

BOLSA DE BARCELONA

BCN Mid-50	24.777,96	151,03	↓	-0,61%
BCN Global-100	634,82	-1,51	↓	-0,24%

La sueca EasyPark toma el 100% de Parkimeter para afianzarse en España

RESERVA DE APARCAMIENTO/ Después de adquirir la aplicación madrileña e-Park el año pasado, la firma escandinava reafirma su apuesta por el mercado español con la compra de la enseña barcelonesa.

Eric Galián, Barcelona

La compañía sueca de gestión de aparcamientos EasyPark ha adquirido el 100% de la firma barcelonesa del mismo sector Parkimeter. La operación, cuyo importe no ha trascendido, se produce un año después de que la empresa del Norte de Europa realizara otra inversión en el mercado español con la compra de la aplicación madrileña e-Park, especializada en el pago de los servicios de estacionamiento regulado. Esta firma era propiedad de Ivia, filial de Grupo Setex.

La integración de Parkimeter confirma la apuesta de EasyPark por España, uno de los países de Europa con más plazas de aparcamiento junto a Francia, Italia y Alemania.

La operación comenzó a fraguarse hace un año y ha sido asesorada por la consultora financiera You are Capital, que ha tenido un papel clave en la negociación. A pesar de la pandemia, la compañía sueca no paralizó las conversaciones, aun sabiendo que Parkimeter es muy dependiente del turismo y que tuvo que aplicar un expediente de regulación temporal de empleo (ERTE) en plena crisis sanitaria. "Eso demuestra el optimismo de EasyPark sobre



Jordi Badal, presidente de Parkimeter; Martin Sandström, jefe de desarrollo de negocio de EasyPark; Gertrud Köver, directora financiera de EasyPark; Nacho Cofré, CEO de Parkimeter, y Ferran Gatius, cofundador de Parkimeter, durante la firma de la operación de compraventa.

la evolución del sector", indica Nacho Cofré, consejero delegado de Parkimeter. La firma barcelonesa, creada hace ocho años, mantendrá la marca y a su equipo directivo, que además de Cofré cuenta con Ferran Gatius y Jordi Badal como cofundadores.

Acuerdos

Parkimeter está centrada en la reserva de aparcamientos privados y mantiene acuerdos con cerca de 1.000 pequeños parkings en España, Por-

tugal, Italia y, recientemente, Francia. También trabaja con compañías de referencia en el sector como Saba, con la que hace dos años cerró un acuerdo para entrar en el mercado portugués (ver EXPANSIÓN Catalunya del 4 de abril de 2018). La firma, que factura cerca de dos millones de euros anuales, divide su actividad en dos líneas de negocio principales: una línea B2C dirigida principalmente a turistas que desean reservar aparcamiento por días antes de

desplazarse a una determinada ciudad y otra B2B centrada en profesionales de empresas con flota que utilizan el coche de forma habitual para trabajar. Para el primer caso, la firma suele trabajar sólo con aparcamientos que disponen de Internet, lo que facilita las reservas a través del móvil.

Con su adquisición por parte de EasyPark, Parkimeter prevé acelerar su expansión internacional sirviéndose de la red de estacionamientos de la firma escandinava en 2.000

En 2019, EasyPark ganó un pleito para ser integrada en la plataforma de movilidad de la AMB

ciudades de 20 países. "En el mercado de reserva de parkings privados no hay un líder claro a nivel europeo, así que nuestro objetivo es llegar los primeros a esa posición", reflexiona Cofré. El directivo añade que la firma no buscaba un simple socio financiero para crecer, sino una compañía del sector con capacidad para escalar su negocio.

Contencioso en Barcelona

EasyPark, fundada hace veinte años y con una cifra de negocio superior a los 70 millones, gestionó el pago de aparcamientos en la capital catalana entre 2014 y 2017. Entonces, Barcelona de Serveis Municipals (B:SM) le comunicó que su contrato había sido denunciado por otras empresas por competencia desleal.

Apartada de la plataforma de movilidad puesta en marcha por el Área Metropolitana de Barcelona, tras un pleito, la Audiencia de Barcelona obligó a integrar a la compañía en este servicio en 2019.

La filial de Borges pierde 2,2 millones en su primer trimestre

G.T. Barcelona

Borges Agricultural & Industrial Nuts (Bain), la filial del grupo Borges especializada en producción de frutos secos, ha elevado sus pérdidas en el primer trimestre de su ejercicio fiscal 2020-21 hasta los 2,2 millones, frente a los números rojos de 327.000 euros que registró en el mismo período del año anterior.

La compañía ha alcanzado en el inicio de su año fiscal una cifra de negocios de 34,6 millones, un 20 % menos que en 2019, principalmente por la reducción del precio de las principales materias primas que comercializa el grupo, como nueces o almendras.

Bain explica que la recolección de las cosechas de nueces, almendras y pistachos no se inician hasta el mes de septiembre, por lo que en este primer trimestre, el negocio agrícola solamente acumula los gastos de gestión sin ingresos que se registrarán en el próximo trimestre, lo cual provoca que los resultados del primer período de su ejercicio fiscal sean negativos.

La filial ha comercializado en este período 6.811 toneladas de frutos secos en 46 países de todo el mundo, pese a que el negocio internacional ha decrecido en 2,1 puntos porcentuales con respecto al primer trimestre del anterior, hasta el 54,5% de las ventas.