

Lettera del Presidente

Signori Azionisti,

esprimo la mia particolare soddisfazione per quanto Autogrill ha realizzato anche nel 2005, distinguendosi nel settore per la sua capacità di ottenere i risultati previsti e affermandosi, nel panorama degli operatori italiani, fra quelli in grado di primeggiare sul piano internazionale.

Proseguendo l'attività avviata durante gli ultimi esercizi, nel 2005 Autogrill ha svolto un intenso lavoro di rifocalizzazione strategica nei canali in concessione. L'operazione più importante, l'investimento in Aldeasa con il socio franco-spagnolo Altadis, è stata effettuata in un'ottica di sinergia e complementarità. Ha, infatti, permesso di integrare un nuovo modello di business, il retail & duty-free, dando al Gruppo l'opportunità di aprire un'ulteriore strada di crescita, mantenendo la propria specializzazione nei servizi al viaggiatore. Il riscontro è stato immediato, con l'aggiudicazione di due contratti in Canada e Kuwait che hanno ampliato la dimensione internazionale di un'azienda in precedenza attiva soprattutto in Spagna.

In parallelo è stato ulteriormente sviluppato il piano di espansione geografica del business aeroportuale esistente, consolidando la presenza in Paesi dove il Gruppo era già presente - Bergamo e Brescia, Madrid e Palma de Mallorca, Atene, Vienna - ed entrando per la prima volta in Nord Europa, un mercato fra i più rilevanti e dinamici del settore, all'interno di scali finora gestiti esclusivamente da altri operatori: Francoforte, Stoccolma e Cork.

Analogamente, nel canale autostradale Autogrill ha rafforzato l'attività in Nord America - con l'estensione del contratto della New York Thruway e la nuova concessione sull'Indiana Turnpike - e avviato, mediante gli importanti accordi conclusi in Slovenia, l'espansione nell'Est europeo, uno degli assi di futuro sviluppo del Gruppo.

Questi risultati, nel loro complesso, hanno incrementato il valore del portafoglio contratti in ampiezza e durata, grazie anche agli investimenti di sviluppo, passati negli ultimi quattro anni dal 60% all'80% del totale. In particolare, Autogrill ha impresso una significativa accelerazione agli investimenti nelle aree dove la presenza è maggiormente consolidata e profittevole, attraverso una politica dei marchi e di valorizzazione delle location che sta ulteriormente migliorando il profilo di redditività del Gruppo.

I dati economici dell'esercizio si confermano in progresso, con un incremento del risultato operativo di oltre il 16% e un utile consolidato in aumento del 40% rispetto al 2004.

Il flusso di cassa generato dalle operazioni è cresciuto di oltre il 25%, consentendo di sostenere lo sviluppo del Gruppo anche tramite acquisizioni, senza limitare la capacità di remunerazione degli Azionisti.

Alla priorità riservata dal Gruppo alla qualità, all'innovazione, ai prezzi si è aggiunta nel 2005 una maggiore attenzione agli aspetti di responsabilità sociale e di buona governance.

Autogrill intende proseguire su questa strada traendo vantaggio dalle dinamiche della mobilità e dalle proprie capacità. Il futuro sarà quindi caratterizzato da una crescita solida e dal continuo perfezionamento di modelli di gestione ad elevato ritorno sul capitale investito.

Gilberto Benetton
Presidente Autogrill