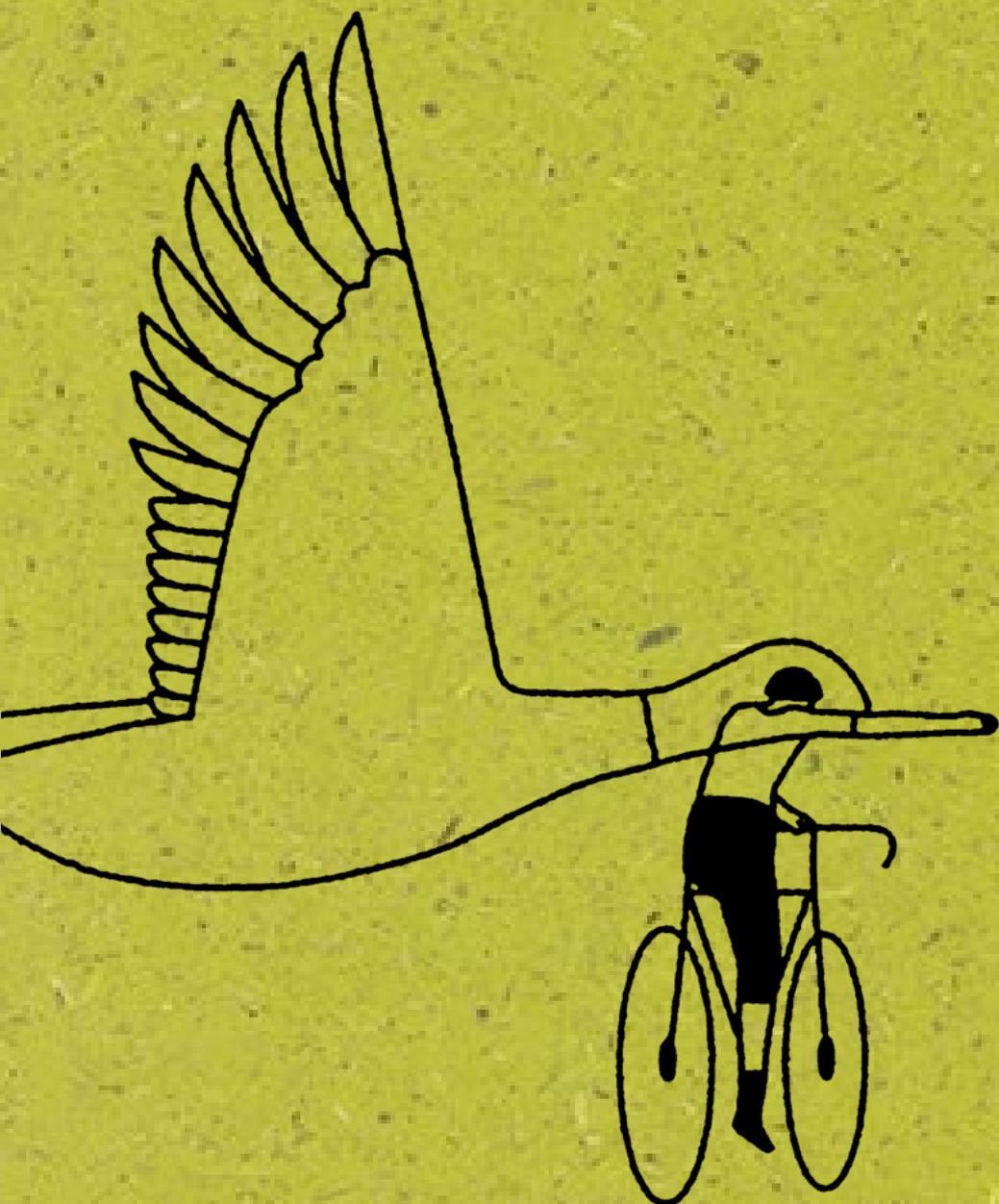


GRUPPO AUTOGRILL FACTS AND FIGURES 2021



GRUPPO AUTOGRILL
FACTS AND FIGURES 2021



INDICE

5
AUTOGRILL IN BREVE

19
FATTI 2021

31
RISULTATI 2021

AUTOGRILL
IN BREVE

LEADER DEL SETTORE DEI SERVIZI DI RISTORAZIONE PER CHI VIAGGIA

CHI, COSA, DOVE

Il Gruppo Autogrill è il leader globale del settore dei servizi di ristorazione per chi viaggia. Grazie ad Autogrill ogni viaggio si trasforma in un'esperienza. Questo perché crediamo che un viaggio non sia solamente lo spostamento da un luogo ad un altro: è godersi il tragitto.

