



Il CdA approva i risultati consolidati al 30 giugno 2015

Autogrill: Ebitda in forte crescita nel semestre

Risultati del primo semestre 2015

- Ricavi consolidati: 1.966,6m€ vs 1.787,3m€ del 1° semestre 2014
- Ebitda consolidato: 124,1m€ vs 103,5m€ del 1° semestre 2014
- Ebitda margin (esclusi gli oneri di riorganizzazione): 6,7% vs 6% del 1° semestre 2014
- Risultato netto: -15,6m€ vs -23,7m€ del 1° semestre 2014
- Generazione di cassa: 5,5m€ vs -9,6m€ del 1° semestre 2014
- Posizione finanziaria netta: 727,8m€ al 30 giugno 2015 vs 693,3m€ al 31 dicembre 2014

Risultati del secondo trimestre 2015

- Ricavi consolidati: 1.073,2m€ vs 974,3m€ del 2° trimestre 2014
- Ebitda consolidato: 101,5m€ vs 88,4m€ del 2° trimestre 2014
- Ebitda margin (esclusi gli oneri di riorganizzazione): 9,8% vs 9,2% del 2° trimestre 2014
- Risultato netto: 24,7m€ vs 13,4m€ del 2° trimestre 2014

Outlook esercizio 2015

- Nelle prime 30 settimane¹ dell'anno le vendite hanno registrato² una crescita dell'1,8% (+12,5% a cambi correnti) rispetto al periodo di confronto 2014
- Il Gruppo conferma la guidance comunicata a maggio

Milano, 31 luglio 2015 – Il Consiglio di Amministrazione di Autogrill S.p.A. (Milano: AGL IM), riunitosi in data odierna, ha esaminato e approvato i risultati consolidati al 30 giugno 2015.

Il primo semestre 2015 ha mostrato un miglioramento dei principali indicatori economico-finanziari. Particolarmente positivo è stato l'incremento dei ricavi (+10%) e dell'Ebitda (+19,9%), con una marginalità, esclusi gli oneri di riorganizzazione, in aumento al 6,7% (6% nei primi sei mesi del 2014).

Nel periodo, inoltre, il Gruppo ha proseguito nella strategia di ampliamento della sua presenza nel canale aeroportuale, sia nei Paesi dove già vanta un forte presidio sia nelle economie ad alto tasso di crescita.

Tra le aree geografiche in rapida espansione, la Società si è aggiudicata 8 nuovi punti vendita nell'aeroporto di Antalya, in Turchia, che si aggiungono ai 16 già gestiti nello scalo internazionale di Sabiha Gokcen, a Istanbul; secondo le stime, le nuove attività genereranno ricavi totali pari a circa 110m€. Inoltre, ad aprile, il Gruppo si è aggiudicato contratti in Cina, dove verranno aperti 10 punti vendita negli aeroporti internazionali di Pechino e di Sanya che, si stima, genereranno ricavi complessivi per circa 50m€ nell'intero periodo di durata dei due contratti.

Per quanto riguarda i mercati di forte presenza, Autogrill ha siglato 4 contratti per la gestione di 40 punti vendita negli aeroporti di Houston (USA) e di Montreal (Canada), che genereranno un fatturato stimato cumulato di circa 790m\$ nel periodo di durata dei contratti.

Sul fronte della valorizzazione dei propri brand di punta, il Gruppo ha aperto nel semestre nuovi locali a marchio Bistrot all'interno degli aeroporti internazionali di Montreal, Helsinki e Roma Fiumicino e nel

¹ Cambi medi: 2015: €/€ 1,1137; 2014: €/€ 1,3685

² Il dato esclude i quattro contratti relativi al ramo Retail US ceduto e le attività Business to Business (franchisee e wholesale retail). I ricavi dei punti vendita rappresentano circa il 98% dei ricavi totali del Gruppo.



nuovo *flagship store* "Il Mercato del Duomo", a Milano. Queste aperture seguono quelle nella stazione ferroviaria di Milano Centrale, nel 2013, e nello scalo di Düsseldorf, nel 2014.

