

AUTOGRILL S.P.A.

RISPOSTE ALLE DOMANDE DEL SOCIO BIAGIO PICCOLO PER L'ASSEMBLEA ORDINARIA DEL 23 APRILE 2021 RICEVUTE VIA PEC IN DATA 14 APRILE 2021.

(N. B. Le parti in corsivo riproducono *verbatim* il testo trasmesso dal socio D&C Governance Technologies S.r.l.)

*Ai sensi dell'articolo 127-ter del Decreto Legislativo n. 58 del 24 febbraio 1998, il sottoscritto Biagio Piccolo (Cf. **PCCBGI59T11H919R**), in qualità di azionista – come da comunicazione dell' intermediario Banca Generali Private - e membro dell'associazione "Azionisti Consapevoli" - formula le seguenti domande pertinenti ai punti all'ordine del giorno.*

- 1) *Nel corso del 2020 la Società ha realizzato ricavi da attività d'indirizzo e gestione del Gruppo per €3,4m, rispetto a €14,9m dell'anno precedente. Questo netto decremento dei ricavi è giustificabile esclusivamente a causa della pandemia da Covid-19, oppure vi sono altri elementi che hanno contribuito a questo drastico calo dei ricavi? Quali sono dei trenta Paesi in cui opera il Gruppo quelli dove si sono registrate le perdite economiche maggiori?*

Risposta:

La riduzione dei ricavi di Autogrill S.p.A. rivenienti da attività d'indirizzo e gestione del Gruppo è determinata principalmente dalla riduzione degli addebiti delle "license fee" alle controllate rilevanti, che hanno significativamente ridotto i propri ricavi a causa della pandemia da COVID-19 in corso. Non vi sono ulteriori ragioni che hanno contribuito al calo di tale voce di bilancio. A seguito del diffondersi della pandemia, le società del Gruppo Autogrill, in tutti i Paesi in cui operano, hanno registrato perdite economiche, derivanti dalla significativa riduzione del numero di clienti nei negozi al dettaglio e nelle aree commerciali, o dalle chiusure per periodi di tempo variabili o in taluni casi indefiniti a causa di misure di quarantena e altre direttive governative.

- 2) *In riferimento al costo per il personale, le misure adottate quali il blocco delle assunzioni e anche la riduzione volontaria dello stipendio quali benefici e risparmi in termini economici ha generato? Quale è il numero di dipendenti che ha deciso di ridursi volontariamente il proprio compenso?*

Risposta:

Nel 2020 - in considerazione della situazione di carattere eccezionale connessa all'epidemia di infezioni da Coronavirus COVID-19 e alle sue ricadute sui risultati dell'esercizio, nonché in ossequio ai principi di responsabilità e sostenibilità, che hanno sempre ispirato le scelte della Società e del Gruppo per il perseguimento degli interessi di lungo termine di tutti gli *stakeholders* - è stato implementato un programma di riduzione parziale e temporanea della retribuzione fissa degli *Executive* di Gruppo ("*salary sacrifice Coronavirus COVID-19*"); non si

è inoltre proceduto all'attribuzione di alcun emolumento a titolo di remunerazione variabile di breve termine per gli *Executive*; infine non è stato varato alcun piano di remunerazione variabile di lungo termine, rinviandone l'eventuale elaborazione ed attivazione all'esercizio 2021.

Per maggiori informazioni si veda la Relazione sulla Politica di Remunerazione e sui Compensi Corrisposti redatta e pubblicata ai sensi dell'articolo 123-ter TUF ed in conformità a quanto previsto dall'art. 84-quater e dall'Allegato 3, Schema 7-bis e Schema 7-ter del Regolamento Emittenti, nonché dal Codice di Autodisciplina delle società quotate (versione luglio 2018).

3) *Come mai la Società, nel corso del 2020, non ha svolto, nemmeno in minima parte, attività di Ricerca e Sviluppo? Questa scelta verrà perseguita anche per l'esercizio 2021?*

Risposta:

La Società svolge attività di ricerca e sviluppo sui prodotti e concetti offerti, che tuttavia costituiscono costi ordinari di gestione.

La Società non sostiene costi che abbiano natura di "investimenti di ricerca e sviluppo".

4) *Quali sono le motivazioni che hanno portato il Gruppo a cedere le attività autostradali statunitensi al prezzo di 375 milioni di dollari attraverso la propria controllata HmsHost che ha firmato un accordo con un consorzio controllato e guidato da Blackstone Infrastructure Partners, che include Applegreen Limited e B&J Holdings? Quando si concluderà l'operazione? Quali vantaggi porterà al Gruppo?*

Risposta:

Le parti prevedono di completare l'operazione nell'estate del 2021, dopo aver ricevuto le necessarie approvazioni dalle competenti autorità ed il consenso dai *Landlords* (Concedenti).

