

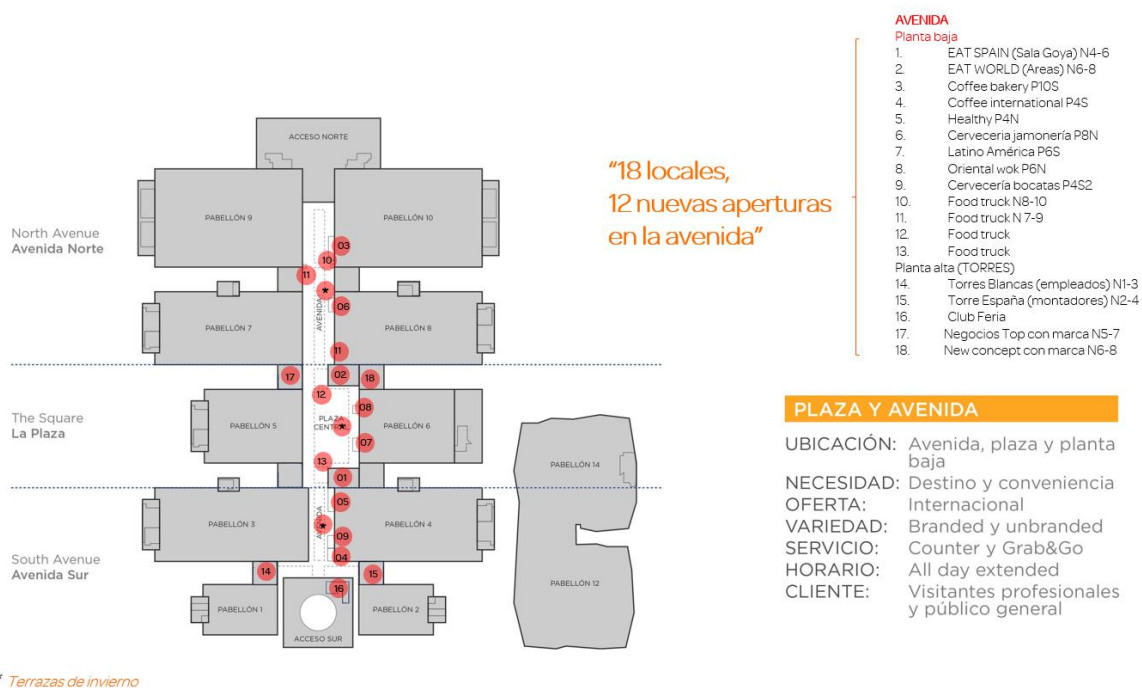
ANEXO 13. LOOK & FEEL Y ORIENTACIÓN PARA ANTEPROYECTOS

Según se indica en el **capítulo 10.1**, en este anexo se incluyen algunas imágenes, croquis y mensajes que IFEMA pretende que sirvan a modo de tablero de inspiración y orientación de intenciones para facilitar a los licitadores el entendimiento del proyecto de la **Avenida de la Gastronomía** y cómo debe ser la oferta y la gama de los puntos de venta.

Sirvan los textos e imágenes adjuntos para explicar a los licitadores la intención del proyecto respecto de los puntos de venta de los que se deben presentar anteproyectos.

El ejercicio de **'moodboard'**, descripción e imágenes presentadas debe entenderse como herramienta para proyectar ideas, tonalidades, formas, etc. Las imágenes presentadas son orientativas, no vinculantes, el licitador presentará marcas y anteproyectos con objeto de obtener un resultado atractivo que se asemeje libremente al espíritu y la forma de las imágenes presentadas.

Planta del recinto ferial de IFEMA. Ubicación de los 18 locales en la **Avenida de la Gastronomía** (planta baja y planta primera):



LOCAL 3: COFFEE BAKERY. Situación: pabellón 10 sur (actual local 'cafetería norte').

Imágenes de referencia para el **local 3**. Objetivo de **apertura en septiembre 2023**, realizando las obras de adecuación en verano de 2023.