Ufficialmente fondato nel 1977, il Gruppo Autogrill si è trasformato da operatore italiano delle stazioni di ristoro autostradali a leader globale del settore dei servizi di ristorazione per chi viaggia. Attualmente presente in 30 paesi e quattro continenti, con un portafoglio in espansione di oltre 300 marchi di proprietà e in licenza e 3.300 punti vendita, Autogrill conta oltre 34.000 collaboratori.

Offrendo servizi a milioni di viaggiatori ogni anno, il Gruppo è presente in 829 location in diversi canali di viaggio, in luoghi di interesse culturale e in centri commerciali in Nord America, Asia, Europa e Oceania, dove gestisce bar, caffetterie e ristoranti, oltre a punti vendita retail, in aeroporti, stazioni ferroviarie, aree di servizio autostradali, poli fieristici, attrazioni culturali e centri urbani.

Fin dalla quotazione alla Borsa di Milano avvenuta nel 1997, il nostro approccio dinamico e la leadership internazionale consolidata ci permettono di soddisfare i bisogni sempre mutevoli del settore dei viaggi a ogni livello, diversificando e ampliando costantemente le nostre risorse per creare un'attività più solida e sostenibile per il futuro.

Nasce un nuovo luogo di consumo:
nel 1947 nasce l'autogrill

1947



1977

Dalla fusione delle attività di ristorazione autostradale di Motta, Alemagna e Pavese nasce Autogrill S.p.A.



Prime acquisizioni sul mercato estero

1993



1997

Quotazione in borsa



Acquisizione di Host Marriott
Services, società leader in America
nel settore della ristorazione
e del retail per i viaggiatori

1999



Primo Bilancio di Sostenibilità

2005



Espansione del business travel retail
& duty free con l'acquisizione
di Alpha Group

2007



Acquisizione di World Duty Free,
operatore leader in UK

2008



Scissione delle attività Travel Retail
& Duty Free di Autogrill S.p.A.
a favore di World Duty Free S.p.A.

2013



VALUE, MISSION, VISION

LA NOSTRA VISIONE

Essere riconosciuti come la miglior azienda al mondo nei servizi di ristorazione per chi viaggia per affidabilità e per la centralità del cliente.

LA NOSTRA MISSIONE

Vogliamo che le persone in viaggio arrivino alla loro destinazione più felici e soddisfatte grazie ai nostri servizi.

Diamo qualità al loro tempo e rendiamo più confortevole il viaggio aggiungendo valore all'esperienza, sia che si tratti di mangiare, bere o fare acquisti.

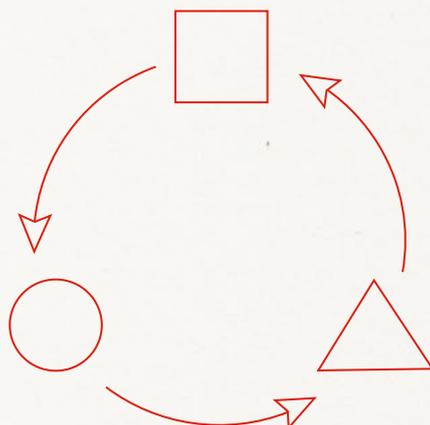
I NOSTRI VALORI

Ciascuno di noi, in ogni parte del mondo, ha lo stesso obiettivo: stare bene e far star bene i viaggiatori. Passione, apertura, rapidità, affidabilità e semplicità sono i valori che ci guidano nel nostro lavoro.



PUNTI DI FORZA E STRATEGIE PER IL SUCCESSO

Siamo dinamici e in grado di adattarci



ANTICIPIAMO IL FUTURO GRAZIE AL NOSTRO PASSATO

Abbiamo una conoscenza approfondita del settore in cui operiamo, grazie a una leadership consolidata a livello internazionale e un know-how unico, maturato in oltre 40 anni di attività.

Il dinamismo e l'innovazione sono le nostre risposte alla trasformazione continua del mercato. Negli anni abbiamo sviluppato la capacità di leggere l'evoluzione dei trend a livello globale, intercettando le aspettative e le esigenze di viaggiatori e landlord.

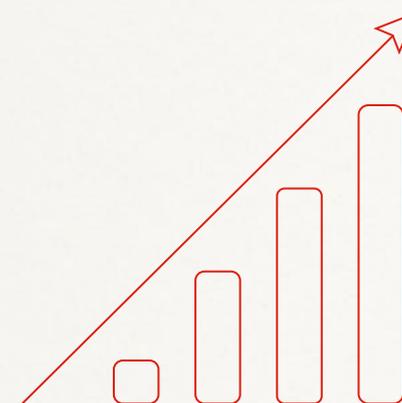
OGNI ESPERIENZA PER NOI E' UNICA

Per noi la qualità si traduce sia nella cura dei dettagli tanto nell'offerta food & beverage quanto nel design e nei servizi dei nostri locali. Ogni dettaglio, dagli ingredienti delle ricette al colore dei materiali per gli arredi, è pensato per offrire un'esperienza completa.

