



Il CdA approva il resoconto intermedio di gestione al 31 marzo 2015

Autogrill: Ebitda in forte crescita nel 1° trimestre

Risultati del primo trimestre 2015¹

- Ricavi consolidati: 893,5m€ vs 813m€ del 1° trimestre 2014
- Ebitda consolidato: 22,5m€ vs 15,1m€ del 1° trimestre 2014
- Risultato netto: -40,4m€ vs -37,1m€ del 1° trimestre 2014
- Generazione di cassa²: -16,1m€ vs -24,2m€ del 1° trimestre 2014
- Posizione finanziaria netta: 807,7m€ al 31 marzo 2015 rispetto ai 693,3m€ al 31 dicembre 2014

Milano, 12 maggio 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 31 marzo 2015.

Il primo trimestre 2015 si è chiuso con vendite pari a 893,5m€ in aumento del 9,9% rispetto a 813m€ dello stesso periodo dell'anno precedente (-0,1% a cambi costanti). Un risultato ottenuto grazie al buon andamento delle attività negli Stati Uniti e che beneficia della rivalutazione del dollaro americano nei confronti dell'euro.

Il periodo è stato caratterizzato da una buona performance delle vendite aeroportuali, il principale canale per il Gruppo, con una crescita del 20,7%³ rispetto al primo trimestre del 2014. L'andamento positivo negli aeroporti ha compensato ricavi sostanzialmente stabili⁴ nel canale autostradale, dove la crescita in Nord America e negli Altri Paesi europei è stata bilanciata dalla flessione registrata in Italia, a seguito della ridefinizione della presenza commerciale posta in essere con i rinnovi selettivi nel canale autostradale nella stagione di gare degli ultimi due anni.

Particolarmente positiva la crescita dell'Ebitda, che è stato pari a 22,5m€, con un incremento del 48,7% rispetto ai 15,1m€ del primo trimestre 2014. Anche a cambi costanti l'Ebitda ha mostrato un incremento significativo del 7,4%, grazie al contributo dei risultati negli Stati Uniti e al miglioramento della performance economica in Italia.

Eventi successivi alla chiusura del trimestre

Nei primi mesi dell'anno, in linea con la strategia di sviluppo del business, è proseguita l'espansione nelle economie in rapida crescita - in particolare in Asia - e il rafforzamento commerciale nei mercati di forte presenza del Gruppo come il Nord America.

Ad aprile, Autogrill ha annunciato l'ingresso in Cina dove, entro il 2015, aprirà 10 punti vendita negli aeroporti internazionali di Pechino e di Sanya che, secondo le stime, genereranno ricavi complessivi per circa 50 milioni di euro nell'intero periodo di durata dei due contratti.

In Nord America, la Società si è rafforzata nel canale aeroportuale, aggiudicandosi 4 contratti per la gestione di 40 punti vendita negli aeroporti di Houston, negli Stati Uniti, e di Montreal, in Canada. Le due operazioni, si stima, genereranno un fatturato cumulato di circa 790 milioni di dollari nel periodo di durata complessiva dei contratti.

¹ Cambi medi utilizzati per la conversione dei dati nelle principali valute diverse dall'euro: 2015: €/€ 1,1261; 2014: €/€ 1,3696.

² Flusso monetario netto da attività operative.

³ +3,8% a cambi costanti.

⁴ - 3,5% a cambi costanti.



Evoluzione prevedibile della gestione – Outlook 2015

Nelle prime 18 settimane⁵ il Gruppo ha registrato vendite in crescita dell'11,3% rispetto al periodo di confronto (+0,3% a cambi costanti).

La previsione dei risultati del Gruppo per il 2015 è stata predisposta utilizzando un cambio medio €/€ di 1,10 che, confrontato con il cambio medio €/€ del 2014 (1,3285), determina un significativo apprezzamento nella conversione in Euro dei risultati generati in dollari statunitensi. Si è pertanto evidenziato separatamente l'effetto del diverso cambio €/€ sui principali indicatori economici della performance attesa.

Nel 2015 il Gruppo si attende ricavi compresi tra 4.300m€ e 4.400m€ rispetto a 3.930m€ del 2014. L'effetto del diverso cambio utilizzato è di circa 335m€ di maggiori vendite.

