vinetur

La Tagliatella reabre seis restaurantes en España con un nuevo modelo de local

La cadena adapta establecimientos consolidados a nuevas preferencias de consumo dentro de su plan de renovación

martes 24 de noviembre de 2026



La Tagliatella ha sumado seis reaperturas dentro de su plan de renovación de establecimientos en España. La cadena ha puesto de nuevo en marcha locales en Boadilla del Monte, Torrejón de Ardoz, Madrid, Barcelona, Alicante y Valencia, con una nueva imagen y un modelo de sala que, según la empresa, busca mejorar la estancia del cliente en el restaurante.

La compañía informó este martes, 24 de noviembre, de que estas actuaciones forman parte de la transformación progresiva de su red en España, donde supera los 200 restaurantes. La intervención no se limita a una reforma estética, sino que se integra en una estrategia más amplia con la que la marca quiere adaptar sus locales a las nuevas preferencias de consumo sin apartarse de su identidad.

Los seis restaurantes reabiertos son el de Boadilla del Monte; el del centro comercial Parque Corredor, en Torrejón de Ardoz; el del centro comercial La Gavia, en Madrid; el del centro comercial Westfield Glòries, en Barcelona; el situado en la glorieta Deportista Paqui Veza, en Alicante; y el del centro comercial Bonaire, en Valencia. La Tagliatella señala que todos ellos cuentan con una trayectoria larga dentro de la red de la enseña y ocupan ubicaciones relevantes para su actividad en cada una de esas ciudades.

El nuevo modelo de restaurante, según explica la empresa, se inspira en plazas italianas y en elementos arquitectónicos del Renacimiento. La marca plantea espacios más abiertos y pensados para una experiencia más cómoda del cliente, con una imagen renovada que mantiene las referencias habituales de La Tagliatella. La compañía sitúa esta línea de cambios dentro de una evolución de su concepto de restauración, con la intención de ajustar el diseño de sus locales a las expectativas actuales del público.

La cadena vincula estas reaperturas a su política de mejora continua de la red. En su planteamiento, la reforma de los establecimientos sirve para actualizar la propuesta de sala y reforzar tres ejes que considera básicos para la marca: la calidad, la autenticidad y una experiencia gastronómica vinculada a la cocina italiana. La empresa añade que el nuevo concepto ya gana presencia en una parte amplia de sus restaurantes en España.

El movimiento también encaja en una tendencia extendida en la restauración organizada, donde muchas cadenas están revisando la imagen de sus locales para hacerlos más funcionales, facilitar la circulación en sala y renovar la percepción de marca. En este caso, La Tagliatella aplica ese proceso sobre restaurantes ya consolidados, en lugar de limitarlo a aperturas recientes, con la intención de actualizar puntos de venta que ya tienen recorrido comercial.

La Tagliatella forma parte de AmRest, grupo de restauración multimarca con actividad en 22 países. La matriz opera más de 2.100 restaurantes bajo enseñas franquiciadas como KFC, Starbucks, Pizza Hut y Burger King, además de marcas propias como La Tagliatella, Sushi Shop, Blue Frog y Bacoa. Dentro de esa estructura, la enseña italiana ocupa un papel relevante en el mercado español por volumen de locales y por su especialización en cocina italiana.

La empresa define a La Tagliatella como la mayor compañía española de restauración especializada en gastronomía italiana de alta calidad. En su oferta figuran platos elaborados con ingredientes de primera calidad y productos con Denominación de Origen Protegida, un elemento que la marca utiliza como parte de su posicionamiento mientras avanza en la renovación física de su red.