Evoluzione prevedibile della gestione – Outlook 2015

Nelle prime 30 settimane³ dell'anno le vendite hanno registrato⁴ una crescita dell'1,8% (+12,5% a cambi correnti) rispetto al periodo di confronto 2014.

Il Gruppo conferma la *guidance* comunicata al mercato in occasione della presentazione dei dati del primo trimestre. Per l'esercizio 2015 il Gruppo si attende⁵ ricavi compresi tra 4.300m€ e 4.400m€, un Ebitda (inclusivo dei costi Corporate) compreso tra i 370m€ e i 380m€, e investimenti nell'ordine di 240m€.

Dati economici consolidati⁶ del primo semestre 2015

Ricavi

Il Gruppo ha chiuso il primo semestre 2015 con ricavi consolidati pari a 1.966,6m€, in crescita del 10% (-0,3% a cambi costanti) rispetto ai 1.787,3m€ dei primi sei mesi del 2014.

Nel canale aeroportuale le vendite si sono incrementate del 20,5% (+3% a cambi costanti), sostenute principalmente dall'aumento dello scontrino medio in Nord America, dalla forte crescita nello scalo di Amsterdam-Schiphol, dalle nuove aperture e dall'ampliamento delle attività già esistenti nell'area International. Escludendo l'effetto della cessione al Gruppo World Duty Free degli ultimi quattro contratti relativi al ramo Retail US (che nel primo semestre 2014 avevano generato ricavi per 26,5m\$), i ricavi sono aumentati del 22,4% (+4,8% a cambi costanti).

Nel canale autostradale i ricavi registrano una crescita dello 0,9% (-3,1% a cambi costanti) rispetto al primo semestre 2014. Escludendo l'effetto delle minori vendite derivante dalla riduzione del perimetro delle attività in Italia, i ricavi del canale risultano in aumento del 4,3% (+0,1% a cambi costanti).

Le vendite nel canale stazioni ferroviarie sono in crescita dell'1,8% (+0,2% a cambi costanti), grazie alle nuove aperture avvenute in Spagna nel corso del 2014 e alla buona performance del Bistrot di Milano Centrale.

Ebitda

Nel primo semestre 2015, l'Ebitda consolidato si è attestato a 124,1m€, in aumento del 19,9% (+2,1% a cambi costanti) rispetto ai 103,5m€ del corrispondente periodo 2014, con un'incidenza sui ricavi del 6,3% (5,8% nei primi sei mesi del 2014). Tale risultato ha beneficiato dell'apprezzamento del dollaro statunitense nei confronti dell'euro, della crescita della redditività in Nord America, sostenuta soprattutto da un più favorevole mix di vendita negli Stati Uniti e del recupero della profittabilità in Italia grazie alle continue azioni di efficienza.

L'incremento della marginalità è stato ottenuto nonostante oneri di riorganizzazione per 7,5m€ (3m€ nel primo semestre del 2014), concentrati prevalentemente in Italia e Nord America, al netto dei quali la crescita dell'Ebitda è stata del 23,5% (+5,3% a cambi costanti), con un margine sui ricavi pari a 6,7% (6% nel primo semestre 2014).

³ Cambi medi: 2015: €/€ 1,1137; 2014: €/€ 1,3685.

⁴ Il dato esclude i quattro contratti relativi al ramo Retail US ceduto e le attività Business to Business (franchisee e wholesale retail). I ricavi dei punti vendita rappresentano circa il 98% dei ricavi totali del Gruppo.

⁵ Cambi: €/€ 1,10

⁶ Cambi medi del primo semestre: 2015 €/€ 1,1158; 2014 €/€ 1,3703.



Risultato operativo (Ebit)

Il risultato operativo è stato di 21,6m€, in aumento rispetto ai 14,2m€ dello stesso periodo del 2014. Nel primo semestre 2015 gli ammortamenti e le svalutazioni ammontano a 102,5m€, in aumento del 14,8% rispetto a 89,3m€ del periodo di confronto (+3,6% a cambi costanti). L'aumento di questi ultimi riflette l'apprezzamento del dollaro, tenuto conto che la maggior parte degli investimenti del Gruppo è stata realizzata negli Stati Uniti.