Es la actual 'cafetería Norte', se espera del licitador que, desarrolle un espacio de coffee bakery ofreciendo a la venta café elaborado, bebidas calientes y otras bebidas, además de bocadillos, paninis, ensaladas, tartas, bollería y snacks dulces y salados. Deberá estar dispuesto para permanecer abierto durante todo el horario ferial.

La ambientación deberá ser contemporánea y con encanto, con el aspecto natural de lo hecho a mano y un cálido olor a harina fresca, pan y bollos recién hechos, un espíritu casero y artesano.

Adicionalmente, el local, contará con la presencia de marca y personalización de la adjudicataria del patrocinio en cafés (ver apartado 10.2.1.2) esta aportará su marca en el rótulo de fachada, en comunicaciones interiores y en decoraciones gráficas destacando la calidad del producto.

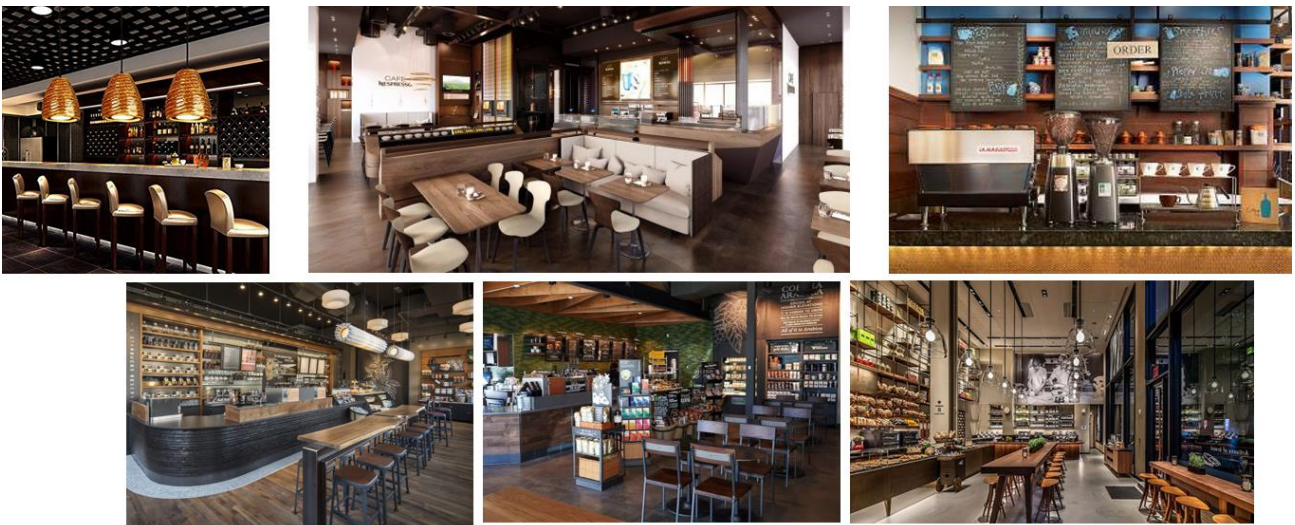


**imágenes de referencia para inspiración de los licitadores, no suponen obligación de fidelidad a ellas, no pretenden ser vinculantes contractualmente.*

LOCAL 4: COFFE INTERNATIONAL. Situación: pabellón 4 sur (actual local Dallucci)

Imágenes de referencia para el **local 4**. Objetivo de **apertura en septiembre de 2023**. Es el local que ocupa actualmente Dallucci, se propone la apertura de un local con exigencia de marca de prestigio y amplia implantación internacional de **venta de café de alta calidad elaborado**, bebidas calientes y otras bebidas, además de bocadillos, paninis, ensaladas, tartas, bollería y snacks dulces y salados. Dispuesto para permanecer abierto durante todo el horario ferial. Se valorará principalmente que sea una **marca con más de 300 establecimientos** abiertos, presencia internacional, que promueva el comercio justo y que ofrezca un programa de fidelización y recompensas a sus clientes.

