



Comunicato stampa

Relazioni con i Media

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

Dopo Houston, prosegue anche a Minneapolis la collaborazione con Fox News Channel

Autogrill si aggiudica la gestione di 78 punti vendita nell'aeroporto di Minneapolis Attesi ricavi per circa \$ 680 milioni nel periodo 2005-2012

Milano, 7 luglio 2004 - Autogrill Group Inc. (HMSHost Corp. + Anton Airfood Inc.), controllata nordamericana di Autogrill (Milano: AGL.MI), si è aggiudicata i contratti per il rinnovo e lo sviluppo di 78 punti vendita nel St. Paul International Airport di Minneapolis (Minnesota, U.S.A.). La gara, cui hanno partecipato i principali operatori statunitensi del settore, si colloca all'interno di un significativo piano di ampliamento dell'hub, per il quale le autorità aeroportuali hanno stanziato investimenti per \$ 3,1 miliardi.

L'operazione genererà un fatturato cumulato di circa \$ 680 milioni nel periodo 2005-2012.

Con 33,2 milioni di passeggeri nel 2003 (+1,75% rispetto al 2002), in aumento di circa il 40% rispetto al 1993 (23,4 milioni di passeggeri), lo scorso anno l'aeroporto di Minneapolis è tornato a segnare un incremento dei volumi di traffico, dopo la battuta d'arresto dell'11 settembre. Dal St. Paul International Airport partono ogni anno oltre 250.000 voli di 25 compagnie aeree dirette in 118 destinazioni, di cui oltre 100 raggiungibili senza scali intermedi.

Vincitore nel 2003 del premio I.A.T.A. (International Air Transport Association) per il miglior programma di concessioni, il St. Paul International Airport, ritenuto uno dei più efficienti aeroporti degli Stati Uniti, è appena stato nominato anche miglior scalo delle Americhe e terzo hub al mondo (dopo Francoforte e Denver) per customer satisfaction.

Autogrill Group Inc. si è aggiudicata la gestione dei locali del St. Paul International Airport grazie al valore dei brand e del design proposto, in un'offerta che unisce insegne di notorietà internazionale a un portafoglio marchi a forte caratterizzazione locale e regionale. I 78 punti vendita saranno equamente divisi fra attività di Food & Beverage e attività retail.

Accanto alle insegne di ristoro di Starbucks, Chili's, Sbarro, 360° Burrito e di punti vendita ispirati alla tradizione culinaria del Minnesota – ubicati nel terminal principale di Lindberg e in quello nuovo di Humphrey, attualmente in fase di sviluppo – forte impulso avranno le attività retail.

Marchi internazionali quali Travel Beauty Cosmetics di Estée Lauder, marchi dell'abbigliamento nazionali, quali Johnston and Murphy, e locali, quali Field & Stream, brand storico del Minnesota, sono solo alcune delle insegne che figureranno all'interno del St. Paul International Airport.



Comunicato stampa

Relazioni con i Media

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

Dopo Houston, prosegue intanto la collaborazione fra Autogrill Group Inc. e Fox News Channel. Anche a Minneapolis sarà infatti realizzato il Fox News Channel Newsstand, con le notizie in tempo reale del principale canale d'informazione live degli Stati Uniti, trasmesse tramite connessione Internet a larga banda e sistemi di ricezione satellitare. Oltre alle news, sarà disponibile anche un'edicola dove stampare più di 150 quotidiani locali e internazionali e oltre 1.700 testate periodiche di vari settori.

Uno dei principali distretti industriali degli Stati Uniti, sede di 19 delle 500 più grandi aziende del mondo selezionate nel 2003 da Fortune, Minneapolis è anche stata nominata dall'Università del Wisconsin la città più « colta » del Paese, con il 41% di laureati e il 25% impegnato nei settori dell'istruzione, della sanità e dei servizi sociali. Con un'area metropolitana di quasi 3 milioni di abitanti, di cui circa il 60% di età inferiore ai 34 anni, Minneapolis ospita numerose comunità straniere, molte delle quali di origine europea: secondo una recente ricerca, sono 87 le lingue parlate all'interno del sistema scolastico cittadino.