Oneri finanziari

Nel primo semestre 2015 gli oneri finanziari netti sono stati pari a 19,1m€, in calo del 2,1% rispetto a 19,5m€ del primo semestre 2014 (-12,2% a cambi costanti), per effetto della favorevole evoluzione dei tassi di interesse e nonostante l'impatto della rivalutazione del dollaro statunitense (valuta nella quale sono denominati i prestiti obbligazionari emessi dal Gruppo). Il primo semestre 2015 include lo stanziamento di 1,3m€ di commissioni bancarie relative al finanziamento di 500m€ estinto a marzo 2015.

Imposte sul reddito

Le imposte sono ammontate a 13,8m€, rispetto ai 13,6m€ del primo semestre 2014. L'aumento delle imposte conseguente alla rivalutazione del dollaro statunitense è stato compensato dalla riduzione del carico fiscale IRAP in Italia.

Risultato netto di Gruppo

Nel primo semestre 2015 il risultato netto attribuibile ai soci della controllante è stato negativo per 15,6m€, in miglioramento rispetto alla perdita di 23,7m€ dello stesso periodo dell'anno precedente. Gli utili di terzi⁷ sono pari a 4,8m€ (5,3m€ nel medesimo periodo del 2014).

Dati patrimoniali e finanziari consolidati⁸ al 30 giugno 2015

Investimenti netti

Gli investimenti netti sono stati pari a 79,8m€ rispetto ai 74,7m€ del primo semestre 2014. I principali interventi sono stati effettuati in Nord America (negli aeroporti di Charlotte, Toronto, Dallas/Ft. Worth e Los Angeles e nelle aree di servizio autostradali di Garden State Parkway e Pennsylvania Turnpike) e in Italia (nel flagship store "Il Mercato del Duomo", a Milano).

Posizione finanziaria netta

La posizione finanziaria netta al 30 giugno 2015 risulta pari a 727,8m€, in aumento di 34,5m€ rispetto ai 693,3m€ del 31 dicembre 2014, principalmente per effetto della conversione in euro della parte di indebitamento del Gruppo denominato in dollari statunitensi.

Generazione di cassa netta

La generazione di cassa netta, positiva per 5,5m€, si confronta con il dato negativo di 9,6m€ dello stesso periodo del 2014. Il miglioramento del flusso monetario da attività operative, effetto del maggiore risultato e del miglioramento della gestione del capitale circolante, ha permesso di assorbire l'aumento degli investimenti pagati nel periodo.

Il primo semestre 2015 beneficia, per 25,5m\$ (23,4m€), della cessione al Gruppo World Duty Free degli ultimi quattro contratti del Ramo US Retail, mentre i primi sei mesi del 2014 includevano l'incasso,

⁷ Le interessenze di pertinenza di terzi (utili di terzi) si riferiscono principalmente a quote di minoranza di società statunitensi che, in base alla normativa locale, sono detenute da soggetti qualificati come "soggetti svantaggiati" (definiti "Accredited Disadvantage Business Enterprise" o "ADBE"), così come previsto per l'esercizio di attività in concessione.

⁸ Cambi correnti al 30 giugno 2015 €//\$: 1,1189; al 31 dicembre 2014 €//\$: 1,2141.



sempre dal Gruppo World Duty Free, di 17m\$ (13,3m€), in esecuzione di alcune previsioni contrattuali previste dal contratto di cessione del Ramo US Retail, concluso nel 2013.

Dati economici per area geografica del primo semestre 2015

HSMHost-Nord America⁹

In Nord America¹⁰ i ricavi nel primo semestre sono stati pari a 1.092,3m\$, in crescita dello 2,6%¹¹ rispetto ai 1.079,8m\$ del primo semestre 2014.

Le vendite nel **canale aeroportuale** nordamericano sono aumentate complessivamente del 2,8% (+1,6% a cambi correnti) con un diverso andamento negli Stati Uniti e in Canada.

