restaurant. | 28. Boat ride. // Paseo en barco. |
| 12. Kabah restaurant. | 29. Zentropia Spa. |
| 13. La Laguna restaurant. | 30. Palladium Travel Club. |
| 14. Bamboo restaurant. | 31. Commercial centre. // Centro comercial. |
| 15. Portofino restaurant. | 32. Sports centre. // Centro deportivo. |
| 16. Ribs & More restaurant. | 33. Theatres. // Teatros. |
| 17. Rodizio restaurant. | 34. Conference rooms. // Salón de conferencias. |





JAMAICA

SMILE, YOU ARE IN PARADISE • SONRÍE, ESTÁS EN EL PARÁISO

Jamaica is one of most beautiful islands in the Caribbean Sea, featuring an intense contrast between a mountainous terrain and crystal waters that flow between corals. From the Blue Mountains to the white sand beaches, there's something special in this paradise. / **ESP.** Jamaica es una de las islas más hermosas del mar Caribe, con un intenso contraste entre el terreno montañoso y las aguas cristalinas rodeadas de corales. Desde las Blue Mountains hasta sus maravillosas playas de arena blanca, hay algo mágico en este rincón del paraíso.

Luxury in a privileged location

LUJO EN UN ENCLAVE PRIVILEGIADO



View of one of the
lounges of the Grand
Palladium Lady Hamilton
Resort and Spa. /
ESP. Vista de uno de
los salones del Grand
Palladium Lady Hamilton
Resort and Spa.



THE GRAND PALLADIUM RESORT IN JAMAICA IS LOCATED IN A PARADISIACAL SETTLING ON THE NORTH COAST OF THE ISLAND. ITS MODERN DESIGN AND LUXURIOUS FACILITIES SIT HARMONIOUSLY WITH THE WILD NATURE.

EL RESORT GRAND PALLADIUM EN JAMAICA ESTÁ UBICADO EN UN ENCLAVE PARADISIACO EN LA COSTA NORTE DE LA ISLA. SU DISEÑO MODERNO Y SUS LUJOSAS INSTALACIONES DIALOGAN CON LA NATURALEZA SALVAJE.



With a modern design The Grand Palladium Lady Hamilton Resort & Spa is located in a paradisiacal enclave of beautiful turquoise water beaches, surrounded by lush vegetation and mountainous landscape. The resort shares facilities with the Grand Palladium Jamaica. Resort & Spa. / **ESP.** Con un diseño moderno, el Grand Palladium Lady Hamilton Resort & Spa se encuentra en un enclave paradisiaco de hermosas playas de aguas turquesas, rodeado de exuberante vegetación y un paisaje montañoso. El resort comparte instalaciones con el Grand Palladium Jamaica. Resort & Spa.

INTERVIEW WITH
**JORGE GONZALES 'BOW
 BOW'**
 ENTERTAINMENT MANAGER
 / JEFE DE ANIMACIÓN

“THE MOST CHEERFUL AND FUN CLIENTS ARE THE AMERICANS AND CANADIANS”

“LOS CLIENTES MÁS SIMPÁTICOS Y DIVERTIDOS SON LOS AMERICANOS Y CANADIENSES”

What is your job as an entertainment manager?

My job as an entertainment manager is to organized holiday activities, major events and to have a team of professionals to manage and delegate responsibilities.

What are your main duties?

My main duties are to organized major events, control department budget, delegate responsibilities to supervisors, employing of new team members and to make sure the department is up to standard.

Define the word “entertainment”.

Entertainment is the action of providing or being provided with amusement or enjoyment.

How do your customers react to shows?

80% of customer reaction to shows are always some positives feedback, they always show some form of appreciation by saying “thank you” we enjoyed it. The other 20% that are not pleased think the shows are boring and need a lot more improvements. “same routine and no energy”.

What are the most cheerful and fun clients by nationality?

The most cheerful and fun clients by nationality are the Americans and Canadians.

ESP. ¿En qué consiste su trabajo como jefe de animación?

Mi trabajo como Jefe de animación consiste en organizar actividades vacacionales y grandes eventos, formar un equipo de profesionales para gestionarlas, y delegar responsabilidades.

¿Cuáles son sus principales funciones?

Mis principales funciones son organizar grandes eventos, controlar el presupuesto del departamento, delegar responsabilidades a los supervisores, contratar a nuevos miembros del equipo, y asegurarme de que el departamento funcione como es debido.

