



Comunicato stampa

Relazioni con i Media

Tel +39.02.4826.3250
Fax +39.02.4826.3614
ufficiostampa@autogrill.com
www.autogrill.com

Italiani in viaggio più propensi alla spesa: in Autogrill i nuovi prodotti fanno la parte del leone

Autogrill Italia: vendite in crescita del 12,1% rispetto alla Pasqua dell'anno scorso nei canali people on the move

Milano, 23 aprile 2003 - Autogrill Italia chiude in positivo il bilancio della Pasqua appena trascorsa e del primo weekend del lungo ponte di Primavera. La settimana che si è conclusa con la domenica di Pasqua ha fatto registrare infatti vendite superiori del 12% rispetto a quella della Pasqua 2002. I giorni determinanti sono stati giovedì, venerdì e sabato caratterizzati da un traffico intenso su tutte le tratte, in particolare sulla A1 e sulla A14 dove ha assunto le caratteristiche dell'esodo estivo.

I 341 punti di vendita Autogrill lungo le autostrade italiane hanno segnato un aumento dei ricavi del 12,2%, rispetto allo scorso anno. Negli aeroporti l'incremento è stato del 25% e nelle stazioni ferroviarie del 17%.

Gli italiani in viaggio hanno apprezzato in particolare i nuovi prodotti in assortimento, come la gamma di brioche rinnovata proprio negli ultimi giorni, la Focacci di Spizzico, che ha concentrato il 10% delle vendite di questo format, e gli ultimi due panini dell'offerta Autogrill (Icaro e Ulisse), che producono il 25% dei ricavi della categoria. Ottimi riscontri anche per i 6 punti di vendita che hanno issato l'insegna Acafé e propongono una formula bar snack rinnovata nell'offerta, nel servizio e nell'ambiente, per un'esperienza di consumo particolarmente invitante.

Un'ultima curiosità: negli Autogrill sono andati a ruba i biglietti della lotteria, con vendite quasi doppie rispetto alle previsioni.

“Considerando che i dati non registrano ancora le vendite del lunedì di Pasquetta, che ha visto il rientro di molti italiani dal weekend, possiamo affermare che si tratta di un ottimo inizio – commenta Aldo Papa, Direttore Generale Autogrill Italia –. Le previsioni sono positive anche per quanto riguarda i prossimi ponti del 25 aprile e del 1° maggio”.

LA CONTROLLATA HMSHOST, INTANTO, OTTIENE IL RINNOVO DI UN CONTRATTO IN NUOVA ZELANDA

HMSHost, la controllata americana di Autogrill, si è aggiudicata il rinnovo della concessione per le attività di food & beverage nell'Aeroporto Internazionale di Christchurch all'ingresso dell'area da dove partono tutti i voli per il sud della Nuova Zelanda. L'accordo prevede la modernizzazione di diverse formule da parte di HMSHost. La durata del rinnovo è di tre anni e i ricavi previsti da Autogrill nel periodo ammontano a 9 milioni dollari USA.

In Oceania, oltre a Christchurch dove è presente dal 1991, HMSHost opera a Auckland (Nuova Zelanda), Melbourne e Cairns (Australia).