COSTRUIAMO PARTNERSHIP DI SUCCESSO

Nel nostro percorso di crescita abbiamo creato una rete di collaborazioni solide, profittevoli e durature, mettendo a disposizione dei nostri partner il nostro punto privilegiato di osservazione, nonché la nostra affidabilità, competenza e qualità attraverso uno scambio di conoscenza.

Siamo sostenibili e creiamo valore



Lavoriamo insieme ai landlord per offrire una ampia selezione di marchi e concept che permetta ai nostri punti vendita di offrire un'esperienza unica. Grazie al livello di servizio e agli standard operativi che sono il nostro segno distintivo, assicuriamo una qualità che dura nel tempo. Siamo partner solidi e affidabili per i marchi che trovano in noi un punto di accesso privilegiato per comprendere e anticipare i trend di mercato, e con i quali collaboriamo per sviluppare la nostra offerta.

CON NOI, OGGI, GUARDANDO INSIEME AL FUTURO

Puntiamo a essere una fonte di innovazione per l'intero settore, progettando e sviluppando nuovi concept, prodotti e servizi insieme ai nostri partner commerciali, in un processo di sperimentazione continua che crea valore a partire dalle competenze, dalle risorse e dalle best practice di ogni partner.

RIMANIAMO VICINI AL TERRITORIO

Siamo al servizio di un mondo multiculturale. Il nostro approccio ha un'anima glocal: decliniamo la nostra offerta internazionale, valorizzando la tradizione e la cultura dei territori in cui operiamo. Il nostro obiettivo è trasmettere ai viaggiatori autenticità e senso di appartenenza, così da rendere le nostre location dei luoghi in cui sperimentare le specialità gastronomiche delle regioni che le ospitano.

SERVIZI DI RISTORAZIONE SU MISURA PER CHI VIAGGIA

Circa

40

Marchi globali in franchising



Circa

150

Marchi di proprietà del Gruppo



Circa

100

Marchi nazionali e locali in franchising



Ricca varietà



Marchi proprietari e in licenza sviluppati su misura



PORTAFOGLIO MARCHI

Con marchi locali, nazionali e internazionali, il portafoglio del Gruppo rappresenta l'elemento distintivo della strategia di marketing di Autogrill e del suo modello di business.

Concepito per soddisfare i bisogni dei consumatori e dei landlord di tutto il mondo, questo mix di marchi unico coniuga qualità e innovazione con la sostenibilità all'interno di un portafoglio di oltre 300 marchi, di cui 150 di proprietà, 140 in franchising e una crescente selezione di formati sviluppati su misura (marchi e concept).

Uno degli aspetti chiave della strategia di marketing del Gruppo è la capacità di creare concept di successo, sviluppati in diversi paesi e progettati "su misura" per determinati canali di viaggio e location. Grazie alla stretta relazione con marchi partner locali e internazionali, siamo in grado di offrire ai viaggiatori l'accesso a un portafoglio marchi variegato che dialoga con le realtà locali e al contempo soddisfa anche l'esigenza di familiarità con marchi rinomati a livello globale.

UNA PRESENZA GLOBALE



LA DEFINIZIONE DI UN BUSINESS ON THE MOVE

Leader globale nel settore dei servizi di ristorazione per chi viaggia in termini di ricavi, il Gruppo Autogrill è presente in 30 paesi a livello internazionale, opera attraverso un mix strategico di canali e marchi ed è leader di mercato in Nord America e in Italia, vantando una presenza significativa e crescente in Europa e Asia.

Grazie al dinamismo delle componenti del nostro modello di business, la nostra presenza in paesi culturalmente diversi e in differenti canali ci permette di identificare nuove opportunità di business e capitalizzarle, implementando best practice commerciali attraverso collaborazioni locali e internazionali e reagendo con rapidità ed efficienza ai cambiamenti nel più ampio contesto di mercato in modo da essere sempre un passo avanti.

Organizzati tra le Business Unit Nord America (50% dei ricavi del Gruppo), Europa (43% dei ricavi del Gruppo) e International (7% dei ricavi del Gruppo), i principali flussi di ricavi del Gruppo Autogrill sono generati in diversi canali di viaggio chiave. Con 139 location attive in tutto il mondo, gli aeroporti rappresentano la nostra primaria fonte di ricavi. Seguono le autostrade come nostro secondo canale per dimensione dei ricavi grazie a 442 stazioni di servizio in tutta Europa. Gli altri canali, che includono stazioni ferroviarie, aree urbane, centri commerciali, centri espositivi e siti di interesse culturale, chiudono il cerchio con un totale di 248 location.