Defina la palabra “animación”.

La animación es la acción de ofrecer o que te ofrezcan alguna actividad entretenida o divertida.

¿Cómo reaccionan los clientes ante los espectáculos?

El 80% de las reacciones de los clientes ante los espectáculos suelen ser comentarios positivos, suelen expresar de algún modo su gratitud y decirnos “gracias, lo hemos pasado bien”. El otro 20% no está satisfecho, piensa que los espectáculos son aburridos y que hay que mejorarlos mucho más, que repiten “la misma rutina sin ninguna energía”.

¿Qué clientes son los más alegres y divertidos?

Por nacionalidades, son los americanos y los canadienses.



© True Colors



by **MARTÍN ULLOA**

Delicious Jerk chicken

One of the kings of local Jamaican cuisine is jerk chicken, a popular Caribbean recipe. The recipe for Jamaican chicken is full of flavor, and its grilling technique (also called “jerk”) consists of a delicious crust of chilli and other spices that keeps the meat juicy. Jerk is a type of marinade used in Jamaican cuisine comparable to Spain’s “adobo”, Norway’s smoking techniques or France’s “papillote”, just to name a few. It consists of seasoning meats with a blend of species called “jerk spices,” bacon and lime juice. Chili and onion are also added to the mixture. The meat is first marinated in this spice mix, then grilled with aromatic branches and wood, creating a very flavorful dish. Jerk seasoning also has variations that include thyme, nutmeg, cinnamon, ginger, garlic, sugar or clove. The essential ingredients are Jamaican allspice and scotch bonnet chillies, a very hot chilli that is the secret to preparing authentic jerk chicken. The result is a festival of flavors that melt in your mouth, with the full power of spicy meat. This fusion food recipe was brought over from Africa by slaves, perfected by the British and transformed into a classic local dish.

POLLO JERK, EL DELICIOSO POLLO ASADO JAMAICANO

ESP. Uno de los reyes de la gastronomía local jamaicana es el pollo jerk, una popular receta de la cocina caribeña. La receta del pollo jamaicano está llena de sabor y su técnica de cocina a la parrilla (también llamada “jerk”) consiste en crear una sabrosa corteza picante a base de chiles, que mantiene jugosa a la carne. Jerk es una técnica gastronómica jamaicana comparable a nuestro adobo, al ahumado en Noruega o al papillote francés, por poner unos ejemplos. Para ello se aderezan las carnes con una mezcla de especias denominadas jerk spices, tocino y jugo de lima. A esa mezcla se le agrega chile y cebolla. Después de que la carne haya marinado en esa mezcla de especias, se asa la carne en parrilla con ramas y maderas aromáticas que llenan al plato de sabor. Estos aderezos jerk varían entre tomillo, nuez moscada, canela, jengibre, ajo, azúcar o clavo. El ingrediente imprescindible es la pimienta de Jamaica y los scotch bonnet chillies, elementos claves para elaborar el auténtico pollo jerk, un pimiento muy picante. El resultado, un festival de sabores que se funde en boca, con el poder de la carne picante. Una receta mestiza, traída de África por los esclavos, perfeccionada por los ingleses y convertida en un clásico de la gastronomía local.

INTERVIEW WITH
NATALIE ATKINSON
 SALES MANAGER / DIRECTORA DE
 VENTAS.

“THIS IS ONE OF THE BEST HOTELS ON THE ISLAND”

“ESTE ES DE LOS MEJORES HOTELES DE LA ISLA”

How long have you been at Palladium?

I have been with the company four years and two months.

How has the resort evolved since?

There has been so many changes to enhance the product that we offer. We have added more amenities such as a waterpark for kids, The Raggs, baby club, upgraded the Lady Hamilton rooms, Renovated restaurants, added room service and there are so much more.

Whats your daily duty at the hotel?