La previsione dell'Ebitda (inclusivo dei costi Corporate) per l'esercizio 2015 è stimata in un intervallo compreso tra 370m€ e 380m€, con un'incidenza del margine sui ricavi attesa di circa l'8,6%. Nel 2014 il Gruppo aveva conseguito un Ebitda di 316,2m€ (pari ad un Ebitda margin dell'8%). L'effetto del diverso cambio utilizzato è di circa 37m€ di maggiore Ebitda.

Il Gruppo prevede, infine, investimenti per circa 240m€ rispetto a 196,4m€ del 2014. L'effetto del diverso cambio utilizzato è di circa 14m€ di maggiori investimenti.

⁵ Cambi medi 2015: €/€ 1,1145; 2014: €/€ 1,3726



Dati economici consolidati primo trimestre 2015

	Primo trimestre	Primo trimestre	Variazione	
	2015	2014	2014	a cambi costanti
(m€)				
Ricavi	893,5	813,0	9,9%	-0,1%
Ebitda	22,5	15,1	48,7%	7,4%
% sui ricavi	2,5%	1,9%		
Risultato operativo (EBIT)	(26,0)	(27,2)	4,4%	-0,4%
% sui ricavi	2,9%	3,3%		
Risultato netto del periodo di competenza del Gruppo	(40,4)	(37,1)	-8,7%	-8,4%
Risultato per azione (centesimi di €)*				
base	(15,9)	(14,7)		
diluito	(15,9)	(14,6)		

	Primo trimestre	Primo trimestre	Variazione	
	2015	2014	2014	a cambi costanti
(m€)				
Flusso monetario netto da attività operativa	(16,1)	(24,2)		
Investimenti netti	24,4	36,1	-32,3%	-40,5%
% sui ricavi	2,7%	4,4%		

	31/03/2015	31/12/2014	Variazione	
			2014	a cambi costanti
(m€)				
Capitale investito netto	1.309,4	1.184,0	125,4	20,4
Posizione finanziaria netta	807,7	693,3	114,4	63,9

Ricavi

Nel primo trimestre 2015 i ricavi consolidati sono stati pari a 893,5m€, in crescita del 9,9% rispetto agli 813m€ del corrispondente periodo 2014. A cambi costanti, i ricavi sono risultati sostanzialmente invariati rispetto al periodo di confronto. La stabilità delle vendite a cambi costanti è il risultato di una differente performance nei due principali canali di presenza.

Le vendite nel canale aeroportuale sono cresciute del 20,7% (+3,8% a cambi costanti), sostenute principalmente dall'aumento dello scontrino medio in Nord America e dalle nuove aperture in Indonesia, Vietnam, Turchia e Finlandia.

I ricavi nel canale autostradale hanno, invece, registrato un calo complessivo del 3,5%, mentre risultano stabili a cambi correnti: l'incremento delle vendite sulle autostrade nordamericane e in alcuni Paesi europei è stato del tutto assorbito dalla flessione dei ricavi in Italia, conseguente alla scelta del Gruppo di ridurre la propria presenza nel canale autostradale.



Di seguito la composizione delle vendite del Gruppo per canale:

	Primo trimestre	Primo trimestre	Variazione	
(m€)	2015	2014	2014	a cambi costanti
Aeroporti	497,0	411,9	20,7%	3,8%
Autostrade	318,7	318,8	-0,0%	-3,5%
Stazioni ferroviarie	39,0	37,5	3,9%	2,4%
Altri	38,8	44,8	-13,4%	-17,6%
Totale Ricavi	893,5	813,0	9,9%	-0,1%

Ebitda

L'Ebitda è risultato in forte crescita, attestandosi a 22,5m€ rispetto ai 15,1m€ del 1° trimestre 2014 (+48,7%). La significativa crescita della redditività in Nord America, il miglioramento della redditività in Italia e l'apprezzamento del dollaro statunitense nei confronti dell'euro sono alla base del risultato conseguito nel trimestre. L'incidenza del margine sui ricavi è passata dall'1,9% del primo trimestre 2014 al 2,5%.

La performance reddituale del Gruppo è in significativo aumento, anche al netto dell'effetto indotto dalla rivalutazione del dollaro statunitense nei confronti dell'euro. A cambi costanti l'Ebitda del primo trimestre 2015 è cresciuto del 7,4% rispetto al periodo di confronto. Il risultato è il frutto della crescita e di un più favorevole mix di vendita negli Stati Uniti, e della costante attività di efficienza, in particolare in Italia, dove il programma di revisione della produzione e della catena logistica sta iniziando a produrre risultati positivi.