SOUTH AVENUE - BAKERY COFFEE SHOP / LOOK & FEEL



**imágenes de referencia para inspiración de los licitadores, no suponen obligación de fidelidad a ellas, no pretenden ser vinculantes contractualmente.*

LOCAL 5: HEALTHY, ORGANICO, DE PROXIMIDAD. Situación: pabellón 4 norte

Imágenes de referencia para el **local 5**. Objetivo de **apertura verano de 2023**. Se espera del licitador que aporte un local con exigencia de marca de prestigio con implantación local, nacional o internacional y un concepto de **"alta cocina informal saludable"** bajo la filosofía de *casual fine dining* con una carta basada en el uso de verduras frescas de temporada y otros ingredientes *plant based* (de origen vegetal), junto con carnes y pescados de producción sostenible y de proximidad. Contará con horario ininterrumpido, la carta de comida funciona en horario de comida ampliado de modo que entre horas regirá la oferta de café, repostería y snacks.

SOUTH AVENUE - ORGÁNICO (DE PROXIMIDAD) / LOOK & FEEL



**Imágenes de referencia para inspiración de los licitadores, no suponen obligación de fidelidad a ellas, no pretenden ser vinculantes contractualmente.*

LOCAL 6: CERVECERÍA, JAMONERÍA, PRODUCTOS IBÉRICOS. Situación: pabellón 8 norte

Imágenes de referencia para el **local 6**. Objetivo de **apertura verano de 2023**. Se espera del licitador que aporte un local con exigencia de **marca de prestigio con implantación local, nacional o internacional y un concepto de cervecería y jamonería y productos ibéricos** basada principalmente en el **grab & go de bocadillos de jamón**, platos de jamón y demás embutidos provenientes del cerdo, quesos y cortador de jamón a la vista. Se propone un **concepto que resulte icónico en las ciudades y que cuente con más de 20 establecimientos** a nivel nacional.

NORTH AVENUE - JAMONERÍA / LOOK & FEEL



**imágenes de referencia para inspiración de los licitadores, no suponen obligación de fidelidad a ellas, no pretenden ser vinculantes contractualmente.*

LOCAL 7: LATINO AMÉRICA, TEX MEX. Situación: pabellón 6 sur

Imágenes de referencia para el **local 7**. Objetivo de **apertura prevista en verano de 2023**. Local con exigencia de marca con prestigio e implantación nacional o internacional de tipo latino o hispano americano, centrado en cualquiera de las naciones o gastronomías de sur, centro américa o tex mex. Ambiente atractivo, contemporáneo y servicio '**fast casual**'. Se propone un concepto que resulte icónico en las ciudades y que cuente con **más de 5 establecimientos** a nivel nacional.

NORTH AVENUE - LATINOAMÉRICA / LOOK & FEEL



**imágenes de referencia para inspiración de los licitadores, no suponen obligación de fidelidad a ellas, no pretenden ser vinculantes contractualmente.*

LOCAL 8: ORIENTAL, ASIÁTICO, SUSHI, RAMEN, WOK. Situación: pabellón 6 norte

Imágenes de referencia para el **local 8**. Objetivo de **apertura prevista en verano de de 2023**. Local con exigencia de marca con prestigio e implantación nacional o internacional de tipo oriental, asiático, japones. **Ambiente atractivo, contemporáneo y servicio 'fast casual'**. Se propone un concepto joven para amantes de las culturas orientales, que resulte icónico en las ciudades y que cuente con **más de 5 establecimientos** a nivel nacional.