Negli Stati Uniti, le vendite sono in aumento del 3,7%. La crescita dello scontrino medio, ottenuta grazie all'inserimento di concetti con offerta più ricca, ha determinato un aumento dei ricavi su base comparabile¹², pari al 3,6%, in linea con l'andamento del traffico (+3,8%¹³ a maggio). Al contrario la congiuntura economica sfavorevole e un eccesso di offerta in alcuni scali importanti (Toronto e Montreal) hanno determinato un andamento negativo delle vendite negli aeroporti canadesi.

Le vendite nel **canale autostradale** hanno registrato un incremento del 4,1% (+1,6% a cambi correnti). Su base comparabile, i ricavi delle autostrade statunitensi sono aumentati del 4,4%, una crescita superiore all'andamento del traffico (+2,7%¹⁴ ad aprile). Le vendite nell'autostrada dell'Ontario in Canada sono cresciute del 7,6% (-3,7% a cambi correnti), che nel 2014 erano state penalizzate da condizioni meteorologiche particolarmente avverse nei primi mesi dell'anno.

In significativa crescita l'**Ebitda** del Nord America, che nel semestre è stato pari a 114,8m\$, in aumento dell'8,2% rispetto ai 107,7m\$ del primo semestre 2014 (+6,7% a cambi correnti), con un'incidenza sui ricavi del 10,4% rispetto al 9,7% del primo semestre 2014. Escludendo gli oneri non ricorrenti rappresentati dai costi di ristrutturazione per 4,3m\$ (1,8m\$ nel primo semestre 2014), la crescita dell'Ebitda è stata in effetti pari al 10,4% (+8,8% a cambi correnti) con un'incidenza del margine sui ricavi del 10,8% (rispetto al 9,9% del primo semestre 2014). L'incremento della marginalità deriva dalla riduzione dell'incidenza del costo del venduto, che beneficia di un più favorevole mix di vendita e di prezzi di acquisto più vantaggiosi di alcune categorie di prodotti alimentari.

HMSHost-International¹⁵

L'area International, dove tutte le attività sono concentrate nel canale aeroportuale, nel primo semestre ha generato ricavi pari a 146,7m€, in crescita del 16,5% (+20,9% a cambi correnti), rispetto ai 121,4m€ dello stesso periodo 2014.

In crescita dell'8,5% i ricavi in **Nord Europa** (+9,9% a cambi correnti). Escludendo la modifica del calendario di reporting, i ricavi risultano in crescita del 20,6% (+22,1% a cambi correnti), grazie alla buona performance dell'aeroporto di Amsterdam-Schiphol, e alle aperture a Helsinki, a Londra, negli aeroporti di Heathrow e Stansted, e a Manchester.

⁹ Il 28 febbraio 2015 è stata completata la cessione al Gruppo World Duty Free degli ultimi quattro contratti relativi al ramo Retail US. Tali attività hanno generato ricavi per 7,4m\$ nel primo semestre 2015 (26,5m\$ nel primo semestre 2014) e sono esclusi dai commenti successivi sull'andamento gestionale.

¹⁰Le vendite dell'area includono ricavi realizzati in diversi aeroporti canadesi, tra cui Toronto, Montreal e Vancouver e nelle autostrade dell'Ontario. La variazione a cambi correnti risente dell'impatto dovuto all'apprezzamento del dollaro statunitense nei confronti del dollaro canadese.

¹¹ +1,2% a cambi correnti

¹² Si riferisce alla dinamica dei ricavi generati dai soli punti vendita attivi in entrambi i periodi e con tipologia di offerta invariata.

¹³ Fonte: Airlines for America, gennaio-maggio 2015.

¹⁴ Fonte: Federal Highway Administration, gennaio-aprile 2015 (tratte di presenza del Gruppo).

¹⁵ L'area include una serie di "location" internazionali in Nord Europa (Schiphol Airport ad Amsterdam, Regno Unito, Irlanda, Svezia/Danimarca e Finlandia) e nel Resto del mondo (Emirati Arabi, Turchia, Russia, India, Indonesia, Malesia, Singapore, Vietnam, Australia e Nuova Zelanda). L'area International include anche i risultati delle attività operative nel Regno Unito, Irlanda e Svezia/Danimarca, precedentemente incluse negli "Altri Paesi europei". Il trasferimento delle suddette attività operative ha comportato l'adeguamento del calendario di reportistica di tali Società a quello di HMSHost.



