



MINISTERIO
DE FOMENTO



Aena



Aeropuertos Españoles
y Navegación Aérea

Nota de prensa

Desde el 25 hasta el 30 de enero

Aena impulsa las ventas en las Tiendas del Aeropuerto con una nueva campaña de regalos

- La iniciativa tendrá lugar en 11 aeropuertos
- Se entregará una bolsa de mano por compras superiores a 50 euros

24 de enero de 2011

Aena pondrá en marcha del 25 al 30 de enero una nueva campaña de promoción con el fin de potenciar las ventas en Las Tiendas del Aeropuerto. Esta iniciativa, que pretende impulsar la actividad comercial de los concesionarios ubicados en 11 aeropuertos de la red de Aena, consistirá en el reparto de obsequios a los pasajeros que realicen sus compras en los citados establecimientos.

En esta campaña participan los concesionarios agrupados bajo la marca Las Tiendas del Aeropuerto de 11 aeropuertos: Barcelona (T1 y T2), Bilbao, Fuerteventura, Ibiza, Madrid (T4), Málaga, Menorca, Palma de Mallorca, Sevilla, Tenerife Sur y Zaragoza.

Todos los pasajeros y personal que realicen compras en las áreas comerciales de estos aeropuertos y presenten tickets del mismo día, por valor igual o superior a 50 euros, obtendrán una bolsa de mano de regalo. Se podrán acumular tickets del mismo Aeropuerto o de cualquiera de los que participan en la promoción.

Las tiendas adscritas a esta campaña podrán identificarse gracias a los carteles de que dispondrán. Se instalarán stands con azafatas en las plazas comerciales que informarán a los clientes de la promoción y entregarán los regalos. La promoción es válida únicamente en la zona de embarque

Las Tiendas del Aeropuerto es la marca que agrupa firmas y operadores de calidad que conforman el Área Comercial de algunos de los principales aeropuertos de la red de Aena. Este conjunto de tiendas y puntos de restauración, integrados en el entorno y la actividad de cada aeropuerto, representan para el pasajero una interesante oportunidad para comprar y consumir, ya que disponen de la mejor oferta comercial a igual o menor precio que en la calle.

La oferta de productos en tienda y servicios de restauración, además de la calidad, confianza y variedad garantizada por la marca, permite el entretenimiento del pasajero durante el tiempo de espera de su vuelo.