LA PLAZA - ORIENTAL WOK / LOOK & FEEL

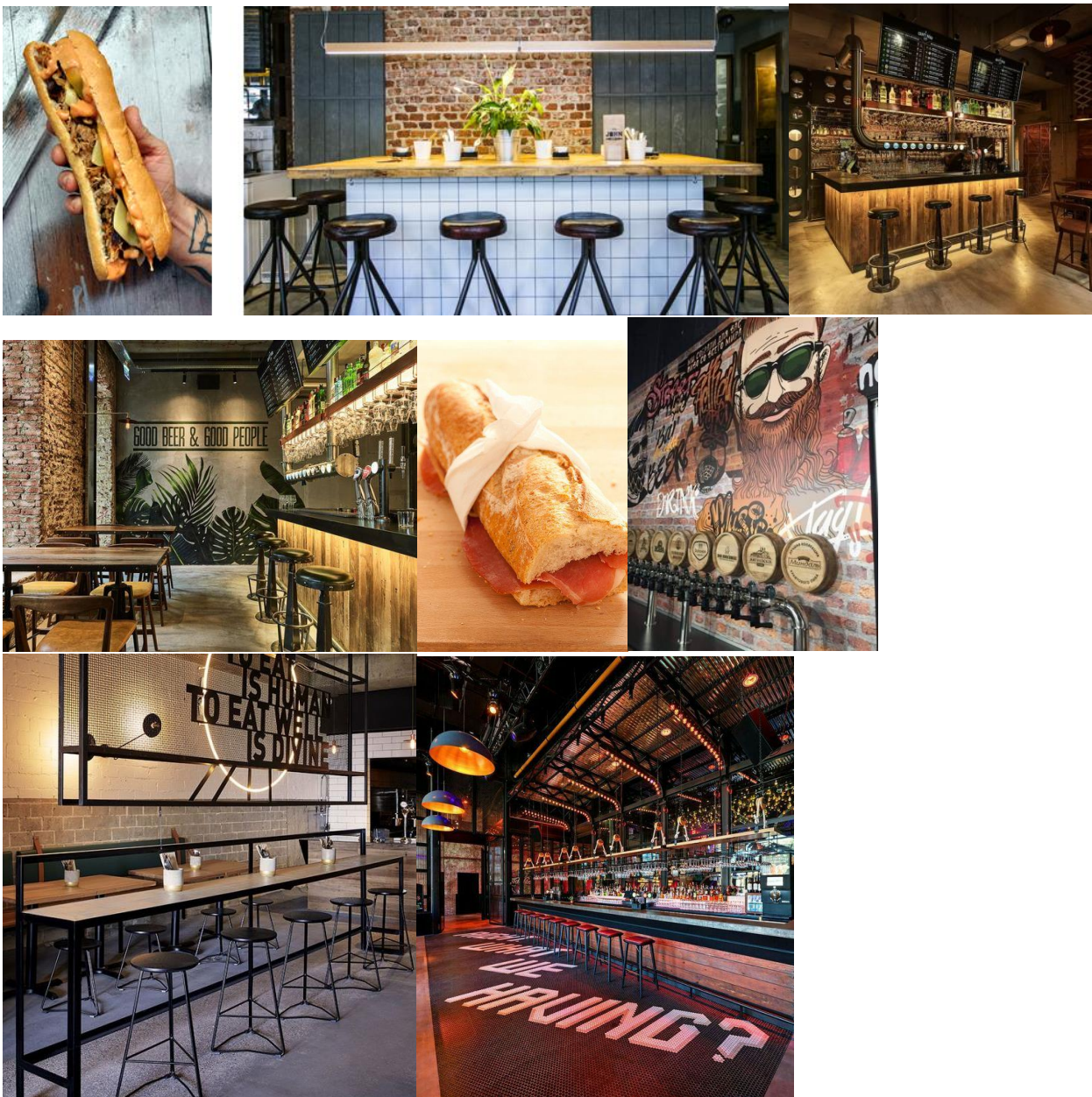


**imágenes de referencia para inspiración de los licitadores, no suponen obligación de fidelidad a ellas, no pretenden ser vinculantes contractualmente.*

LOCAL 9: CERVECERÍA ARTESANA, BOCATAS. Situación: pabellón 4 sur

Imágenes de referencia para el **local 9**. Objetivo de **apertura en verano de 2023**. Local anexo al actual Dallucci, se espera del licitador que aporte un local con exigencia de marca de prestigio con implantación local o nacional y un concepto de cervecería artesana local y bocadillos gourmet, un concepto basado en panes de calidad (rústicos, brioches, focaccias) con rellenos elaborados y una amplia oferta de cervezas artesanas. **El espacio:** aires urbanos, industriales retro, con **ambiente muy informal**. Se propone **marca con presencia en la ciudad, preferiblemente no masiva, con aires de rock, ambiente gourmet y decoración festiva cuidadosamente informal**.