Forte crescita dei ricavi nel **Resto del mondo**, aumentati del 38,2% (+53,6% a cambi correnti), grazie all'ampliamento delle attività in Vietnam e Turchia (che hanno generato 6,3m€ di ricavi addizionali rispetto al primo semestre 2014) e all'avvio, avvenuto nel secondo trimestre 2014, delle attività nell'aeroporto di Bali, in Indonesia, che hanno registrato nel semestre vendite per il controvalore di 6m€. Nell'area International l'**Ebitda** è risultato pari a 14,1m€, in aumento del 3,5% (+8,3% a cambi correnti) rispetto a 13m€ del primo semestre 2014, grazie all'ottima performance dei punti vendita ad Amsterdam-Schiphol, in India e in Vietnam, nonché alla messa a regime dei locali aperti nel 2014. I costi legati alla fase di avvio delle nuove attività, in particolare in Indonesia, hanno determinato la riduzione dal 10,7% al 9,6% nella incidenza del margine sui ricavi.

Italia

In Italia, nel primo semestre 2015, i ricavi complessivi sono stati pari a 489,4m€, in calo del 7,5% rispetto ai 529,2m€ del primo semestre 2014, principalmente a causa del differente perimetro di attività gestite, conseguente ai rinnovi selettivi nella stagione di gare autostradali 2013-2014 e di alcune chiusure di punti vendita in aeroporto, città e centri commerciali, caratterizzati da performance non soddisfacenti.

I ricavi nel **canale autostradale** sono stati pari a 380,2m€, in calo del 7,5% rispetto a 411,1m€ del primo semestre 2014, principalmente per effetto della riduzione del perimetro di attività. A parità di perimetro, il calo delle vendite è limitato allo 0,8%. Nel primo semestre 2014 i punti di vendita¹⁶ non rinnovati avevano generato ricavi per circa 24,4m€.

Le vendite negli **aeroporti** sono state pari a 35,6m€, in calo del 2,6% rispetto ai 36,6m€ dello stesso periodo di confronto: tale risultato riflette le chiusure effettuate negli aeroporti di Firenze e Napoli, escludendo le quali la crescita delle vendite nel canale è stata del 3,6%.

Le vendite nelle **stazioni ferroviarie** sono ammontate a 17,7m€, in aumento del 4,5% rispetto al 2014, grazie all'ottima performance del Bistrot di Milano Centrale.

In Italia l'**Ebitda** è stato pari a 14m€, in crescita rispetto ai 13,9m€ del primo semestre dell'anno precedente e con un'incidenza sui ricavi che passa dal 2,6% al 2,9%. Escludendo i costi di riorganizzazione, pari a 2,9m€ (1,3m€ del 2014), l'Ebitda è risultato in aumento dell'11,5%, con un'incidenza sui ricavi del 3,5% rispetto al 2,9% dello stesso periodo del 2014. L'aumento della marginalità beneficia dei primi risultati del progetto di revisione del sistema di produzione e della catena logistica e degli effetti dell'uscita dai punti vendita non profittevoli, che hanno in parte assorbito gli aumenti degli affitti nei locali autostradali rinnovati recentemente.

Altri Paesi europei¹⁷

Le vendite negli Altri Paesi europei, nel primo semestre 2015, sono state pari a 344,9m€, in aumento dell'1,6% (+4,7% a cambi correnti) rispetto ai 329,3m€ del primo semestre 2014.

Il **canale autostradale** ha registrato ricavi complessivi per 194,4m€, in crescita dello 0,3% (+2,7% a cambi correnti) rispetto ai 189,3m€ del periodo di confronto. Buona la performance in Germania e Olanda, mentre sono in calo Svizzera e Francia. In Svizzera, i principali punti vendita del canale localizzati nei pressi del confine con la Germania hanno subito un calo della clientela non svizzera, per effetto della rivalutazione del franco svizzero sull'euro. In Francia il calo delle vendite consegue al mancato rinnovo di alcuni punti vendita.