My main job is to ensure that the Brand Palladium is a household name for my market area. My Department is Revenue Driven and it is always a major part of the job to get as much business as I can. Also to develop strategic action plans for the hotel to drive sales revenue. This will include doing promotions, networking with Travel Agents and Organizations. Conducting sales calls and

arrange site inspection trips on property. Executing and support the operational aspects of business booked by coordinating dinners and events. Representing the Hotel in various events and doing trade exhibitions. Setting goals within my Department and implementing business strategies and action plans to meet those goals. Recognizing potential markets and business opportunities and increase sales. Targeting key Accounts and ensuring that all contractual commitments are held and guest are given all that we have promised. Working closely with the corporate office to discuss budgets, revenues, market challenges, brainstorming on different methods to maintain and gain business. Supplying competitor information so proper planning and rate structure can be developed. Another duty is to provide the best rate for my market, motivating all

my team members and to maintain a good relationship with my team members in every Department on property as Sales touches all Departments. Also, closely following up on all business leads within a 24 hour response time line to clients. Finally, acquiring and developing new business accounts and preparing sales proposals for clients.

What makes Grand Palladium Jamaica & Lady Hamilton Resort & Spa such a special place?

This is the first Spanish hotel that I have worked as a Manager coming from mainly American hotels as a Manager it has proven to be a wonderful experience. It is a melting pot of different cultures and traditions, it is always motivating to be apart of a hotel that is constantly improving. Palladium stands tall amongst all hotels here on the island, we are constantly moving with trends and constantly keeping our target in full view. Our staff has grown in Customer Service and this is recognized in the attitude of our staff and the service they deliver to our valued guest. We Deliver The Dream. We are not only workers here we are a family, there is so much togetherness and everyone has the same goal Customer Satisfaction!

What is your favorite corner of the hotel?

This would be the Sunset Cove, this is an area that is nestled away from everything else our hidden treasure, the view is breathtaking, just by being on the beach you see nature at its best the school of fishes swimming by, the

feel of the warm sand beneath your feet, the beautiful trees swaying in the wind all mixed with the smell of the Jamaican Jerk chicken being prepared. There is the opportunity for watersports activities and the melody of Jamaican reggae in the background. What more would you want when all of your senses are being stimulated.

/ ESP. ¿Cuanto tiempo llevas con Palladium?

Llevo cuatro años y dos meses con la empresa.

¿Cómo ha evolucionado el complejo en este tiempo?

Han cambiado muchísimas cosas para mejorar el producto que ofrecemos. Hemos añadido más instalaciones y servicios como un parque acuático para los niños; The Raggs; el Baby Club; hemos reformado las habitaciones del Lady Hamilton; hemos renovado los restaurantes; hemos añadido servicio de habitaciones, y muchas más cosas.

¿Cuáles son tus responsabilidades diarias en el hotel?

Mi principal responsabilidad es asegurarme de que la marca Palladium se convierta en un nombre familiar en mi sector comercial. Los ingresos son el motor de mi departamento, y una parte importante de mi trabajo siempre ha sido generar tanta actividad como pueda. También tengo que desarrollar planes de acción estratégicos para el hotel para impulsar los ingresos por ventas. Esto es además de hacer promociones y cuidar la red de contactos con agencias de viaje y otras organizaciones. Hacer llamadas de ventas y organizar viajes de inspección de



© Tine Cobors

“WE ARE NOT ONLY WORKERS HERE WE ARE A FAMILY” / **ESP.** “AQUÍ NO SOMOS SIMPLEMENTE TRABAJADORES, SOMOS UNA FAMILIA”

las propiedades. También debo ejecutar y apoyar los aspectos operacionales de los servicios contratados, coordinando cenas y eventos. Representar al Hotel en eventos varios y asistir a ferias. Fijar objetivos dentro de mi departamento e implementar estrategias comerciales y planes de acción para alcanzar esos objetivos. Asimismo, identificar potenciales mercados y oportunidades de negocio, y potenciar las ventas. Centrarme en las cuentas clave. También debo asegurarme de que se respeten todos los compromisos contractuales, y que les demos a los huéspedes lo que les hemos prometido. Trabajar en estrecha vinculación con la sede corporativa para hablar de presupuestos, ingresos, retos comerciales, idear distintos

métodos para mantener y ganar actividad de negocio. Proporcionar información sobre nuestros competidores para facilitar la planificación y el desarrollo de la estructura de tarifas. Además, ofrecer la mejor tarifa para mi mercado. Otra tarea es motivar a todos los miembros de mi equipo, mantener una buena relación con los miembros de mi equipo en cada departamento de la propiedad, ya que el departamento de ventas se relaciona con todos los departamentos. Finalmetne, hacerle un seguimiento oportuno a todas las oportunidades de negocio, respondiendo a los clientes en un plazo de 24 horas y adquirir y desarrollar nuevas cuentas comerciales y preparar propuestas de venta para los clientes.