SOUTH AVENUE - BOCADILLOS Y CERVEZAS GOURMET / LOOK & FEEL



**imágenes de referencia para inspiración de los licitadores, no suponen obligación de fidelidad a ellas, no pretenden ser vinculantes contractualmente.*

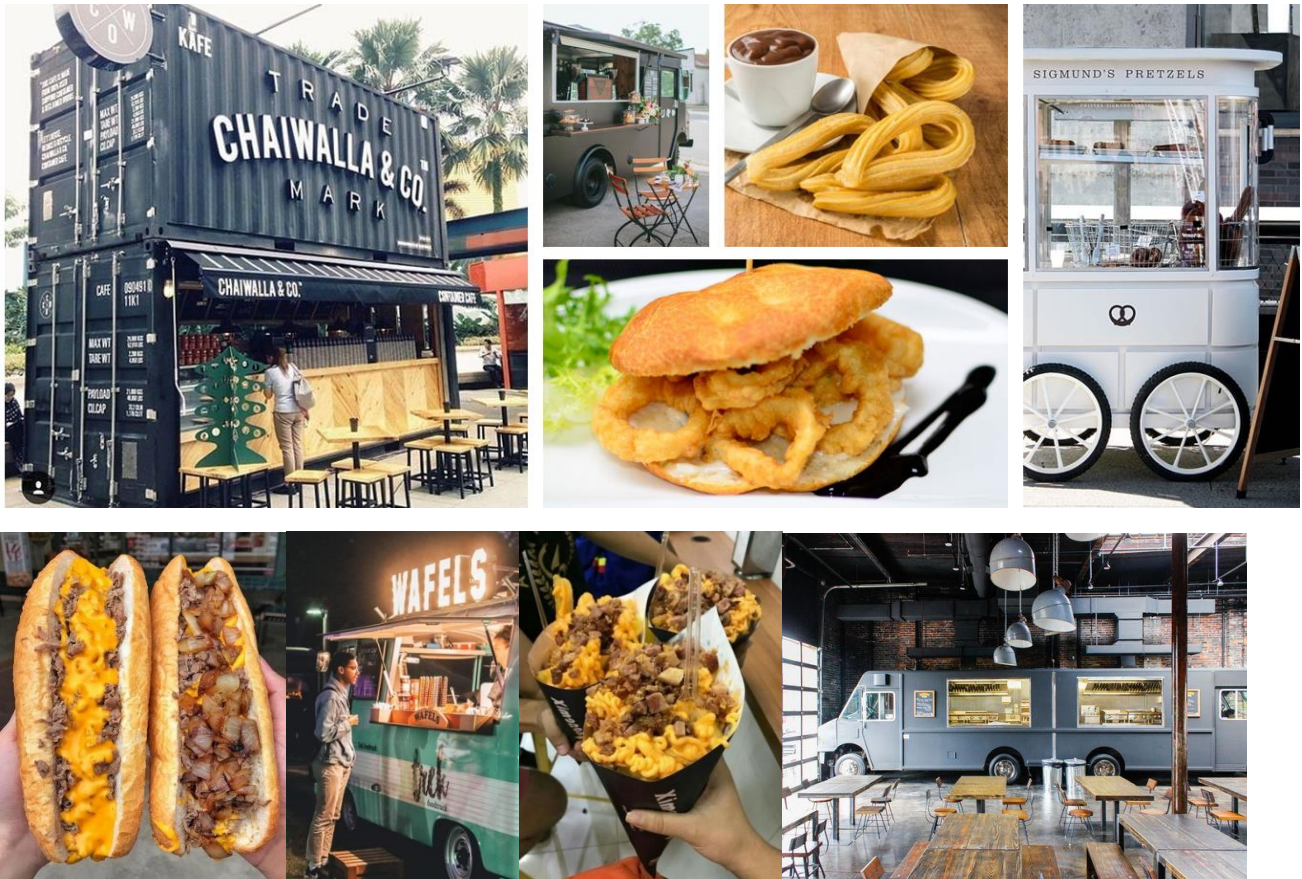
LOCALES FOODTRUCK 10, 11, 12 Y 13. Situación: plaza central y avenida norte

Imágenes de referencia para **Food Trucks**. Objetivo de **apertura en primavera de 2023**. Serán **cuatro Food Trucks** sin exigencia de marca, aspecto festivo informal de camión o contenedor en diferentes estilos para cada uno de los cuatro, ya sea urbano, *chill out*, playero, mediterráneo, vintage, industrial, castizo madrileño u otras variaciones de acuerdo con la oferta gastronómica.

