

## Áreas consolida su presencia en el Aeropuerto Internacional de Santiago de Chile con la apertura de 4 nuevos locales de restauración

- El desembarco de reconocidas marcas como **Espression by Lavazza**, **Johnny Rockets**, **Telepizza** y **Heineken** suponen un salto cualitativo para la oferta gastronómica del aeropuerto
- La compañía suma ya **35 establecimientos** en el territorio chileno

Barcelona, 26 de agosto de 2015.- **Áreas, empresa líder en Food&Beverage y Travel Retail, consolida su presencia en el Aeropuerto Internacional de Santiago de Chile con la puesta en marcha de 4 nuevos locales de restauración.** La inauguración de estos establecimientos en la nueva zona internacional se traduce en la mejora de la diversidad y calidad de la oferta gastronómica del aeropuerto, que da la bienvenida a **grandes marcas internacionales como Lavazza o Heineken**, fruto de la exitosa alianza que Áreas mantiene con estas enseñas de primer nivel.

Los nuevos locales de restauración suman una superficie total de **650 m<sup>2</sup>** y tienen capacidad para acoger a más de **300 comensales**.

### Una oferta para todos los gustos

Áreas inaugura en el aeropuerto de Chile un conjunto de establecimientos de restauración diseñado para satisfacer los gustos de todos sus visitantes. La cafetería italiana **Espression by Lavazza** es un espacio agradable donde además de sus creativas recetas de café antes de iniciar un viaje se puede degustar sus propuestas de zumos naturales, sándwiches y pastelería. En la zona de salidas de vuelos internacionales se podrá encontrar la marca española **Telepizza** que ofrece sus tradicionales pizzas y snacks con la novedad de incluir servicio a mesa. **Heineken-Starlounge**, por su parte, es el espacio de la conocida enseña verde en la se podrá disfrutar de una diversa carta de cervezas y tentempiés en un ambiente de relajación y distracción. Por último, la inauguración del flagship store de **Johnny Rockets**, conocido por sus hamburguesas y shakes, trae al aeropuerto un auténtico local ambientado en la época de los 50's y los 60's. Esta marca goza de gran popularidad entre el público americano y se caracteriza por su personal acogedor que ameniza las esperas con un llamativo show de baile y entretenimiento y que ya ha cautivado a grandes grupos y familias.

Otras de las marcas que complementan la oferta de Áreas en el aeropuerto de Santiago de Chile son **La Pausa**, **Gatsby** o **Fritz**.

Con estas nuevas aperturas, Áreas refuerza su posición en el Aeropuerto de Santiago de Chile, aeropuerto desde el que en 2014 se transportaron más de dieciséis millones de pasajeros.

**Acerca de Áreas**

Áreas, compañía fundada en 1968, es líder en Food&Beverage y Travel Retail. Con presencia internacional y un equipo humano que ronda los 9.670 empleados, gestiona actualmente 1.111 establecimientos ubicados en espacios concesionales como aeropuertos, autopistas, estaciones de ferrocarril, centros comerciales, recintos feriales, y puntos céntricos de la ciudad.

La compañía cuenta con un modelo comercial que apuesta por diseñar ofertas a medida en las que tienen presencia tanto marcas propias -como La Pausa, Deli&Cia, Caffriccio, Sibarium, Eating Point, Natural Break, Divers- , como grandes franquicias y partners -Starbucks, Burger King, Adidas, Adolfo Domínguez, Subway o Lavazza- y enseññas desarrolladas en co-branding con grandes marcas especializadas -como Sports Bar de la mano de Mahou, La Yoghourtería con Danone, La Bellota o Espace Evian-.

Áreas pertenece al grupo internacional Elior, tercer operador en concesiones a nivel mundial.

Para más información: [www.areas.es](http://www.areas.es)

Áreas es Socio Fundador de la Red Española del Pacto Mundial de Naciones Unidas desde 2004.

Colabora con:

**Acerca de Elior**

Fundada en 1991, Elior se ha convertido en uno de los líderes del mundo en restauración y servicios. En 2014, el volumen de negocio del Grupo alcanzó los 5341 millones de euros en 13 países. Cada día, su 106 000 empleados atienden a 3,8 millones de clientes ofreciéndoles soluciones de restauración y servicios personalizados. Su misión, en 18 000 restaurantes y puntos de venta, consiste en atender y tratar a los clientes con pasión y competencia en el entorno de la empresa, la enseñanza y la sanidad así como el universo del viaje y el ocio. Elior, que se muestra particularmente atenta a su responsabilidad como empresa, es una de las firmantes del Pacto Mundial de las Naciones Unidas desde 2004. La exigencia profesional de sus equipos y su compromiso cotidiano con la calidad y la innovación, la relación con los demás y la sociedad quedan patentes en su lema «Nos gusta cuidar a las personas».

Para más información visitar la web ([www.elior.com](http://www.elior.com)) o seguir en Twitter ([http://twitter.com/Elior\\_Group](http://twitter.com/Elior_Group))