AUTOGRILL EUROPA

Come Autogrill Europa, con un fatturato di €1.103 milioni, il Gruppo gestisce attività in Europa continentale e nell'area del Mediterraneo ed è presente con 442 location nel canale autostradale, 16 location nel canale aeroportuale e 205 location in altri canali (stazioni ferroviarie, città, centri commerciali e poli fieristici).



HMSHOST CORPORATION - FILIALE NORD AMERICANA DI AUTOGRILL

A seguito dell'acquisizione avvenuta nel 1999 di Host Marriott Services, il principale operatore americano del settore della ristorazione retail per chi viaggia, il Gruppo Autogrill ha avviato una capillare espansione internazionale e una diversificazione strategica multi-marchi e multi-canale del proprio core business per integrare tutte le infrastrutture dedicate al viaggio, e in particolare il mercato aeroportuale.

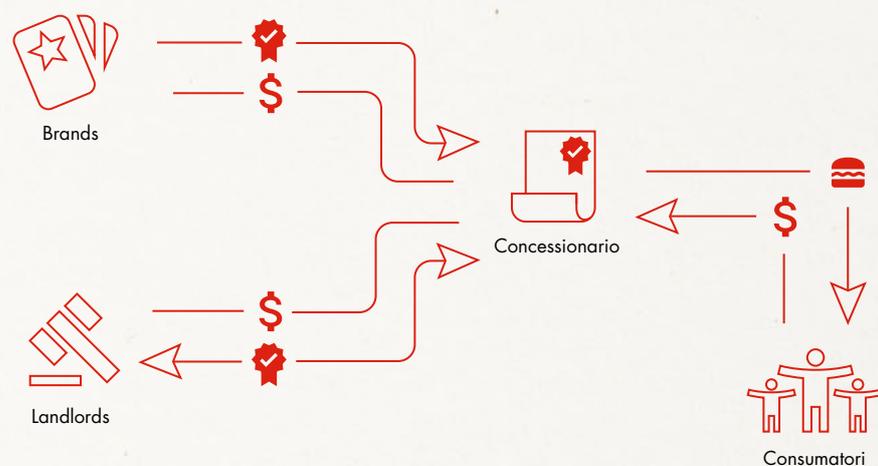
Conosciuti per il nostro approccio innovativo ai servizi, location e modelli commerciali, attraverso HMSHost siamo presenti in 80 aeroporti, gestendo un ampio portafoglio dei migliori marchi riconosciuti a livello mondiale, tra i quali Starbucks Coffee, Burger King, Pizza Hut e Shake Shack. Con un fatturato di €1.303 milioni e forte della sua grande presenza in Nord America e della sua esperienza più che centenaria, HMSHost è in grado di offrire ai viaggiatori un mix esclusivo di marchi locali, regionali e internazionali per un'esperienza di viaggio veramente straordinaria.

HMSHOST INTERNATIONAL - PORTARE AUTOGRILL SULLA SCENA MONDIALE

Grazie a HMSHost International, il Gruppo Autogrill è presente in Asia, Medio Oriente, Nord Europa e in Oceania, gestendo le attività in 43 aeroporti e in 42 location su altri canali, come stazioni ferroviarie, aree urbane, centri commerciali, poli fieristici e siti culturali. HMSHost International registra ricavi per circa €191 milioni e gioca un ruolo di rilievo per lo sviluppo del business a livello internazionale.