En zona plaza central, se sitúan los números **12 y 13** del plano de situación, cubriendo su lado norte y el sur, oferta principalmente de entre horas, para desayunos, postres, almuerzos rápidos o meriendas y copas, así como **churrería, croissants, helados, dulces, bocatas, paninis, empanadas o sándwiches, etc.**

En la avenida norte, en los núcleos entre pabellones **7 y 9 y 8 y 10**, se sitúan los números **10 y 11** del plano de situación, uno de ellos con oferta madrileña, bocatas de calamares, bravas, tapas y cerveza. El otro con una oferta de **Street Food tipo Burger y Hot Dog**. No obstante, la temática puede ser flexible y adaptable a cada feria.

THE AVENUE - FOOD TRUCKS / LOOK & FEEL



**imágenes de referencia para inspiración de los licitadores, no suponen obligación de fidelidad a ellas, no pretenden ser vinculantes contractualmente.*

LOCAL 17: RESTAURANTE NEGOCIOS LUJO, PREMIUM. Situación: planta primera, plaza central, núcleo 5-7

Imágenes de referencia para el **local 17**. Objetivo de **apertura en septiembre de 2023**. Será un local con exigencia de marca, con prestigio e implantación local, nacional o internacional. De acuerdo con el interés del público objetivo de directivos de alto nivel, se abrirá un restaurante con servicio a la mesa con ambiente 'hotel boutique' con diseño elegante, cuidado y temático, un ambiente privado, sofisticado y lujoso, apto para cerrar negocios en una comida tranquila de 'mesa y mantel'. El interiorismo ofrecerá un ambiente internacional contemporáneo, basado en el concepto de torres, skyline, gran hotel u oficina boutique. **Todo ello en apoyo de la Marca España 'gastro', colocando IFEMA como representación de nuestro país en la primera línea del panorama gastronómico global.**

RESTAURANTE NEGOCIOS - LUJO - PREMIUM / LOOK & FEEL



**imágenes de referencia para inspiración de los licitadores, no suponen obligación de fidelidad a ellas, no pretenden ser vinculantes contractualmente.*

LOCAL 18: RESTAURANTE NEGOCIOS, FAST CASUAL. Situación: planta primera, plaza central, núcleo 3-5

Imágenes de referencia para el **local 18**. Objetivo de **apertura en septiembre de 2024**, condicionado a observar su necesidad en función de la facturación y el tráfico mostrado por la oferta de restauración en el primer ejercicio anual. Será un local con exigencia de marca, con prestigio e implantación local, nacional o internacional. De acuerdo con el interés del público objetivo de expositores y clientes visitantes, se abrirá un restaurante con servicio **'fast casual'** con servicio a la mesa. **Ambiente con diseño informal, urbano, industrial, cool, a la moda, un ambiente contemporáneo idóneo para fotografiarse y compartir la experiencia en redes sociales, 'instagramable'**, apto para favorecer la conversación y conectar personas y empresas ayudándoles a cerrar negocios.

