

# Áreas amplia a les autopistes l'estratègia d'expansió als EUA

**AEROPORTS.** LA FIRMA CONTROLADA PER EMILI CUATRECASAS S'HA CENTRAT EN ELS AEROPORTS PER CRÉIXER EN EL MERCAT NORD-AMERICÀ ■■■ **FLORIDA.** ES PRESENTARÀ AL CONCURS PER GESTIONAR LES ÀREES DE SERVEI DE L'AUTOPISTA D'AQUEST ESTAT

**ORIBL RIBET**  
BARCELONA

**S**ón actualment dues empreses totalment diferents, però, paradoxes del destí, tant Acesa com Áreas, que van néixer de bracet, miren avui més que mai cap al mercat nord-americà. La primera, Acesa, és avui part de la multinacional Abertis, que s'acaba d'adjudicar la gestió, els pròxims anys, d'una autopista a l'estat de Pennsilvània. Áreas, propietat d'Emili Cuatrecasas (president del bufet d'advocats que duu el seu nom) i de l'empresa francesa Elixor, ja té una forta presència en aeroports dels Estats Units i pretén ampliar aquesta presència (més coincidències) amb la gestió d'àrees de servei en autopistes d'aquest país. «Naturalment que en el futur optarem a gestionar les àrees de l'autopista que gestionarà Abertis, però tenim projectes més immediats», apunta el conseller director general d'Áreas, José Gabriel Martín.

La història d'Áreas i d'Acesa té molts punts de coincidència en els orígens. Áreas va néixer el 1968 per gestionar les àrees de servei que Acesa va haver de posar en marxa quan va entrar en funcionament la primera autopista de peatge de l'Estat, la del Maresme, avui C-32. Pocs anys després, Acesa es va haver de desprendre per llei d'aquest negoci i Emili Cuatrecasas va adquirir el control accionarial d'una empresa que fins llavors s'havia centrat en el negoci de les autopistes a Catalunya. «Des de llavors, la nostra diversificació, tant geogràfica com de tipus de negoci, ha estat contínua», apunta el conseller director general. Com a mostra, cal tenir present que, el 2007, les autopistes, font original del negoci del grup, representaven únicament el 31% dels ingressos del grup. La major part de la facturació prové dels aeroports, mentre que les estacions de ferrocarril i les botigues urbanes aporten al voltant del 18% de les vendes.

Si han canviat els espais on Áreas ubica les seves botigues o restaurants, també han crescut exponencialment les marques del grup. Les més importants en restauració són Medas i Ars, seguides de La Pausa i Café Café. I cal tenir en compte l'enorme esforç que està

## Les dades

<b>Nom empresa</b>	Áreas
<b>Sector</b>	Serveis al viatger
<b>Facturació (2007)</b>	707 M€
<b>Treballadors</b>	11.862
<b>Ebitda (2007)</b>	95,2 M€
<b>Data fundació</b>	1968

**Nascuda arran de l'entrada en funcionament de la primera autopista d'Espanya (la del Maresme), Áreas, avui totalment desvinculada d'Acesa, ha exportat el seu model de negoci a diversos països del món des que el 1998 Emili Cuatrecasas i el grup francès Elixor van aconseguir el control de la companyia.**

fent la companyia per entrar en un segment de botigues, les associades a una marca o institució, que van a l'alça. Les botigues del FC Barcelona (com la que hi ha a la plaça de Catalunya) o de Ferrari són gestionades per Áreas, i José Gabriel Martín avança que «pròximament hi haurà novetats en aquest segment, amb la incorporació al grup de botigues franquiciades de grans marques».

**INTERNACIONALITZACIÓ.** Si l'esforç per diversificar la procedència dels ingressos ha estat notable, en creixement internacional Áreas, que aquest any celebra el quarantè aniversari, no ha quedat enrere. «Vam ser una de les primeres empreses espanyoles que va apostar fort per Xile en veure que tenia un gran potencial i una gran estabilitat jurídica», assegura, satisfet, José Gabriel Martín.