UN ECOSISTEMA DEL VALORE UNICO

L'ECOSISTEMA DEL VALORE DI AUTOGRILL

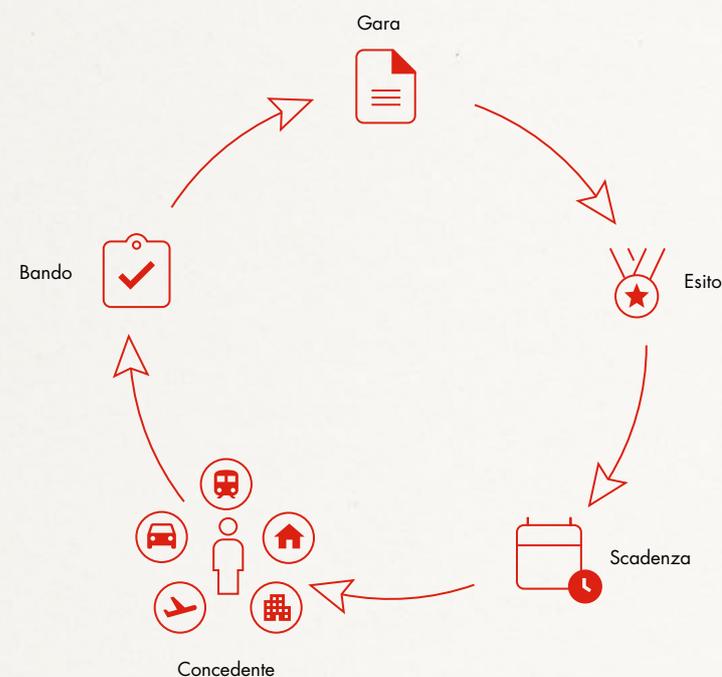


Il Gruppo Autogrill gestisce le proprie attività multi-canale principalmente attraverso contratti di concessione siglati con proprietari o gestori aeroportuali, autostradali e ferroviari, oltre che con centri culturali e luoghi ad alto transito. Dinamici, flessibili e capaci di adattarsi perfettamente al panorama in costante evoluzione del settore dei viaggi, questo modello di business basato principalmente sulle concessioni ci ha permesso di costruire un ampio portafoglio di contratti globale e diversificato, supportato da collaborazioni di successo con i landlord.

COME FUNZIONA IL SISTEMA DEI CONTRATTI DI CONCESSIONE

Assegnati generalmente attraverso meccanismi d'asta competitiva, i contratti di concessione incoraggiano la creazione di rapporti commerciali stabili e duraturi, basati su trasparenza, integrità, imparzialità e correttezza. Valutati sulla base della qualità, del design e del layout del progetto proposto e della sua fattibilità in termini finanziari e considerando altresì il portafoglio dei marchi, il know-how, il track record e le responsabilità in essere dell'offerente, i contratti di concessione offrono un'opportunità di sviluppo unica.

IL MECCANISMO D'ASTA



GESTIONE DEI CONTRATTI DI CONCESSIONE

Una corretta gestione delle concessioni permette agli operatori di pianificare la propria attività su un orizzonte temporale di medio/lungo termine. La durata di ogni contratto varia a seconda del livello di investimento richiesto, del tipo di offerta in questione e dalla durata del contratto, mentre l'investimento necessario dipende dallo specifico canale di viaggio.

FATTI 2021

RAFFORZAMENTO PATRIMONIALE E FINANZIARIO

TROVARE UN NUOVO EQUILIBRIO

A seguito del lockdown del 2020 causato dalla pandemia da Covid-19, e delle conseguenti restrizioni agli spostamenti, abbiamo accolto il 2021 come un'opportunità unica per trovare un nuovo equilibrio nel nostro percorso di crescita, ottimizzando le nostre performance e definendo un piano di sviluppo più sostenibile, ponendo inoltre le basi per nuove e stimolanti iniziative.