RESTAURANTE NEGOCIOS - FAST CASUAL / LOOK & FEEL

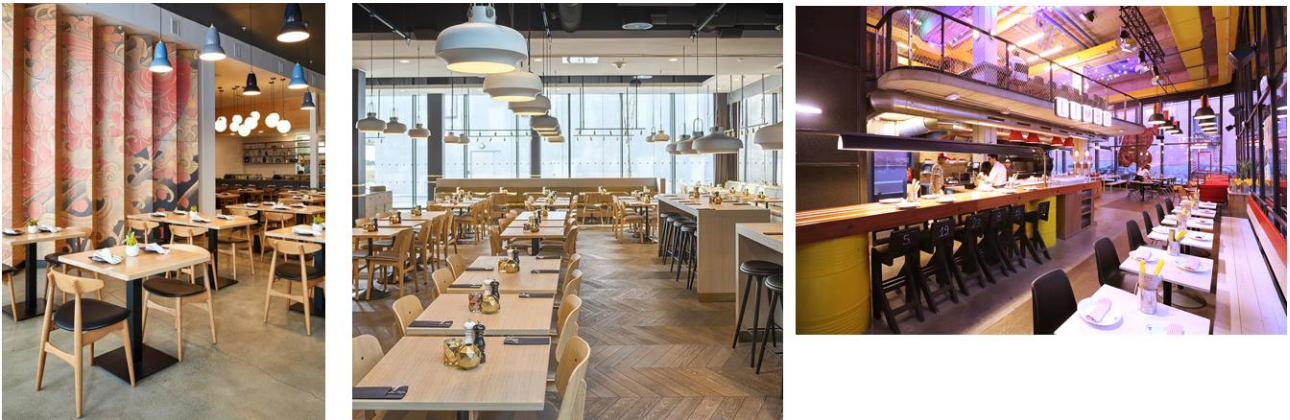


**imágenes de referencia para inspiración de los licitadores, no suponen obligación de fidelidad a ellas, no pretenden ser vinculantes contractualmente.*

LOCAL IPM: RESTAURANTE FAST CASUAL. Situación: Avenida Capital de España, 7 frente al acceso sur a los recintos feriales.

Imágenes de referencia para el **local cafetería y restaurante en IPM**. Objetivo de **apertura en septiembre de 2024**. Se espera del licitador que aporte un local con exigencia de marca de prestigio con implantación local o nacional y un concepto de restauración contemporáneo, urbano, con éxito en Madrid en gama media y estilo 'smart casual dining'.

IPM / LOOK & FEEL



**Imágenes de referencia para inspiración de los licitadores, no suponen obligación de fidelidad a ellas, no pretenden ser vinculantes contractualmente.*

Como se explica en **10.1.5**, El IPM cuenta con un punto de venta de restauración en planta baja, con acceso desde la calle Paseo Doce Estrellas, actualmente en servicio. Cuenta también, con una oferta abierta a servicio de pequeña barra cafetería y exposición de producto en formato autoservicio con varias zonas de mesas independizables.

El proyecto gastronómico de IPM contará con una oferta que abarque las diferentes necesidades, objetivos y experiencias que buscan los diferentes tipos de clientes que acuden al IPM.

Por un lado, la oferta específica para el cliente zonal, con un target de cliente de oficina con un horario amplio desde el desayuno hasta el after work, con una oferta de menús del día específica, atractiva y moderna, y con una carta encuadrada dentro de las actuales tendencias de mercado de Madrid. Con una apuesta hacia la diversidad, la modernidad y con atención a todos los colectivos: cocina sana, intolerancias alimentarias, dietas hiposódicas e hipocalóricas.