¿Qué es lo que hace que Grand Palladium Jamaica & Lady Hamilton Resort & Spa sea un sitio tan especial?

Este es el primer hotel español en el que he trabajado como directora, vengo de trabajar como directora sobre todo en hoteles americanos, y ha sido una experiencia maravillosa. Es un crisol de distintas culturas y tradiciones, siempre resulta motivador formar parte de un hotel que está mejorando constantemente. Palladium es de los mejores hoteles de la isla, y siempre estamos siguiendo las tendencias y fijando la vista en nuestro objetivo. Nuestra plantilla ha crecido mucho en cuanto a atención al cliente se refiere, y esto se reconoce en la actitud de nuestros empleados y en el servicio que ofrecen a

nuestros huéspedes. Cumplimos sus sueños. Aquí no somos simplemente trabajadores, somos una familia con un único objetivo: ¡satisfacer al cliente!

¿Cuál es tu rincón preferido del hotel?

Sin duda sería Sunset Cove, es una zona recóndita alejada de todo lo demás, nuestro tesoro oculto, las vistas son espectaculares, y desde la playa puedes observar lo mejor de la naturaleza, bancos de peces nadando en el mar, el calor de la arena bajo tus pies, los hermosos árboles mecidos por el viento, y todo ello combinado con el olor a pollo con especias al estilo jamaicano. Se pueden practicar deportes acuáticos, con la melodía de reggae jamaicano de fondo. ¿Qué más quieres? Esto estimula todos los sentidos.

INTO THE DEEP SEA

EN EL FONDO DEL MAR



Jamaica has a wealth of attractions for scuba divers, from shipwrecks and underwater caves to coral reefs. In particular, there are wonderful places to dive near Negril, such as Salon del Trono with its beautiful corals, sponges, fascinating sharks and snappers. And in Ricky Reef you'll find a host of colourful fish, as well as the remains of the Kathryn shipwreck: a Canadian ship from the Second World War in which you can now swim.

/ ESP. Jamaica tiene muchos atractivos para los buceadores, desde pecios y cuevas submarinas hasta los arrecifes de coral. Hay estupendos lugares para la inmersión cerca de Negril, como el Salón del Trono, con sus hermosos corales, esponjas, fascinantes tiburones y pargos. En el arrecife de Ricky existen especies de peces con un enorme abanico de colores y están los restos del naufragio de la nave Kathryn, un buque canadiense de la Segunda Guerra Mundial, por cuyo interior se puede nadar.



Dive among shipwrecks, corals, colourful fish, sponges and sharks. **ESP.** Bucea entre pecios, corales, peces de colores, esponjas y tiburones.



ESP. Las Cascadas de Somerset se sitúan detrás de setos de carolinas y plantas de limpiatubos verdes, entre la Bahía Hope y Puerto Antonio. Un camino recorre el río que murmulla en la parte trasera de la finca. Por la senda te encuentras con pequeñas cascadas que salpican las frondosas laderas y bancos sombríos donde disfrutar de un momento de tranquilidad. El camino acaba en un estanque profundo que anima a darse un chapuzón en sus revitalizantes aguas claras y turquesas. Aquí, puede refrescarse en la piscina de 20 pies de profundidad o hacer fotos a las cascadas.

SOMERSET FALLS. Between Hope Bay and Port Antonio, Somerset Falls sits behind a hedge of bright red ginger lilies and green bottlebrush plants. A concrete path leads up the gurgling river to the back of the property. Along the way, small waterfalls trickle down the bushy hillsides and shady benches, where visitors can enjoy a moment of deep tranquillity. The path ends at a river pond that entices you to take a plunge into its invigorating clear, turquoise water. Here, you can cool off in the 20-foot-deep pool or take memorable photos at the falls.



activities / actividades

• Monday. Far West

- Baby Car Riding 11:00 Hrs
- Kids water aerobics 12:00 Hrs
- Pop up: Pido 12:30 Hrs.
- Kids Bubble 14:00 Hrs
- Cooking lessons 16:00 Hrs
- Yoga 17:00 Hrs
- Bonfire & White Party 22:00 Hrs

• Tuesday. Ecologic Day

- Sun Salutation 10:00 Hrs
- Archery 10:00 Hrs
- Pool Bikes 12:00 Hrs
- Fruit Decoration 16:00 Hrs
- Pilates 17:00 Hrs
- Pre-show: Dance Contest 21:00 Hrs

