



El Aeropuerto de Valencia renueva toda la oferta de restauración y contará con dos nuevas terrazas

- Los operadores Áreas, SSP y Lagardère gestionarán 8 puntos de venta distribuidos entre las zonas de salidas y llegadas
- Marcas como Starbucks, Burger King, Enrique Tomás y Santa Gloria formarán parte de este nuevo proyecto gastronómico segmentado en función de las preferencias de los pasajeros

14 de febrero de 2022

El Aeropuerto de Valencia ha comenzado las obras para renovar toda su oferta de restauración, que contará con ocho puntos de venta distribuidos entre las zonas de salidas y llegadas y estarán gestionados por los operadores Áreas, SSP y Lagardère.

Tras finalizar los contratos de la oferta anterior, los nuevos adjudicatarios están acometiendo la remodelación de sus locales por fases para poder mantener el servicio a los pasajeros. Estas actuaciones incluirán la construcción de dos nuevas terrazas.

Los operadores han presentado un proyecto diversificado y adaptado a los distintos perfiles de pasajero, que incluye una gran variedad de propuestas, desde hamburgueserías y cafeterías con gran implantación entre el público nacional e internacional, hasta productos más tradicionales, puntos gourmet y formatos innovadores, como un “FoodTruck” y un espacio “Food Market” vinculados a los nuevos hábitos de consumo.

La firma Áreas gestionará tres locales, uno de ellos en la zona de embarque de la Terminal 2 y los otros dos en la zona pública del aeropuerto a la que tienen acceso pasajeros y acompañantes. El primero de ellos funcionará

bajo la marca Mahou Sports Bar y será un local tipo pub o sport bar con mucha aceptación entre los viajeros del aeropuerto.

En cuanto a los locales de la zona pública, la cafetería Lavazza dará servicio en el vestíbulo de llegadas y en la planta de salidas se ubicará un local de la marca Santa Gloria, que ofrecerá desayunos con panes artesanos y pasteles tradicionales, así como bocadillos, ensaladas y aperitivos para otras franjas horarias. Con un diseño actual y acogedor, el local de Santa Gloria incluirá una terraza de 137 m² situada en la acera de salidas, con el objetivo de ofrecer un espacio abierto y agradable para viajeros y usuarios en general.

El operador SSP será el encargado de explotar tres locales en la zona de embarque de la Terminal 1. Se tratará de una hamburguesería Burger King, una cafetería Starbucks y un tercer punto de venta que funcionará con el concepto de “Food Market” y ofrecerá una versátil oferta gastronómica al contar con las marcas Enrique Tomás, La Boutique y Tim Hortons en un mismo espacio.

Completan la oferta de restauración dos propuestas del operador Lagardère. Un pequeño punto de venta tipo “FoodTruck” situado en la zona pública y cercano a los filtros de seguridad; y un local tipo cafetería y cervecería de la marca Trib’s ubicado en la zona de embarque de la Terminal Regional y que contará con una terraza de 31 m² al aire libre y con vistas a los aviones.

Con el objetivo de mantener el servicio a pasajeros y usuarios durante el periodo en el que los diferentes operadores ejecuten sus inversiones y remodelaciones, se han instalado puntos de venta provisionales y las obras se realizarán por de manera escalonada. Está previsto que la mayoría de los locales hayan finalizado sus actuaciones para el verano.