Molto positivo l'andamento del **canale aeroportuale**, con ricavi in aumento del 10,6%, grazie alla buona performance degli aeroporti di Atene, Bruxelles e Francoforte e all'apertura di nuovi punti vendita nell'aeroporto di Düsseldorf. A parità di perimetro, i ricavi risultano in crescita dell'8% (+13,1% a cambi correnti).

¹⁶ L'uscita da questi punti vendita è stata concentrata nel mese di luglio 2014.

¹⁷ L'area "Altri Paesi europei" includeva fino al terzo trimestre 2014 anche i risultati delle attività operative nel Regno Unito, Irlanda e Svezia/Danimarca. Tali attività risultano ora incluse, sia per il 2015 che per il 2014, nell'area HMSHost International.



Le vendite nel canale **stazioni ferroviarie**, pari a 62,2m€, in linea (+1,5% a cambi correnti) rispetto ai 61,3m€ del primo semestre 2014, riflettono il contributo dei nuovi punti vendita nelle stazioni di Madrid (Atocha e Chamartin) e le aperture dei locali Starbucks in Belgio. In calo invece le vendite del canale in Francia, per effetto della chiusura di alcuni locali.

Negli Altri Paesi europei l'**Ebitda** è stato pari a 9,3m€, in calo del 21,6% (-15,5% a cambi correnti) rispetto agli 11m€ del primo semestre 2014, principalmente a causa della performance in Svizzera, che risente della citata perdita di competitività dei locali di confine e in Francia, a causa del mancato rinnovo di alcuni locali in autostrada.

L'incidenza dell'Ebitda sulle vendite è stata pari al 2,7% rispetto al 3,3% del primo semestre 2014. Escludendo gli oneri di riorganizzazione, pari a 0,7m€ (0,2m€ nello stesso periodo del 2014), l'Ebitda risulta in calo del 17,1% (-10,8% a cambi correnti) rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente.

Costi strutture centrali europee e Costi corporate

I costi delle strutture centrali europee sono ammontati a 4,6m€ (4m€ nel primo semestre 2014). I costi Corporate sono stati pari a 11,7m€, in aumento rispetto ai 9m€ del primo semestre 2014. La crescita del costo del personale nel periodo è dovuta allo stanziamento relativo ai piani di incentivazione del management conseguente all'apprezzamento del valore di borsa del titolo Autogrill nei primi 6 mesi del 2015.

Dati economici consolidati¹⁸ del secondo trimestre 2015

Ricavi

Nel **secondo trimestre 2015** i ricavi consolidati si sono attestati a 1.073,2m€, in aumento del 10,2% (-0,5% a cambi costanti) rispetto ai 974,3m€ del periodo di confronto 2014.

Le vendite complessive del Gruppo nel canale aeroportuale sono cresciute del 20,3% (+2% a cambi costanti), sostenute principalmente dall'aumento dello scontrino medio in Nord America e dalle nuove aperture in Indonesia, Vietnam, Turchia e Finlandia, che hanno generato ricavi aggiuntivi per 8,2m€ rispetto al secondo trimestre 2014. Al netto della cessione al Gruppo World Duty Free, perfezionata il 28 febbraio 2015, degli ultimi quattro contratti relativi al ramo Retail US (che nel secondo trimestre 2014 avevano generato vendite per 14,7m\$), le vendite sono state in aumento del 23,1% (+4,5% a cambi costanti).

I ricavi nel canale autostradale sono cresciuti complessivamente dell'1,6% (-2,4% a cambi costanti). Escludendo la riduzione del perimetro delle attività in Italia, dovuta ai locali non rinnovati nella stagione di gare del biennio precedente, la crescita del canale è stata del 5% (+0,8% a cambi costanti).

Ebitda

Nel **secondo trimestre** l'**Ebitda consolidato** si è attestato a 101,5m€, in aumento del 14,9% rispetto ai 88,4m€ del periodo di confronto (+1% a cambi costanti), con un'incidenza sui ricavi del 9,5%, dal 9,1% del secondo trimestre 2014. Escludendo gli oneri di riorganizzazione (3,9m€ nel 2015 rispetto ai 1,1m€ nello stesso periodo del 2014), l'Ebitda del secondo trimestre 2015 è risultato in aumento del 17,7% (+3,5% a cambi costanti), con un'incidenza sui ricavi del 9,8% rispetto al 9,2% del secondo trimestre 2014.