• Wednesday. Clown Day

- Archery 10:00 Hrs

- Palladium Tour 12:00 Hrs
- Water aerobics 12:00 Hrs
- Beach Soccer 15:00 Hrs
- Bartending lessons 16:00 Hrs
- Pre-Show: Military position 21:00 Hrs

• Thursday. Retro

- Sun Salutation 10:00 Hrs
- Pool Bikes 12:00 Hrs
- Towel Decoration 16:00 Hrs
- Jumping 16:00 Hrs
- Pilates 17:00 Hrs
- Pre-show Dance Contest 21:00 Hrs

• Friday. Jamaquino

- Stretching 10:00 Hrs
- Archery 10:00 Hrs
- Water Aerobics 12:00 Hrs
- Rum tasting 16:00 Hrs

- Pop fitness 16:00 Hrs
- Pre-show: Jamaican dance 21:00 Hrs
- Jamaican party 23:00 Hrs

• Saturday. Pirate Day

- Sun Salutation 10:00 Hrs
- Archery 10:00 Hrs.
- Pool Bikes 12:00 Hrs
- Soccer 16:00 Hrs
- Jumping 16:00 Hrs
- Pilates 17:00 Hrs
- Pre-show Dance Contest 21:00 Hrs

• Sunday. Super Heroes

- Stretching 10:00 Hrs
- Archery 10:00 Hrs
- Water Aerobics 12:00 Hrs
- Foam Party 16:00 Hrs
- Pre show 21:00 Hrs