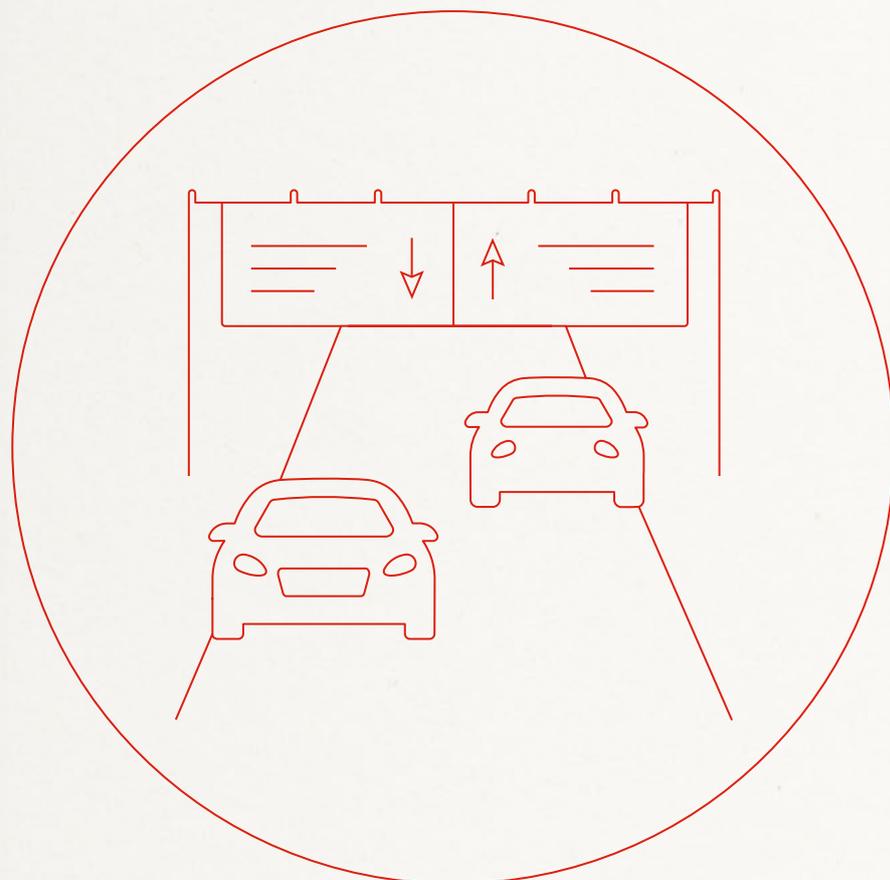
CAPITALIZZARE IL CAMBIAMENTO IN UN'OTTICA DI CRESCITA FUTURA

Riconosciuto dal mercato per essere un decision maker dinamico con una spiccata propensione per trarre il massimo vantaggio da ogni sfida, il Gruppo ha saputo sfruttare appieno la ripresa per bilanciare e consolidare la propria posizione finanziaria. Concentrandoci principalmente sul rafforzamento della struttura patrimoniale e finanziaria in vista degli obiettivi di breve e lungo termine e sull'aumento della flessibilità al fine di investire in opportunità di crescita future, abbiamo lavorato lungo due direttrici principali: incrementare il patrimonio e rifinanziare il debito societario.

A seguito dell'aumento di capitale di €600 milioni completato con successo nel primo semestre del 2021, che ci ha consentito di rafforzare la nostra posizione di leadership internazionale, abbiamo anche siglato un accordo quinquennale per un finanziamento in linea capitale di €1 miliardo, volto a rifinanziare il debito societario e fornire la liquidità necessaria per sfruttare appieno il potenziale di crescita sul mercato attuale, continuando a guidare il cambiamento del settore dei viaggi negli anni a venire.



VALORIZZAZIONE DEL POTENZIALE



A seguito della cessione del business autostradale canadese avvenuta due anni fa, a luglio 2021 Autogrill ha completato con successo la valorizzazione del business autostradale in Nord America attraverso la cessione delle attività autostradali statunitensi a un consorzio guidato da Blackstone Infrastructure Partners per \$375 milioni.

L'operazione è in linea sia con la strategia che con le ambizioni di medio termine dell'azienda.

TRASFORMARE L'IMPATTO IN CAMBIAMENTO

Il primo passo è ridurre il nostro impatto sul mondo attraverso il cambiamento sostenibile

MOLTO PIÙ DI UN MEGATREND, I CRITERI ESG SONO SEMPLICEMENTE LA COSA GIUSTA DA FARE

In Autogrill crediamo che le aziende abbiano la responsabilità di guidare la transizione verso un business sostenibile ed equo attraverso azioni concrete. Condividiamo apertamente le nostre linee guida e gli obiettivi strategici, rivedendo continuamente il nostro approccio e i nostri target perché, in qualità di leader globale della ristorazione in viaggio, Autogrill è consapevole che la sostenibilità è un percorso, non il punto di arrivo.

MAKE IT HAPPEN – IL NUOVO APPROCCIO DEL GRUPPO ALLA SOSTENIBILITÀ

Nel 2021 abbiamo rinnovato il nostro impegno in ambito ESG sviluppando un quadro strategico dedicato: Make it Happen.

Nel mettere a punto la strategia ESG del Gruppo, abbiamo definito i pilastri del nostro percorso di sostenibilità, identificando nove temi prioritari per i quali saranno sviluppati progetti, definiti KPI e target specifici. Ci siamo inoltre impegnati fissando 3 target principali, uno per ogni pilastro della strategia ESG: **We nurture People**, **We offer sustainable Food Experiences** e **We care for the Planet**.

Nell'attuare un cambiamento sostenibile con l'obiettivo di generare un beneficio sia per l'ambiente che per l'azienda, i nostri partner e i clienti e nel raggiungere gli obiettivi dell'Agenda per lo Sviluppo Sostenibile 2030 delle Nazioni Unite, Autogrill riconosce che un approccio rinnovato alla sostenibilità è fondamentale per rafforzare il proprio modello di business. Il trend ESG rappresenta uno dei fattori più rilevanti nello sviluppo dei mercati globali, generando oltre €25 trillioni di investimenti sostenibili globali. Ecco quindi che per il bene del pianeta, delle persone e del nostro futuro, crediamo sia ora di parlare meno e agire di più.

**We nurture
People**



Temi rilevanti:

1. *Engagement* dei dipendenti, sviluppo e fidelizzazione dei talenti
2. Diversità, pari opportunità e inclusione
3. *Customer experience*

Il nostro impegno

40-50% di rappresentanza femminile nei ruoli di leadership entro la fine del 2030*

**We offer sustainable
Food Experiences**



Temi rilevanti:

4. Qualità e sicurezza degli alimenti
5. Scelta del prodotto, valori nutrizionali e trasparenza
6. Approvvigionamento responsabile

Il nostro impegno

Raggiungere il 98% di caffè sostenibile acquistato per i marchi di proprietà del Gruppo entro il 2025

**We care for
the Planet**



Temi rilevanti:

7. Gestione dei rifiuti e del *packaging*
8. Energia, emissioni e cambiamento climatico
9. Sprechi alimentari

Il nostro impegno

Riduzione del 20-30% delle emissioni di gas serra derivanti dai consumi di elettricità nel canale autostradale entro la fine del 2030

* Definizione dei ruoli di leadership attualmente in fase di revisione.

