



Comunicato stampa

Relazioni con i Media

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

La nuova concessione crea una partnership di lungo termine con Schiphol, il quarto aeroporto europeo. Con il successo di Amsterdam viene ufficializzata la nuova organizzazione HMSHost Europe.

Il Gruppo Autogrill si aggiudica un nuovo contratto del valore di 700 milioni di euro nello scalo di Amsterdam ed è pronto a giocare un ruolo da leader anche nel mercato aeroportuale europeo

Milano, 10 dicembre 2003 - Il Gruppo Autogrill, tramite la controllata americana HMSHost, leader negli Stati Uniti nei servizi di ristorazione e retail nel mercato aeroportuale, ha ottenuto il rinnovo fino al 2017 della concessione per i 56 ristoranti già gestiti all'interno dello scalo. Inoltre si è aggiudicata nuove superfici per ulteriori attività di food and beverage: ulteriori 10 punti vendita che si estendono su circa 3.500 mq e che vanno ad aggiungersi agli attuali 15.000 mq.

I ricavi previsti dall'estensione della concessione ammontano a 700 milioni di euro e si sommano ai 400 milioni già previsti dal contratto esistente.

L'aeroporto di Schiphol ad Amsterdam è il **quarto aeroporto in Europa** per traffico passeggeri con circa **40 milioni di viaggiatori l'anno**.

Oltre a marchi noti a livello internazionale come **Burger King** e **Sbarro**, HMSHost ha sviluppato una serie di formule ad hoc per i viaggiatori dell'aeroporto di Schiphol. Tra i principali concetti previsti si segnalano:

The Palais con Brown Dutch Café e Mediterranean Sandwich Bar. Il locale, si inserisce nel programma di HMSHost volto a valorizzare con i suoi punti di vendita la cultura e le tradizioni locali.

Bubbles Seafood and Wine Bar. In questo locale a tema, ispirato alla tradizione nautica olandese, viene servito pesce fresco tutto i giorni.

Water and Energy Bar. Per rispondere alle esigenze dei viaggiatori più esigenti e attenti alla propria salute, questa formula propone una vasta gamma di bevande a base di frutta

Market Food Court. La food-court di 1.500 metri quadrati che può ospitare oltre 400 persone sedute, è stata ideata per offrire alle famiglie in transito, in un ambiente rilassante, una vasta scelta di piatti internazionali e locali.

Le attività di ristorazione realizzate da HMSHost a Schiphol rappresentano uno dei migliori esempi nel mondo di mix di offerta, studiato per poter rispondere alle esigenze di ogni tipologia di viaggiatore in transito nello scalo, al fine di soddisfare il maggior numero possibile di consumatori. La soddisfazione dei clienti si traduce in una spesa media per passeggeri in partenza tra le più alte d'Europa: 3,4 euro.

Con il successo di Amsterdam viene ufficializzata **HMSHost Europe**, la nuova organizzazione che svilupperà il network aeroportuale in Europa.



Comunicato stampa

Relazioni con i Media

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

Il team è guidato da Elie W. Maalouf ed è composto Daniele Valori - Business Development; da Reoewein Nielten - Director Concept e da Roel Van Meyer - Director, Design and Construction. La gestione delle attività nell'aeroporto di Amsterdam è affidata a Walter Seib, quella dell'aeroporto di Zurigo a Frank Eberli.

“Il Gruppo Autogrill è orgoglioso di aver consolidato una partnership di lungo termine con l'aeroporto che vanta il più alto successo commerciale d'Europa oltre a un importante numero di premi conferiti dalla IATA (International Airport Transport Association), commenta Gianmario Tondato, Amministratore Delegato di Autogrill. L'esperienza di Schiphol costituisce una piattaforma chiave per il canale aeroportuale europeo in cui contiamo di aumentare la presenza nei prossimi anni”.