THE BEST SUNSET IN JAMAICA

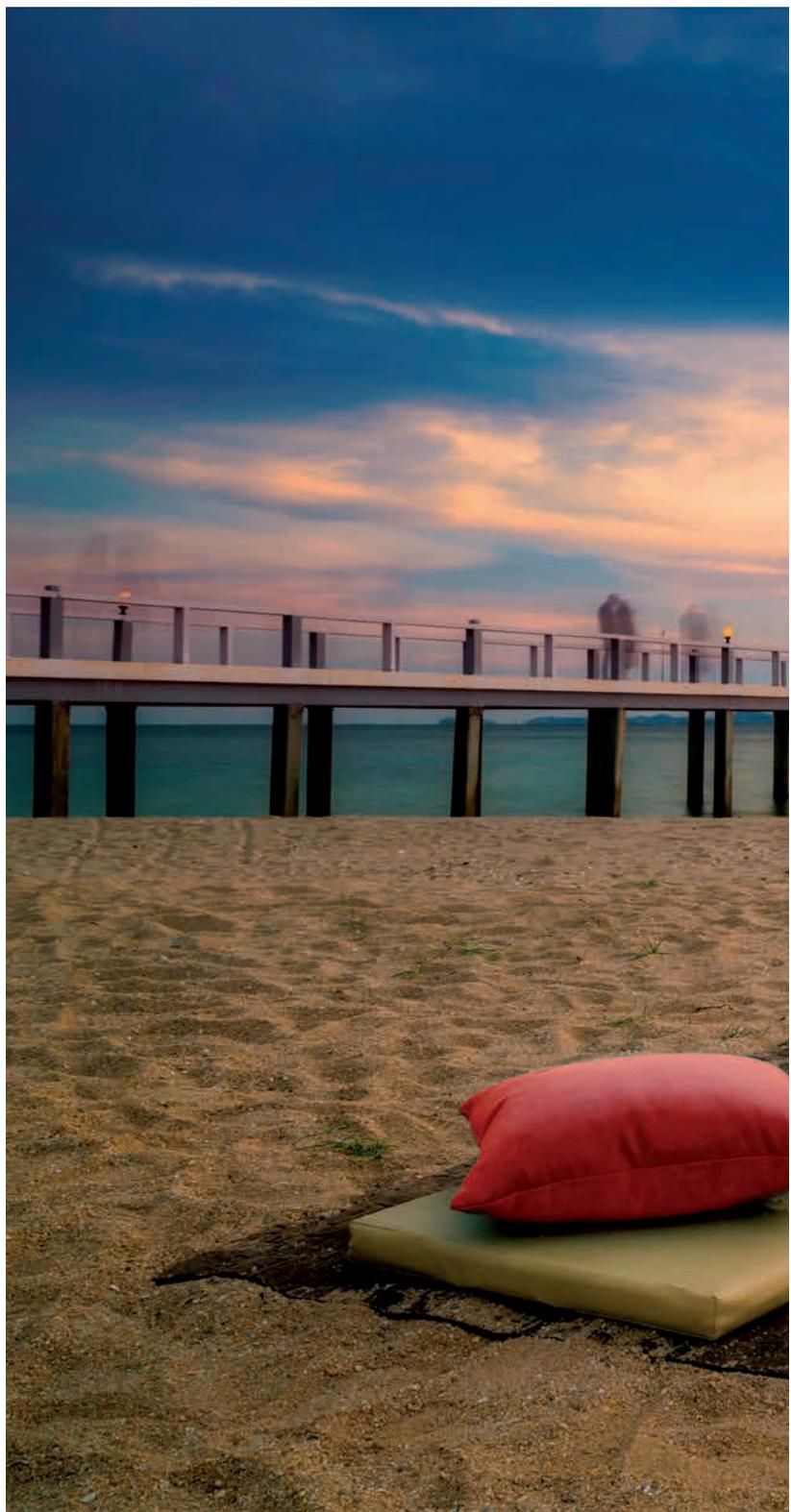
by **JORDI TEIXEIRA**



They say Jamaica is the best place in the world to contemplate the sunset. Especially from Rick's Café in Negril. There, we can sip some Appleton Rum and relax as the sun gently goes down over the sea, taking leave of the day at its own pace. But the sun does not only set majestically in this little village southwest of the island. Each sunset on any western beach on the island is symphonic and unique. Good night.

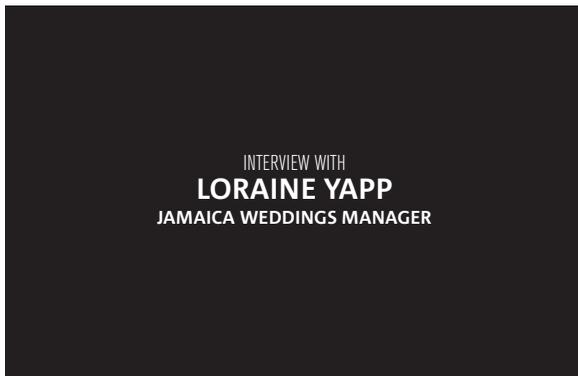
ESP. EL MEJOR ATARDECER DE JAMAICA. Dicen que es en Jamaica donde se contemplan los mejores atardeceres del mundo. Especialmente el del Ricks Café, en Negril. Allí, el sol se va acostando suavemente sobre el mar mientras damos cuenta de un

ron Appleton a tragos relajados, acompasados a la cadencia del día que se despide. Pero no sólo en este pueblecito al suroeste de la isla el sol se acuesta magistralmente. Los atardeceres en cualquier playa occidental de la isla son sinfónicos e irrepetibles. Hasta mañana.





The best sunsets in the world can be seen on this privileged Caribbean island. / **ESP.** Los mejores atardeceres del mundo transcurren en esta privilegiada isla caribeña.



“BRIDES ARE SURPRISED BY THEIR FIANCE”

“ES BASTANTE FRECUENTE QUE EL NOVIO LE DE UNA SORPRESA A LA NOVIA”

Why is it special to get married at the Montego Bay resort?

Weddings by Palladium Jamaica delivers the ultimate, unique wedding experience that is second to none. Our destination boast the best vow spaces and we have a diverse team of Wedding Experts that creates magic and fantasies for all our Wedding Groups.

How do you make it so

special? Share a few tips with us...

We create memorable “I Do’s” by incorporating all the different elements that makes beautiful beginnings in our Enchanted Paradise. All our brides and grooms are treated like royalty and are pampered every step of the way throughout the Wedding Planning process. The resort has also partnered with renowned wedding

celebrity Karen Bussen, who designed trendy and chic packages for the contemporary and the traditional brides. Karen Bussen’s Simple Stunning Wedding experiences depicts true romance that every couple wants to indulge in.

What are the most common wishes of couples on their special day?

To have their dream wedding as promised which is complimented by exemplary service. They want to be placed on a pinnacle and be the most popular couple for the day.

Have there ever been any surprise weddings?

Often brides are surprised by their fiance as they think their visit is just a vacation, not knowing that they are having a destination wedding.

ESP. ¿Por qué resulta tan especial casarse en el complejo de Montego Bay?