LE NOSTRE PERSONE



UN'AZIENDA DI PERSONE PER LE PERSONE

Autogrill si impegna per servire sia i dipendenti del Gruppo che i viaggiatori che utilizzano i suoi servizi, assicurandosi che siano trattati con cura e rispetto.

Attraverso il lancio nel nuovo programma di mentorship e formazione e lo sviluppo della DE&I Policy (Diversity, Equity & Inclusion Policy), nel 2021 Autogrill si è concentrata sui suoi dipendenti e sulla loro crescita personale e professionale. Fornendo una media di 39,7 ore di formazione per ogni membro del personale e incrementando la sensibilizzazione sul bisogno di promuovere la diversità, le pari opportunità e l'inclusione, il Gruppo si impegna per aumentare la rappresentanza femminile nei ruoli di leadership. Alla fine dell'anno il 61% dei nostri 34.639 dipendenti erano donne. Oltre a queste attività, il Gruppo ha anche donato €1,8 milioni a supporto delle comunità locali.

A riconoscimento della qualità e del valore creato dalle persone che hanno sostenuto il nostro portafoglio di marchi a fronte delle sfide dettate da un altro anno di pandemia, 10 team e singoli dipendenti del Gruppo Autogrill hanno ricevuto il premio Star all'edizione 2021 dei prestigiosi FAB Awards. Dedicati all'innovazione, al lavoro di squadra e all'eccellenza nei servizi di ristorazione aeroportuale, questi premi testimoniano sia gli straordinari risultati del personale del Gruppo sia la sua capacità di guidare, ispirare e trasformare (Lead, Inspire, Transform) attraverso le persone.

MOLTO PIÙ CHE UN PRANZO VELOCE

Autogrill è consapevole che l'innovazione dei prodotti e dei servizi è il suo biglietto per il futuro e, come sempre, anche nel 2021 si è concentrata nel rendere le pratiche sostenibili ancora più interessanti e convenienti.

Autogrill è costantemente impegnata a offrire ai suoi clienti prodotti e servizi più sani e più sostenibili per un pubblico attento all'ambiente, alla salute e alla velocità del servizio.

Aggiungendo una selezione innovativa di opzioni vegetariane e salutari ai nostri menu, negli ultimi anni il team di sviluppo dei marchi proprietari e i partner in franchising hanno lanciato nuove proposte all'interno della famiglia di Autogrill, con l'obiettivo di innovare l'alimentazione in viaggio, a partire dall'attenzione per l'ambiente e le persone.

Primo fra tutti Vit., che ha rafforzato il portafoglio di marchi con tutta la bontà vitaminica dei succhi di frutta spremuti a freddo senza zuccheri aggiunti e opzioni gastronomiche salutari preparate davanti ai clienti, affinché possano sapere esattamente cosa c'è all'interno di ciò che mangiano. Anche Le CroBag Veggies ha portato lo "stile francese" di questo marchio proprietario a un livello superiore grazie a un menù interamente vegetariano e all'accento sulla sostenibilità di ingredienti e packaging. Leon ha infine rivoluzionato il concetto del fast food, offrendo ai viaggiatori sia un servizio rapido sia ingredienti naturali di qualità elevata, permettendo loro di comprare al volo un pasto bilanciato e sano durante i loro spostamenti.

PIÙ RAPIDO, PIÙ SMART, PIÙ SICURO: LO STILE AUTOGRILL

Autogrill si impegna per offrire alle persone che viaggiano soluzioni semplici e veloci per i propri servizi. Dalle soluzioni innovative per l'ordinazione ai servizi grab-and-go ai sistemi di ristorazione robotizzati e gestiti in cloud, senza dimenticare il Digital Airport Concierge: nel corso del 2021 abbiamo continuato a sviluppare modi nuovi per connettere i nostri clienti al futuro, con servizi di viaggio impeccabili e più rapidi.

Grazie all'introduzione di Satispay – un sistema di pagamento cashless e touchless via smartphone – all'interno nel programma digitale Click&Good, disponibile in 180 punti vendita in tutta Italia e integrato nel servizio di ordini online dell'App MyAutogrill, nonché il nuovo sistema basato sul QR code per il progetto pilota di Uber Eats nell'Aeroporto di Toronto e l'opzione www.yourorderplease.com presso l'Aeroporto di Schipol, Autogrill è riuscita a semplificare e velocizzare le ordinazioni e i pagamenti in qualunque parte del mondo.

