



Comunicato stampa

Relazioni con i Media

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

Adottati i principi contabili internazionali IAS/IFRS

Autogrill: il CdA approva i dati del 1° trimestre 2005

- A seguito della transizione agli IAS/IFRS, utile netto 2004: 93,3 m € vs 52,7 m €
- Patrimonio netto di apertura 2005, inclusa l'applicazione degli IAS 32 e 39: 341,8 m € vs 309,5 m € secondo i vecchi principi
- Ricavi consolidati: 677 m €, +2,1% (+4,5% a cambi costanti) vs 663 m € del 1° trimestre 2004
- Ricavi in Nord America: 452,9 m\$, +9,6% vs 413,1 m\$ del 1° trimestre 2004
- Mol (Ebitda): 64 m €, +0,4% (+3,3% a cambi costanti) vs 63,7 m € del 1° trimestre 2004
- Utile netto: 6,7 m €, più che raddoppiato vs 3 m € del 1° trimestre 2004
- Indebitamento finanziario netto: nei 12 mesi migliorato di 188,7 m €
- Previsioni: dal consolidamento di Aldeasa previsti effetti positivi sulle principali grandezze economiche

Milano, 12 maggio 2005 - Il Consiglio di Amministrazione di Autogrill S.p.A. (Milano: AGL IM), riunitosi in data odierna, ha esaminato e approvato la relazione trimestrale al 31 marzo 2005. I risultati del primo trimestre 2005 sono riportati al tasso di cambio medio €/€ 1:1.3113. Sulla base della delibera Consob n° 14990 del 14 aprile 2005, il Gruppo ha aderito all'opzione di pubblicare, a partire dal 1° gennaio 2005, le proprie situazioni infra-annuali consolidate in conformità ai principi contabili IAS/IFRS.

Risultati consolidati del 1° trimestre 2005

Ricavi netti

Nel periodo gennaio-marzo Autogrill ha riportato ricavi consolidati per € 677 milioni, in aumento del 2,1% (+4,5% a cambi costanti) rispetto ai € 663 milioni del primo trimestre 2004. Un risultato riportato nonostante la prima parte dell'anno sia strutturalmente poco rappresentativa della tendenza per l'intero esercizio, essendo influenzata da fenomeni di stagionalità e da bassi flussi di traffico. A differenza del precedente esercizio, il 2005 in Europa ha però beneficiato delle festività pasquali, scontando nel contempo un giorno in meno rispetto al bisestile 2004.

Il maggior contributo alla crescita è venuto dal Nord America, a fronte di una contrazione nel mercato italiano. Nel primo trimestre le vendite di Autogrill Group, Inc. (HMSHost Corp. + Anton Airfood Inc.) – che oltre a Stati Uniti e Canada include anche Australia, Malesia, Nuova Zelanda e l'aeroporto di Schiphol ad Amsterdam – sono aumentate in maniera più che proporzionale all'andamento del traffico aereo, controbilanciando l'effetto della svalutazione del dollaro. Nel



periodo hanno registrato un incremento del 9,6%, attestandosi a \$ 452,9 milioni – pari al 51% del fatturato di Gruppo – rispetto ai \$ 413,1 milioni del primo trimestre 2004.

Margine operativo lordo (Ebitda)

Nel trimestre il margine operativo lordo si è attestato a € 64 milioni, in progresso dello 0,4% (+3,3% a cambi costanti) rispetto ai € 63,7 milioni del corrispondente periodo 2004, con un Ebitda margin passato dal 9,6% al 9,4%. L'elevata produttività del lavoro e gli effetti positivi derivanti dalle ristrutturazioni hanno permesso di ridurre l'effetto delle chiusure di alcune locali e l'incremento dei costi.

Utile netto

L'utile netto è più che raddoppiato, passando dai € 3 milioni del primo trimestre 2004 ai € 6,7 milioni del primo trimestre 2005, per effetto di una riduzione degli oneri finanziari netti di € 5 milioni e di un maggior aggravio fiscale per € 1,7 milioni.

Investimenti tecnici

Nel periodo gli investimenti tecnici sono ammontati € 32 milioni, in linea con il primo trimestre 2004 (+4,4% a cambi costanti), prevalentemente concentrati nel canale aeroportuale in Nord America.

Posizione finanziaria netta

Nei dodici mesi, l'indebitamento finanziario netto del Gruppo, anche per effetto del deprezzamento del dollaro, si è ridotto di € 188,7 milioni (€ 155,6 milioni a cambi costanti), attestandosi a € 704,8 milioni rispetto agli € 893,5 milioni del primo trimestre 2004¹.