Weddings by Palladium Jamaica ofrece una experiencia nupcial superior, única, e inigualable. Nuestro destino cuenta con

los mejores espacios para intercambiar los votos, y equipo diverso de nuestro departamento de bodas es experto en crear fantasías y experiencias mágicas para nuestros grupos de bodas.

¿Cómo logran hacer que sea tan especial? Danos algunos consejos...

Creamos unos “Sí, quiero’s” memorables, incorporando distintos elementos que hacen que los enlaces en nuestro paraíso encantado sean realmente hermosos. Tratamos a todas las novias y todos los novios como realeza, y les mimamos durante cada paso del proceso de planificación de la boda. El complejo también se ha asociado con la famosa experta en bodas Karen Bussen, quien se ocupó de diseñar unos elegantes y modernos paquetes para novias contemporáneas y tradicionales. Las impresionantes experiencias creadas por Karen Bussen simbolizan el verdadero romance del que toda pareja quiere disfrutar.

¿Cuáles son los deseos más habituales que suelen tener las parejas en su día especial?

Disfrutar de la boda de sus sueños tal cómo se les prometió, y esto se complementa con un servicio ejemplar. Quieren que se les ponga en un pedestal y tener la oportunidad de ser la pareja más popular del día.

¿Se ha celebrado alguna vez una boda sorpresa?

Es bastante frecuente que el novio le de una sorpresa a la novia, dándole a entender que simplemente van de vacaciones cuando en realidad se trata de una boda de destino.



© True Colors



by **JORDI TEIXEIRA**

Adventures with Raggs

Raggs, Tribly, Pido, B Max and Razzles are five members of the most fun gang at Palladium Resorts. These friends offer once a week their own buffet of healthy and delicious foods, making it easy to start your children's day in a fun and healthy way - especially with lots of fresh fruit. Raggs and Friends are always on hand during breakfast, dressing up, dancing and singing - much to the delight of kids and adults. They also host the Pido Surf Party and flood the place with Hawaiian beats and colours. With music on the background they take the hotel's youngest guests on a variety of different adventures such as treasure hunts and an escape from evil pirates, known as the Pirate Show. Also, Raggs and the gang love sports and music - they can even play electric guitar, bass and trumpet!

ESP. AVENTURAS CON LOS RAGGS. Ragg, Tribly, Pido, B.Max y Razzles son los cinco integrantes de la pandilla más divertida de los resorts Palladium. Estos amiguitos tienen un bufé propio con alimentos saludables muy apetecibles un día a la semana. Así, arrancar la mañana con diversión enseñando a los niños a comer fruta es posible: los Raggs les acompañan en el desayuno. También se disfrazan, bailan y cantan en la discoteca, cuando celebran su Pido Surf Party y tiñen todo de ritmos y colores hawaianos. Con la música de fondo, corren mil aventuras con los más peques del resort, en la búsqueda del tesoro o huyendo de los malvados piratas (Pirate Show). Además, a los Raggs les encanta el deporte y la música: tocan la guitarra eléctrica, el bajo, la trompeta...Y nunca se sabe en qué rincón del resort aparecerán, contagiando sus risas y sus canciones.



MINICLUB

The Miniclub is supported by a team of professional supervisors who organise different activities according to the children's age, such as painting workshops and other arts and crafts, outdoor games, a kids playground, video games with a projector, and a mini disco... It's a place where little ones between 4 and 12 can have great fun. **ESP.** Con áreas exteriores e interiores, el Mini Club cuenta con la supervisión de profesionales que organizan diferentes actividades según la edad del niño. Sala de pinturas, manualidades y juegos, parque infantil, videojuegos con proyector, mini disco... Un lugar en el que los niños de entre 4 y 12 años se lo pasan en grande.

CONSEJOS PARA EL VIAJERO TRAVEL TIPS



Best transport

The best way to get from the resort to and from the airport is with one of the licensed transfer companies or taxis. It is advisable to ask for the official rate before you get into one though.

/ ESP. MEJOR TRANSPORTE. El mejor medio para desplazarse entre el resort y el aeropuerto son los taxis privados. Conviene preguntar por la tarifa oficial antes de subirse a uno de ellos.



Rates

The taxi rate between the resort and the airport is 90US\$. At the hotel's lobby there is information about the taxi rates to avoid any overcharge.