Ma non è tutto. Determinati a garantire la sicurezza del personale e dei clienti, nel 2021 abbiamo sviluppato ulteriormente la tradizionale praticità dei nostri servizi con tecnologie "hands-off", accelerando l'implementazione di 60 sistemi self-checkout scan-and-go Mashgin e dei nuovi chioschi automatici self-select&check SandStar sanificati con la luce blu negli aeroporti ad altro traffico negli Stati Uniti. Offrendo un approccio innovativo alle soluzioni smart per un vending gestito dal cliente stesso, queste intuitive tecnologie touchless rendono l'esperienza di acquisto e il pagamento fino a un 400% più veloci, permettendo ai viaggiatori di evitare code, mangiare un boccone e arrivare al gate in tempi veloci.

VIT.

LEON.

LE CROBAG
Veggies

RISULTATI 2021

RICAVI

€ 2.6 mld

Chiudendo il 2021 con ricavi per €2,6 miliardi, il Gruppo Autogrill ha raggiunto con successo la parte alta del range della guidance fornita al mercato.

Grazie alla risposta proattiva alle diverse sfide poste dalle restrizioni ai viaggi durante il primo anno della pandemia da Coronavirus, nel 2021 il Gruppo ha dato prova della resilienza del proprio modello di business. Concentrandoci sul miglioramento dell'efficienza e sul rafforzamento della struttura patrimoniale, siamo cresciuti rispetto al 2020 con un'incoraggiante performance like-for-like pari a +39,0%. Trainati da una significativa crescita like-for-like in Nord America e in Italia (pari rispettivamente a +66,9% e +33,1% rispetto al 2020), nel corso dell'esercizio abbiamo gradualmente riaperto i nostri punti vendita, raggiungendo il 74% di punti vendita totali aperti alla fine del 2021.

FREE CASH FLOW*

€117m

Superando ampiamente le previsioni il Gruppo Autogrill ha chiuso l'esercizio 2021 con un Free Cash Flow di €117,0 milioni, rispetto a -€500,9 milioni a fine 2020.

L'eccellente generazione di cassa riportata nel corso dell'anno è il risultato del continuo focus verso l'efficientamento dei costi e il mantenimento della liquidità a tutti i livelli dell'Azienda, in un anno ancora impattato dalla pandemia da Covid-19.

* Free Cash Flow escludendo l'impatto delle operazioni non ricorrenti in Nord America.

NUOVI CONTRATTI VINTI E RINNOVI

€4.3 mld

CONTINUO RAFFORZAMENTO DEL PORTAFOGLIO NONOSTANTE LA PANDEMIA

Autogrill ha chiuso il 2021 con nuovi contratti vinti e rinnovi per €4,3 miliardi.

FOCUS SULLE LOCATION STRATEGICHE

In linea con il piano di crescita a lungo termine del Gruppo, ci siamo impegnati per siglare rinnovi strategici in aree con grande potenziale di sviluppo, puntando a ottimizzare la performance in canali chiave grazie a un modello di business più selettivo, più sostenibile e più redditizio.

Con contratti della durata media di circa 3 anni, il totale di €4,3 miliardi si compone per circa €3,7 miliardi di rinnovi di contratti, incluso la proroga di due anni sulla rete autostradale italiana, e per circa €0,5 miliardi di nuovi contratti vinti, con interessanti opportunità commerciali a Bali, in Qatar e nel Regno Unito.

AUTOGRILL S.P.A.

DIREZIONE

Centro Direzionale Milanofiori
Palazzo Z, Strada 5
20089 Rozzano (MI) - Italia
T. +39 02 48261

CONTACTS

Group Corporate Communication
dir.com@autogrill.net

Group Investor Relations
ir@autogrill.net

www.autogrill.com

What goes around, comes around

In Autogrill crediamo che il nostro impegno per la sostenibilità significhi agire a 360°. Anche attraverso cose semplici come la produzione del nostro Annual Report.

Abbiamo scelto di stampare su carte riciclate e certificate FSC® fatte di fibre vegetali compostabili e a basso consumo di risorse. Inoltre abbiamo scelto di utilizzare meno colori possibili, evitando i toni più tossici e abbiamo creato una grafica outline contemporanea per ridurre al minimo la quantità di inchiostro necessario.

Perché tutti dobbiamo fare di più, usando meno. E dobbiamo farlo in fretta.

Progetto grafico
Leftloft

Stampa
Grafiche Antiga (TV)

Stampato su carta Cordenons Recyclo
Copertina su Gmund Bio Cycle Chlorophyll

Stampato nel mese di maggio 2022



