



Áreas ha cumplido ya con el 75% del proyecto del Adolfo Suárez Madrid-Barajas

23-07-2014

Áreas tiene ya en funcionamiento el 75% de los nuevos conceptos de restauración incluidos en el plan del Aeropuerto Adolfo Suárez Madrid-Barajas. La compañía avanza así en el ambicioso proyecto de dotar al recinto de la mejor, más variada y selecta oferta gastronómica fruto de la adjudicación el año pasado del mayor contrato de la historia de la restauración de los aeropuertos españoles, valorado en 1.480 millones de euros.

Está previsto que la culminación definitiva de la renovación de la oferta de restauración en el aeropuerto termine a finales de año. Entonces, Áreas gestionará 47 locales de 27 marcas distintas que servirán para desterrar la percepción de que la gastronomía de altos vuelos no forma parte de los menús aeroportuarios. *“Nuestro objetivo es convertir el Adolfo Suárez Madrid-Barajas en el aeropuerto con la mejor oferta gastronómica del mundo”*, explica **Oscar Vela**, director general de Áreas en España y Portugal. *“Para abordar este desafío hemos apostado por un planteamiento innovador que consiste en adaptar el modelo comercial del centro de una gran ciudad al recinto aeroportuario, con una oferta original, de calidad y variada, casi ‘a la carta’ para cada pasajero”*.

Algunas de las exclusivas nuevas marcas que han desembarcado en el Adolfo Suárez-Madrid Barajas de la mano de Áreas son **‘Kirei by Kabuki’** (cocina japonesa de autor), **‘Deli&Cia’** (grab&go joven y cool), **‘La Mary’** (cocina mediterránea), **‘Pepito Grillo’** (decorado por la interiorista **Sandra Tarruella**), **‘Paul’** (bocadillería *premium* que por primera vez está presente en un aeropuerto español), **‘Espacevian’** (*healthy food*), **‘La Bellota Sabores Ibéricos’** (primer restaurante temático sobre jamón), **‘Eating Point’** (espacios tematizados) o **‘SantaGloria’** (panadería artesanal).

‘Kirei by Kabuki’ abrirá un segundo local a finales de año

A pesar de su reciente implantación, estos conceptos se han ganado ya la plena confianza de los pasajeros. En el caso de ‘Kirei by Kabuki’, la acogida ha sido tan positiva que está previsto abrir un segundo establecimiento en la T1 a finales de año. ‘Starbucks’, ‘Urban Grill’, ‘MasQMenos’, ‘Burger King’, ‘Briciole’, ‘Udon’, ‘ÁndeLe’, ‘100 Montaditos’, ‘Espression Lavazza’, **‘MásQMenos’**, ‘Rodilla’, ‘Caffriccio’, ‘Carling’, ‘Mahoudrid’ y ‘Sports Bar’, ambos de la mano de Mahou, completan el resto de marcas que ya están operativas

en el recinto madrileño.

De manera paulatina y hasta final de año se llevarán a cabo las aperturas pendientes, correspondientes a las marcas 'Fly&Fishhh!' y 'Gastrohub'. El período de concesión de la gestión de los establecimientos es de diez años y la inversión global que acometerá Áreas asciende a 25 millones de euros.

www.areas.es