¹⁸ Cambi medi del primo semestre: 2015 €/€ 1,1158; 2014 €/€ 1,3703.



Risultato operativo (Ebit)

Nel secondo trimestre 2015 il risultato operativo è stato di 47,5m€, in aumento rispetto ai 41,4m€ dello stesso periodo del 2014. Gli ammortamenti e svalutazioni del secondo trimestre 2015 ammontano a 54m€, in aumento del 15% rispetto ai 47m€ del periodo di confronto (3,7% a cambi costanti), principalmente per effetto della rivalutazione del dollaro statunitense.

Risultato Netto di Gruppo

Nel secondo trimestre 2015 l'utile netto attribuibile ai soci della controllante è stato pari a 24,7m€ rispetto ai 13,4m€ del medesimo periodo dell'anno precedente. Gli utili di terzi sono pari a 3,3m€ (4,8m€ nel medesimo periodo del 2014).

I risultati al 30 giugno 2015 saranno illustrati nel corso di una conference call con la comunità finanziaria, che si terrà oggi a partire dalle ore 16:00. La presentazione sarà disponibile nella sezione Investor Relations del sito www.autogrill.com a partire dalle ore 15.30. Numeri di telefono da contattare:

- dall'Italia 800 40 80 88
- dall'estero + 39 06 33 48 68 68
- enter pin * 0

Il dirigente preposto alla redazione dei documenti contabili societari, Alberto De Vecchi, dichiara, ai sensi del comma 2 dell' art.154 bis del TUF, che l'informativa contabile contenuta nel presente comunicato corrisponde alle risultanze documentali, ai libri e alle scritture contabili.

Disclaimer

Il presente comunicato stampa contiene elementi previsionali e stime che riflettono le attuali opinioni del management ("forward-looking statements") specie per quanto riguarda performance gestionali future, realizzazione di investimenti, andamento dei flussi di cassa ed evoluzione della struttura finanziaria. I forward-looking statements hanno per loro natura una componente di rischio ed incertezza perché dipendono dal verificarsi di eventi futuri. I risultati effettivi potranno differire anche in misura significativa rispetto a quelli annunciati, in relazione a una pluralità di fattori tra cui, a titolo esemplificativo: andamento della mobilità delle persone nei Paesi e canali in cui il Gruppo opera; risultati delle procedure di rinnovo di contratti di concessione in corso o di procedure per l'affidamento di nuove concessioni; evoluzione della concorrenza; andamento dei tassi di cambio delle principali divise nei confronti dell'euro, in particolare del dollaro USA e della sterlina inglese; andamento dei tassi di interesse delle suddette divise; evoluzione futura della domanda; evoluzione del prezzo del petrolio e delle materie prime alimentari; condizioni macroeconomiche generali; fattori geopolitici ed evoluzioni del quadro normativo nei Paesi in cui il Gruppo opera; altri cambiamenti nelle condizioni di business.

I livelli di attività del Gruppo sono correlati ai flussi di mobilità delle persone. Il primo e il terzo trimestre costituiscono in genere, rispettivamente, il periodo di minore e maggiore attività dell'anno. Nel primo e nel quarto trimestre si concentrano i maggiori programmi d'investimento, che invece devono normalmente essere sospesi nel periodo estivo. Pertanto i risultati operativi e le variazioni dell'indebitamento finanziario trimestrali non possono essere confrontati con gli altri trimestri dell'esercizio né possono essere utilizzati per derivarne una previsione puntuale dei risultati per l'intero esercizio.

Per ulteriori informazioni:

Rosalba Benedetto
Group Corporate Communications Manager
T: +39 02 4826 3209
rosalba.benedetto@autogrill.net

Davide Tamaro
Corporate Communications Specialist
T: +39 02 4826 3229
davide.tamaro@autogrill.net

Elisabetta Cugnasca
Head of Investor Relations
T: +39 02 4826 3246