## El sector

### L'OBJECTIU DE LA TERMINAL T-SUD I EL MONOPOLI D'ALDEASA

**No solament de restaurants i cafès «s'alimenta» el negoci d'Áreas, que a Mèxic ha aconseguit implementar establiments dels anomenats duty-free (lliures d'impostos). La realitat és que, als aeroports espanyols, aquest negoci està vedat per a companyies com la catalana. El motiu és que Aldeasa, l'antiga companyia estatal, ara a les mans d'Autogrill, en té el monopoli fins al 2012. «Quan s'obrin els concursos per al negoci de les botigues lliures d'impostos a Espanya, hi participarem; d'això no n'hi ha cap dubte»,**



**MARQUES.** Áreas (en la fotografia, el conseller director general) gestiona unes 40 marques

**apunta el conseller director general d'Áreas, José Gabriel Martín. Abans que això passi, però, Áreas afronta altres reptes importants, com el concurs per a la gestió de botigues i restaurants a la futura T-Sud, la nova terminal de l'aeroport del Prat, que començarà a funcionar molt probablement el 2009. «A partir d'ara es coneixeran les bases del concurs i veurem quina oferta fem», apunta Martín, que recorda que la finalitat de la multitud de marques del grup (que inclouen establiments de venda**

**de llibres o d'articles de viatge) és adaptar-les a les necessitats de cada client. «No és el mateix un restaurant per a executius del pont aeri que per a altres tipus de viatgers», assenyala.**

**Pel que fa a l'impacte de la desacceleració econòmica en els resultats del grup, José Gabriel Martín reconeix que s'està produint un descens en el consum que els obliga a reduir les previsions de creixement. «L'any passat vam incrementar un 7% les vendes i aquest any ja serà molt si arribem al 3,5%», apunta Martín.**

A Xile s'hi han afegit altres països de l'Amèrica del Sud, com Mèxic, Argentina o la República Dominicana, a més d'altres mercats més propers com el de Portugal o el de Marroc, que també han servit per a un creixement que, amb tot, afronta ara l'etapa decisiva. «Tots els nostres esforços estan centrats als Estats Units, on ja gestionem restaurants en aeroports de Miami, Orlando o Detroit, i on acabem d'aconseguir la concessió per a deu nous establiments a

**ALS EUA, ÁREAS PRETÉN ARRIBAR A 300 MILIONS DE DÒLARS EN VENDES EN CINQ ANYS**

**LA COMPANYIA ÉS JA LA TERCERA DEL MÓN EN GESTIÓ DE SERVEIS ALS VIATGERS**

l'aeroport d'Indianapolis», relata el conseller director general, que hi afegeix que els EUA aporten ara 140 milions d'euros anuals als comptes de la companyia i que l'objectiu és arribar a 300 milions de dòlars de facturació en cinc anys en aquest país.

A part d'optar a gestionar serveis per a viatgers en altres aeroports dels EUA, Áreas ja ha decidit que l'aposta per aquest país ha d'incloure les àrees de servei en les autopistes. I la primera aposta en aquest sentit és a Florida, on l'empresa es presentarà l'any que ve al concurs per gestionar les àrees de servei de l'autopista d'aquest estat.

Segons el conseller director general, José Gabriel Martín, les àrees de servei de l'autopista de Florida poden generar un negoci de cent milions d'euros. Actualment, aquest negoci el gestiona la multinacional Autogrill, empresa líder al món en el sector de les botigues adreçades als viatgers. Áreas pretén arrabassar-li aquest negoci i continuar augmentant posicions en el rànquing mundial de companyies del sector: «Som la tercera companyia del món del sector després d'Autogrill, companyia italiana, i de la companyia anglesa Select Services Partners», apunta José Gabriel Martín. ■