/ ESP. PRECIOS. Las tarifas de taxi entre el resort y el aeropuerto es de 90 USD. En el lobby del hotel hay información sobre las tarifas de los taxis, para evitar cualquier tipo de abuso.



Public transport

It is not advisable to take public transport. We suggest using official taxis such as the ones you'll find at the hotel (Junta Taxis.)

/ ESP. TRANSPORTE PÚBLICO. No es muy recomendable el servicio público, sugerimos usar taxis de sitios oficiales, como con los que contamos en el hotel (Junta Taxis).



Money exchange

We offer money exchange services at the receptions of our hotels, with small administrative fees. There are also official bureaus of

change at the airport and banks. **/ ESP. CAMBIO DE MONEDA.** En las recepciones de nuestros hoteles ofrecemos este tipo de servicio con un coste mínimo de gestión. Hay casas de cambio oficiales en el aeropuerto y bancos.



Shopping

The best places to shop for fashion and gifts are the Rose Hall Shopping Center and Hip Street in Montego Bay. Also try the Shopping Center at Negril.

/ ESP. COMPRAS. Los lugares más adecuados para comprar ropa o regalos para los familiares son Rose Hall Shopping center y Hip Street en Montego Bay. Y el shopping center en Negril.



Cool hangouts

Margarita Ville, Rick's Café, Pier One, Rocks House & Jungle and Blue Beat are five of the venues that we recommend if you're going out for dinner or having a drink near the resort. **/ ESP. PARA SALIR.** Margarita Ville, Rick's Café, Pier One, Rocks House & Jungle, Blue Beat son cinco locales muy aconsejables para salir a cenar o tomar algo cerca del resort.



Unmissable

There are places you should visit to immerse yourself into the local culture: try Rick's Café, YS Falls, Porto Antonio, Dunns River Falls, Blue Mountains and the Bob Marley Museum. All are worth a visit on your Jamaican holidays.

/ ESP. IMPERDIBLES.

Hay lugares que hay que visitar si quieres imbuirte en la cultura local. Ricks Café, YS Falls, Porto Antonio, Dunns Rivers Falls, Blue Mountains y Bob Marley Museum son imperdibles en un viaje a Jamaica.



Lobbies

Guests can find external services at the hotel lobbies, including car rentals, photography and excursions. We are available to provide guests with any service they might need, just ask!

/ ESP. LOBBIES. En los lobbies del hotel el cliente tiene servicios externos de alquiler de automóviles, fotografías y venta de excursiones. Estamos a disposición de proporcionar cualquier servicio que el cliente necesite.



Resort map // mapa resort

- | | |
|---|---|
| 1. Infinity main pool. // Piscina principal Infinity. | 10. Swing-up bar. |
| 2. Roselle relaxation pool. // Piscina relax Roselle. | 11. Las Brisas pool bar. // Bar piscina Las Brisas. |
| 3. Sports area. // Zona deportiva. | 12. Coral adults' pool. // Piscina de adultos Coral. |
| 4. Miniclub. | 13. Minigolf. |
| 5. Weddings. / Bodas. | 14. Volleyball. |
| 6. Theatre. // Teatro. | 15. Diving centre and watersports. / Centro de buceo y actividades acuáticas. |
| 7. Games room. // Sala de juegos. | 16. Zentropia Spa. |
| 8. Woogie Boogie Disco Bar. | |
| 9. Sports Bar. | |

"Find your place on the planet. Dig in, and take responsibility from there."

/ESP. "Encuentra tu lugar en el planeta. Hazte fuerte y asume la responsabilidad desde allí."

GARY SNYDER
(1930)

SEE YOU SOON



IT IS VERY IMPORTANT TO HAVE CONTACTS.
BUT SOMETIMES,
IT IS ENOUGH WITH ONLY ONE.



✓ Custom-made planning ✓ No complications

YOUR NEXT HOLIDAY DESTINATION, CLOSER TO YOU.

BOOK WITH US!

PALLADIUM
HOTEL GROUP

SPAIN • ITALY • MEXICO • DOMINICAN REPUBLIC • JAMAICA • BRAZIL



TENERIFE,
YOUR SUMMER AMPLIFIED

THIS IS **Hard Rock**
HOTEL

TENERIFE AV. ADEJE 300, S/N, 38678, PLAYA PARAÍSO, COSTA ADEJE
HRHTENERIFE.COM

©2015 Hard Rock International (USA), Inc. All rights reserved.