La cessione delle attività autostradali statunitensi segue la vendita del *business* autostradale canadese avvenuta due anni fa ed è in linea con gli obiettivi strategici del Gruppo Autogrill comunicati durante il Capital Markets Day del 4 giugno 2019.

Nonostante gli effetti della pandemia da Covid-19 la strategia del Gruppo per il futuro rimane coerente e focalizzata su tre pilastri:

- sfruttare la fase di ripresa, ottimizzando il portafoglio di concessioni del Gruppo, cogliendo le opportunità di questa fase di mercato e implementando nuove iniziative, come quelle legate all'innovazione digitale, all'analisi dati e a una maggiore centralità del cliente;
- rafforzare il modello di business del Gruppo, focalizzandosi sulle *location* che generano cassa, spostandosi verso prodotti e offerte a maggior marginalità e sfruttando appieno i benefici dell'efficienza strutturale dei costi realizzata nel corso del 2020;
- rendere flessibile la struttura finanziaria del Gruppo, per accelerare la crescita e sostenere la creazione di valore di lungo termine.

Il Gruppo Autogrill punta inoltre a consolidare e rafforzare la propria posizione di *leadership* internazionale e a dotarsi di sufficiente flessibilità finanziaria per poter sfruttare le potenziali opportunità offerte dall'attuale contesto di mercato e dai suoi sviluppi nei prossimi anni.

In quest'ottica la cessione delle attività autostradali statunitensi è perfettamente coerente con la strategia del Gruppo per quanto riguarda ottimizzazione del portafoglio, focalizzazione sul *core business*, flessibilità finanziaria e creazione di valore di lungo termine.

5) *In merito al tema del Cyber Risk, Autogrill ha subito attacchi informatici nel corso del 2020? E se sì, di che tipo e quali informazioni sono state sottratte?*

Risposta:

Nel 2020 i dipartimenti ICT del Gruppo Autogrill hanno rilevato e bloccato alcuni tentativi di attacco via e-mail di tipo *phishing* e di tipo *social engineering* che non hanno comportato sottrazioni di dati.

6) *Per comprendere tempestivamente i gusti e le esigenze della clientela, fondamentali per il tipo di attività svolta dal gruppo, quali sono i programmi avviati da Autogrill?*

Risposta:

Il Gruppo Autogrill adotta diverse strategie e strumenti per monitorare l'evoluzione dei bisogni e delle aspettative della clientela in viaggio. A livello centrale, attraverso il dipartimento di *Marketing Intelligence* viene svolto un monitoraggio costante del mercato e dei *trend* di consumo, che ha l'obiettivo di intercettare, analizzare e comprendere sia l'evoluzione dei comportamenti di acquisto dei consumatori che le aspettative dei *Landlords* (Concedenti) e, di conseguenza, supportare con dati ed evidenze scientifiche le decisioni di business e quelle relative allo sviluppo di nuovi *concept* di offerta.

Tale attività di monitoraggio è organizzata in un *framework* strutturato che prevede l'utilizzo di strumenti di analisi sia qualitativa che quantitativa, nonché la collaborazione e il confronto con istituti di ricerca internazionali (*i.e.* Euromonitor International; Nielsen, Ipsos), agenzie specializzate nell'analisi dei *trend* di consumo (*i.e.* Stylus; Foresight Factory) e/o società di consulenza esperte del settore *travel* o *foodservice* (*i.e.* The Moodie report, Technomic).

I risultati del monitoraggio dei *trend* di consumo vengono condivisi regolarmente con le Business Unit del Gruppo attraverso un'attività continua di comunicazione interna, che si avvale di diversi strumenti come il rilascio e la condivisione di *report*, l'invio di *newsletter*, l'organizzazione di *workshop* e *webinar*, nonché di presentazioni *ad hoc*, su particolari *topic* di interesse per il business. In questo modo viene assicurata una intensa circolazione delle evidenze scientifiche all'interno del Gruppo, rafforzata la consapevolezza rispetto ai cambiamenti nelle aspettative di consumatori e *Landlords* nelle diverse aree geografiche nonché stimolata l'innovazione a livello di prodotti, concetti di ristorazione e/o servizi alla clientela a livello internazionale e locale.

7) *Il rinnovo della partnership con Ducati, iniziata nel 2019, e che proseguirà anche per tutto il 2021, rappresenta solo un'attività di sponsorizzazione del marchio Autogrill oppure vi sono in atto altre strategie di collaborazione con Ducati?*

Risposta:

Autogrill ha rinnovato il contratto di sponsorizzazione per il 2021.

Al momento non sono previste attività di collaborazione con Ducati.