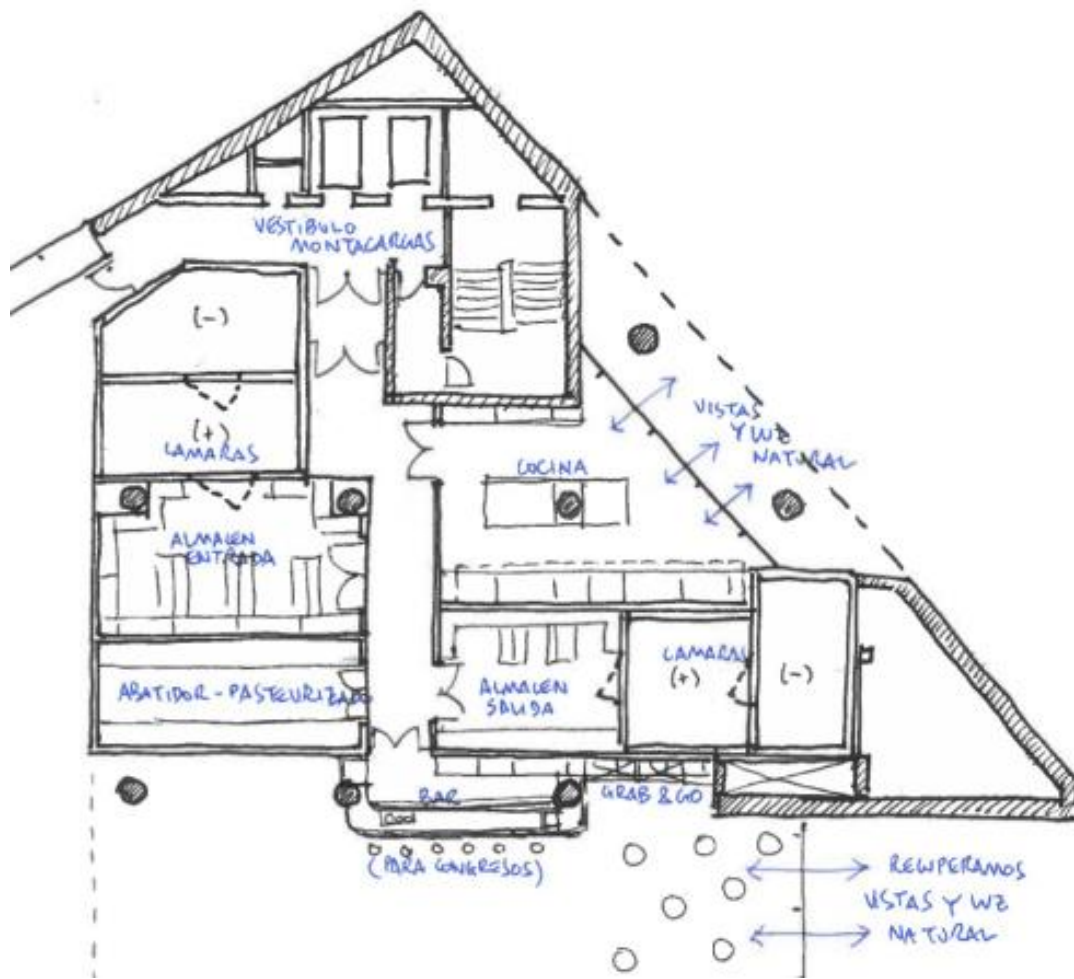
Por otro lado, al cliente congresual, con una oferta específica para montadores de ferias, con atractiva oferta de menús día durante la celebración ferias y congresos, con atención a eventos y menús especiales solicitados para congresos o ferias.

Por último, la atención a clientes con mayor urgencia de servicio durante las ferias, con una oferta de Grab & Go y un carrito móvil atractivo y operativo que pueda trasladar una oferta sencilla de restauración al vestíbulo del palacio de congresos durante la utilización del IPM. Además, cabe la posibilidad de otras opciones de negocio, como pueden ser la explotación del catering con facilidades preferentes, por cercanía física, respecto a otras empresas de catering homologadas, en congresos del IPM.

En esencia, este punto de venta contará con una oferta de barra muy atractiva y diferenciada para cada tramo horario. Constará de una propuesta de cocina contemporánea de tendencia urbana, flexible e inclusiva, con una sugestiva oferta para el cliente de trabajo de la zona, el cliente montador, el cliente ferial y el cliente congresual en todas sus variantes, con oferta Grab & Go, delivery y atrayente oferta de menús día. Del mismo modo se pondrá especial atención a eventos y menús especiales solicitados para congresos o ferias, así como a una importante propuesta para catering y eventos, siempre con adecuación a los planteamientos solicitados por IFEMA respecto a la misión, visión y objetivos del proyecto en cuanto a convertir IFEMA en embajada y referente gastronómico.

En la tercera planta, el IPM cuenta con una cocina que el adjudicatario de este lote puede decidir, según su plan de negocio (el licitador deberá contemplar y presentar éste para calcular su oferta de canon), optar por reformar la misma para ser explotada con diferentes usos, incluida la producción de comida para el propio IPM o hacia la calle (servicio a otros restaurantes del grupo, servicio de catering, servicio a empresas de la zona o venta a otras empresas).

Se aportan a continuación croquis, no vinculantes, con objeto de aportar ideas de distribución que exploran el potencial de ambos espacios.



Croquis de la propuesta orientativa de IFEMA, no vinculante, para que el licitador considere y desarrolle su anteproyecto.