Rispetto al 31 dicembre 2004, l'indebitamento finanziario netto ha evidenziato un incremento di € 95,5 milioni (€ 71,2 milioni a cambi costanti) dovuto soprattutto al consueto stagionale assorbimento di liquidità e, per € 13,6 milioni, all'impatto conseguente all'applicazione degli IAS 32 e 39.

Al 31 marzo 2005 la struttura del debito di Autogrill, oltre ad un residuo 10% del prestito obbligazionario convertibile, si compone principalmente di due fonti di finanziamento: il private placement da \$ 370 milioni, a tasso fisso con scadenza residua superiore ai 7 anni, emesso nel gennaio 2003 nei confronti di investitori istituzionali statunitensi, e il prestito sindacato da € 650 milioni (dopo il rimborso anticipato di € 150 milioni a dicembre 2004), a tasso variabile con scadenze fino a cinque anni, emesso nel marzo 2004.

Analisi per area geografica

Nord America e area del Pacifico

Lo sviluppo di formule e offerte commerciali in linea con le diverse esigenze di consumo e l'adozione di marchi di notorietà internazionale hanno permesso ad Autogrill Group, Inc. di registrare una crescita delle vendite del 9,7% nel canale aeroporti, chiudendo il periodo a \$ 363,6 milioni rispetto ai \$ 331,6 milioni del primo trimestre 2004. Un incremento che, su base

¹ La posizione finanziaria netta è riportata al tasso di cambio di fine trimestre €/ \$ 1:1.2964, rispetto al tasso di cambio €/ \$ 1:1.2224 del 31 marzo 2004.



Comunicato stampa

Relazioni con i Media

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

comparabile, è più di 2 volte superiore (+11,8%) all'evoluzione del traffico (+5,4%, fonte: A.T.A.). Altresì in aumento, del 9,9%, i ricavi nel canale autostradale, passati dai \$ 71,5 milioni del primo trimestre 2004 ai \$ 78,6 milioni del primo trimestre 2005 grazie anche alla riapertura di alcuni punti vendita sulla New Jersey e la Florida Turnpike.

Nel periodo gennaio-marzo Autogrill Group, Inc. ha riportato un margine operativo lordo di \$ 48,3 milioni, +1,8% rispetto ai \$ 47,5 milioni del primo trimestre 2004. L'incidenza sulle vendite, passata dall'11,5% al 10,7%, ha risentito dell'incremento del costo delle materie prime, trasferito solo in parte sui prezzi di vendita.

Italia

Nel periodo gennaio-marzo, Autogrill in Italia ha registrato ricavi per € 223,8 milioni – pari al 33,1% del fatturato consolidato – in flessione dell'1,7% rispetto ai € 227,6 milioni del primo trimestre 2004. Un risultato determinato essenzialmente dalla riduzione del numero di punti vendita sulla rete autostradale, a seguito delle procedure di rinnovo del portafoglio contratti. A parità di perimetro, le vendite del canale autostrade hanno invece mostrato una crescita del 3,9% rispetto al primo trimestre 2004, nonostante la riduzione dei volumi di traffico dovuta anche a condizioni climatiche avverse. In aumento anche i ricavi del canale aeroporti (+1,4%).

La società è riuscita a contrastare efficacemente l'impatto dell'aumento dei canoni di concessione, chiudendo il periodo con un margine operativo lordo di € 27,4 milioni, in progresso dello 0,8% rispetto ai € 27,2 milioni del primo trimestre 2004 e con una migliore incidenza sulle vendite, passata dall'11,9% al 12,2% del primo trimestre 2005.

Resto d'Europa

Nel resto d'Europa si è evidenziato un recupero dei volumi di vendita, che al termine del primo trimestre si sono attestati a € 107,8 milioni – pari al 15,9% del fatturato consolidato – con un incremento del 2,6% (+2,2% a cambi costanti) rispetto ai € 105,1 milioni del corrispondente periodo 2004.

Un risultato cui hanno contribuito la Francia, cresciuta soprattutto nelle autostrade (+8,2%) e nell'aeroporto di Marsiglia (vendite per € 1,5 milioni), e la Spagna, in miglioramento nelle autostrade (+7,6%) e soprattutto nelle stazioni dell'alta velocità (+18,2%), a fronte di una contrazione dell'8,8% (9,9% a cambi costanti) dei ricavi nel mercato svizzero, che ancora sconta gli effetti del processo di razionalizzazione avviato nel 2003, e negli altri Paesi europei.

Le attività nel resto d'Europa hanno evidenziato un progresso in termini di redditività, grazie a un'azione di contenimento dei costi operativi e a una più elevata produttività del lavoro. Nel primo trimestre il mol è stato pari a € 4,2 milioni, in aumento del 33,4% (+32,4% a cambi costanti) rispetto ai € 3,1 milioni del primo trimestre 2004, con un'incidenza sulle vendite passata dal 3% al 3,9%.



