

DE CERCA **Juan Arnau Jr. Cofundador de elRow Family**

“Nuestro legado es hacer disfrutar”

La familia Arnau lleva el ritmo y la música electrónica en la sangre. Con unos inicios humildes en un club social de Fraga (Huesca), seis generaciones después han conquistado todos los continentes con un festival que factura más de 50 millones de euros al año.

Álvaro Pérez-Alberca. Madrid

El político y escritor francés André Malraux aseveró que “la tradición no se hereda, se conquista”. Desde 1870, la familia Arnau sueña con hacer bailar a la gente. Hoy, seis generaciones después, esta particular saga, dedicada en cuerpo y alma al espectáculo, se ha adueñado de la escena musical electrónica mundial con elRow: más de 150 *shows* con presencia en 40 países y 80 ciudades en los cinco continentes.

La pasión por el espectáculo surgió en 1870, cuando José Satorres, más conocido como *Josepet*, instaló un café en su Fraga natal (Huesca) y abandonó el mundo agrícola, al que se dedicaba su familia. Tras reconvertir el local en un club social y empezar a organizar espectáculos, Satorres perdió sus propiedades jugando a las cartas. Fue su nieta, María Satorres, quien, junto a su esposo Antonio Durán, reabrió el café años más tarde como el Bar Victoria, que luego transformaría en teatro y posteriormente en el Cine Victoria. Mientras tanto, a mediados de los años 20, Juan Arnau Cabases y su esposa Francisca Ibarz llegaron a Fraga desde Aitona, un pueblo cercano de Lérida, y construyeron el Cine Florida, competencia directa de la familia Durán. Sin embargo, la única hija de Antonio y María se enamoró del primogénito de los Arnau, unificando ambos negocios en una sola familia. En este instante comenzó la fiesta, y los Arnau abrieron el Garden Terrace Florida, que posteriormente sería rebautizado como Florida 135, cuna de la música electrónica en España. Creado por Juanito, hijo de Antonio y María, y su esposa Pilarín, el local alcanzaría su máximo esplendor bajo el mando de su hijo Juanito Arnau, creador del reconocido Monegros Desert Festival. Hoy hablamos con su hijo, Juan Arnau Jr. (Fraga, 1982), cofundador junto a su hermana Cruz del festival internacional de música elRow y *chief global brand* de elRow Family, herederos de una saga adicta al trabajo y a la música electrónica.

– **De un pequeño café en Huesca a realizar festivales en Dubái, Bali y Estados Unidos ¿Qué les impulsa a seguir entreteniendo, seis generaciones después?**

En la familia Arnau siempre hemos intentado ir por delante. Mis abuelos pagaban el doble a las distribuidoras para estrenar las películas



Juan Arnau Jr. en uno de los 150 ‘shows’ de música electrónica que ofrece elRow en más de 40 países de todo el planeta.

antes que en Madrid o Barcelona. Lo llevamos en el ADN. Cuando la música electrónica irrumpió, mi padre [ya jubilado] le explicó a mi abuelo [fallecido en 2012] de qué se trataba y fue él quien le alentó a traer este concepto a España. De hecho, le apodaron como el *abuelo del techno*, era un hombre único. Creo que estaría muy orgulloso: hemos llevado su sueño y Fraga por todo el mundo con elRow.

– **¿A qué edad comenzó a bailar debajo de un altavoz?**

Mis padres no querían que nos dedicáramos al mundo de la noche y del espectáculo. Es un sector complicado en el que es muy difícil tener familia o una vida equilibrada y estable. Sin embargo, todos hemos esta-

“ Mis padres no querían que nos dedicáramos al espectáculo. Es un sector complicado para formar una familia”

“ No sabemos dónde acabará la empresa. Mi objetivo no es dejársela a mis hijos; no quiero que se sientan presionados”

do integrados en el negocio desde pequeños. Incluso mi abuela vendía *merchandising* en la discoteca y mi abuelo se quedaba a escuchar todas las sesiones. Era inevitable no continuar la tradición familiar. Hemos mamado conciertos de rock y electrónica desde pequeños. Nuestros viajes familiares eran a Ibiza o Míkonos. La fiesta siempre ha estado presente. Nuestro trabajo y legado es que la gente disfrute.

– **¿Cómo nació elRow?**

Cuando tenía 18 años mi padre estaba buscando un lugar donde realizar sesiones de música electrónica entre semana y yo le ayudé a crearlo. Ahí nació elRow, como un concepto distinto en el que nos preguntamos

qué nos hubiese gustado encontrar de fiesta un domingo por la mañana tras tomar un café y una tostada. El evento se consolidó en varias discotecas de Ibiza y hoy es exportado a todo el mundo gracias a la participación del fondo de inversión Providence.

– **En esta aventura le acompaña su hermana Cruz, con la que creó elRow hace doce años. ¿Qué tal las comidas familiares?**

Todos los domingos vamos a comer a casa de mi abuela caldo y pollo. Seguimos con esa tradición. Mi hermana forma parte de mi pandilla desde pequeña y en casa siempre hemos debatido sobre precios de copas, seguridad, etc. Si hay alguna confrontación lo llevamos al consejo de administración. Si sigue sin resolverse, son mis padres quienes nos aconsejan al respecto. Mi hermana y yo somos bastante pragmáticos y nos entendemos muy bien. Además, mi abuela sigue preguntándome si la gente se lo ha pasado bien.

– **¿Sus hijos continuarán con el negocio familiar?**

Nuestra familia es un caso curioso. La gente siempre nos dice que es un sector complicado pero ya somos seis generaciones en el mundo del entretenimiento. Los pilares de nuestro éxito han sido la familia y encontrar a la pareja adecuada. Mis hijos podrán elegir libremente a qué se quieren dedicar. Mi mundo requiere muchas horas y sacrificios a nivel personal. Mi hijo de siete años siempre anda jugando a las construcciones. Si desea ser arquitecto espero que sea el mejor de todos.

– **¿Eso quiere decir que elRow tiene precio?**

Dependerá de ellos. No sabemos donde acabará la empresa dentro de 15 o 20 años. Mi objetivo no es dejarle la empresa a mis hijos; no quiero que se sientan presionados. Estoy disfrutando de lo que estamos haciendo. El legado está ahí.

– **Tras la pandemia, ¿ha vuelto la normalidad a las cuentas?**

Desde 2010 la compañía ha aumentado unas 15 veces su tamaño. Con un crecimiento anual del 20% aproximadamente, empezamos a generar beneficio a partir de 2016. A nivel de facturación superamos los 50 millones de euros. Nuestro objetivo actual es conquistar Estados Unidos y Asia en 2025 y también vender más de un millón de entradas este año en todos nuestros destinos.