Comunicato stampa

Relazioni con i Media

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

Eventi successivi alla chiusura del primo trimestre 2005

Successivamente alla chiusura del trimestre, si è conclusa l'Offerta Pubblica di Acquisto di Aldeasa S.A., promossa da Autogrill in accordo con Altadis S.A. tramite Retail Airport Finance S.L.. L'importo complessivo dell'operazione, comprensivo di corrispettivi e oneri, è stato pari a € 743,4 milioni.

Per quanto riguarda la quota di Autogrill, l'acquisizione è stata completamente finanziata mediante indebitamento. Per il Gruppo, l'incremento dell'indebitamento finanziario netto è quantificabile in € 350 milioni. Autogrill ha raccolto i mezzi finanziari richiesti dall'operazione ricorrendo in parte a linee di credito a breve e medio termine precedentemente inutilizzate e ad una linea di credito da € 500 milioni.

Evoluzione prevedibile della gestione

L'andamento gestionale successivo alla chiusura del trimestre conferma sostanzialmente il trend evidenziato nei primi mesi dell'anno, con indici positivi in Nord America e nel canale aeroportuale, a fronte di un'Europa che ancora sconta gli effetti di alcune dismissioni. Quanto alla redditività, le problematiche afferenti la struttura dei costi in particolare in Nord America, sono continuate oltre il primo trimestre, ma il Gruppo si aspetta di ridurre l'impatto nel corso dell'esercizio.

Dal consolidamento di Aldeasa sono prevedibili effetti positivi sulle principali grandezze economiche del Gruppo.

Nota sugli impatti dell'adozione degli IAS/IFRS

La relazione trimestrale al 31 marzo 2005 è stata redatta sulla base dei criteri previsti nell'allegato 3D del Regolamento emittenti mentre la prima rendicontazione infra-annuale con applicazione dello IAS 34 verrà adottata nella relazione semestrale 2005.

Pertanto il Consiglio di Amministrazione ha approvato la specifica sezione dedicata alla transizione agli IAS/IFRS con la riconciliazione, rispetto ai dati espressi con i vecchi principi, del patrimonio netto alla data di inizio e fine esercizio 2004 e del risultato d'esercizio al 31 dicembre 2004.

L'adozione degli IAS/IFRS ha comportato i seguenti impatti sul bilancio 2004:

- un aumento del **patrimonio netto** al 1° gennaio 2004 (prima adozione degli IAS/IFRS) di € 2,3 milioni (da € 261,4 milioni a € 263,7 milioni) per effetto dell'attualizzazione dei fondi rischi ed oneri prevista dallo IAS 37;
- un aumento del **risultato d'esercizio** 2004 di € 40,6 milioni (da € 52,7 milioni a € 93,3 milioni), grazie soprattutto all'eliminazione dell'ammortamento sul goodwill e sulle differenze di consolidamento prevista dallo IAS 38 (+€ 60 milioni), sostituito da impairment test previsti dallo IAS 36 (-€ 9,9 milioni);
- un aumento del **patrimonio netto** al 31 dicembre 2004 di € 40,9 milioni (da € 309,5 milioni a € 350,4 milioni) conseguente agli effetti sopra citati.



Comunicato stampa

Relazioni con i Media

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

Sul primo trimestre 2004 gli impatti hanno comportato:

- un aumento del **margine operativo lordo** di € 0,5 milioni (da € 63,2 milioni a € 63,7 milioni) per effetto della riclassifica a oneri finanziari di una quota dell'accantonamento del TFR;
- un aumento dell' **utile netto** di € 18,7 milioni (da -15,7 milioni a € 3 milioni), che riflette l'eliminazione dell'ammortamento sul goodwill e sulle differenze di consolidamento prevista dallo IAS 38.

Il Consiglio di Amministrazione ha inoltre approvato gli impatti derivanti dall'applicazione, a partire dal 1° gennaio 2005, degli IAS 32 e 39. L'applicazione di questi principi ha comportato:

una diminuzione del **patrimonio netto** di € 8,6 milioni (a € 341,8 milioni) dovuto

- alla diminuzione di € 10,1 milioni per la valutazione a fair value di strumenti derivati di copertura del rischio di tasso di interesse, al netto del relativo effetto fiscale;
- all'incremento di € 1,5 milioni per l'iscrizione al costo ammortizzato del prestito obbligazionario convertibile.

Un incremento dell' **indebitamento finanziario** , che recepisce l'effetto di cui sopra per € 13,6 milioni.

Come consentito dalla delibera Consob sopra citata, il prospetto di riconciliazione e le relative note sono state sottoposte a revisione da parte di Deloitte & Touche S.p.A. La relativa relazione sarà posta a breve a disposizione del pubblico.