Nel primo trimestre 2015 il Gruppo ha sostenuto oneri di riorganizzazione per 3,7m€ rispetto a 1,8m€ nello stesso periodo dell'anno precedente. Al netto di tali oneri, la crescita dell'Ebitda di periodo sarebbe stata del 53,7% a cambi correnti (+13,6% a cambi costanti).

Ammortamenti e svalutazioni

Nel primo trimestre dell'anno gli ammortamenti e le svalutazioni sono ammontati a 48,5m€, rispetto ai 42,3m€ del periodo di confronto 2014, in crescita del 14,6% (+3,5% a cambi costanti). L'aumento riflette, in particolare, l'apprezzamento del dollaro, poichè una parte significativa degli investimenti del Gruppo è stata realizzata negli Stati Uniti.

Risultato operativo (EBIT)

In linea con la forte stagionalità del business del Gruppo, il risultato operativo del primo trimestre 2014 è stato negativo per 26,0m€ ma in miglioramento rispetto ai 27,2m€ registrati del periodo di confronto.

Oneri finanziari netti

Nel primo trimestre 2015 gli oneri finanziari netti registrano un incremento del 13,6% (+2,4% a cambi costanti) rispetto al primo trimestre 2014, passando da 9,9m€ a 11,2m€, in aumento per effetto dell'impatto della rivalutazione del dollaro statunitense, valuta nella quale sono denominati i prestiti obbligazionari emessi dal Gruppo. Il primo trimestre 2015 include, inoltre, 1,3m€ di commissioni bancarie pagate nel 2011 e non ancora completamente ammortizzate, relative al finanziamento di



originari 700m€ estinto a marzo 2015. Escludendo tale costo non ricorrente gli oneri finanziari sarebbero risultati in linea con il 2014 (in calo del 9,7% a cambi costanti), grazie alla riduzione del costo medio del debito.

Risultato netto di Gruppo

Il primo trimestre dell'anno, tipicamente quello a più bassa stagionalità di ricavi, si chiude con una perdita netta attribuibile ai soci della controllante di 40,4m€, rispetto ai 37,1m€ dello stesso trimestre dell'anno precedente. La variazione, in termini assoluti, riflette l'incremento degli oneri finanziari, l'aumento degli utili di terzi (1,5m€, rispetto a 0,5m€ nel medesimo periodo del 2014), e un effetto fiscale leggermente sfavorevole dovuto ai fenomeni di stagionalità.

Dati patrimoniali consolidati⁶ al 31 marzo 2015

	31/03/2015	31/12/2014	Variazione	
			2014	a cambi costanti
(m€)				
Avviamento	877,7	804,5	73,2	(1,4)
Altre attività immateriali	63,8	63,8	0,1	(1,7)
Immobili, impianti e macchinari	867,3	834,9	32,4	(29,1)
Immobilizzazioni finanziarie	24,0	22,8	1,2	0,2
Immobilizzazioni	1.832,9	1.726,0	106,8	(32,0)
Capitale circolante netto	(363,8)	(394,7)	30,9	52,4
Altre attività e passività non correnti non finanziarie	(159,6)	(147,3)	(12,3)	0,0
Capitale investito netto	1.309,4	1.184,0	125,4	20,4
Posizione finanziaria netta	807,7	693,3	114,4	63,9

⁶ Cambi €/€: 1,0759 al 31 marzo 2015; 1,2141 al 31 dicembre 2014.



Generazione di cassa netta

Nel primo trimestre del 2015 il Gruppo ha assorbito cassa per 55,9m€, in lieve aumento rispetto ai 53,2m€ dello stesso periodo del 2014. Il miglioramento del flusso monetario da attività operative ha permesso di assorbire l'aumento degli investimenti pagati.

Si segnala che il primo trimestre 2015 beneficia, per 18m\$ (16,5m€), della cessione al Gruppo World Duty Free degli ultimi quattro contratti relativi alle attività di Travel Retail gestite negli Stati Uniti, mentre il primo trimestre 2014 includeva l'incasso, 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.

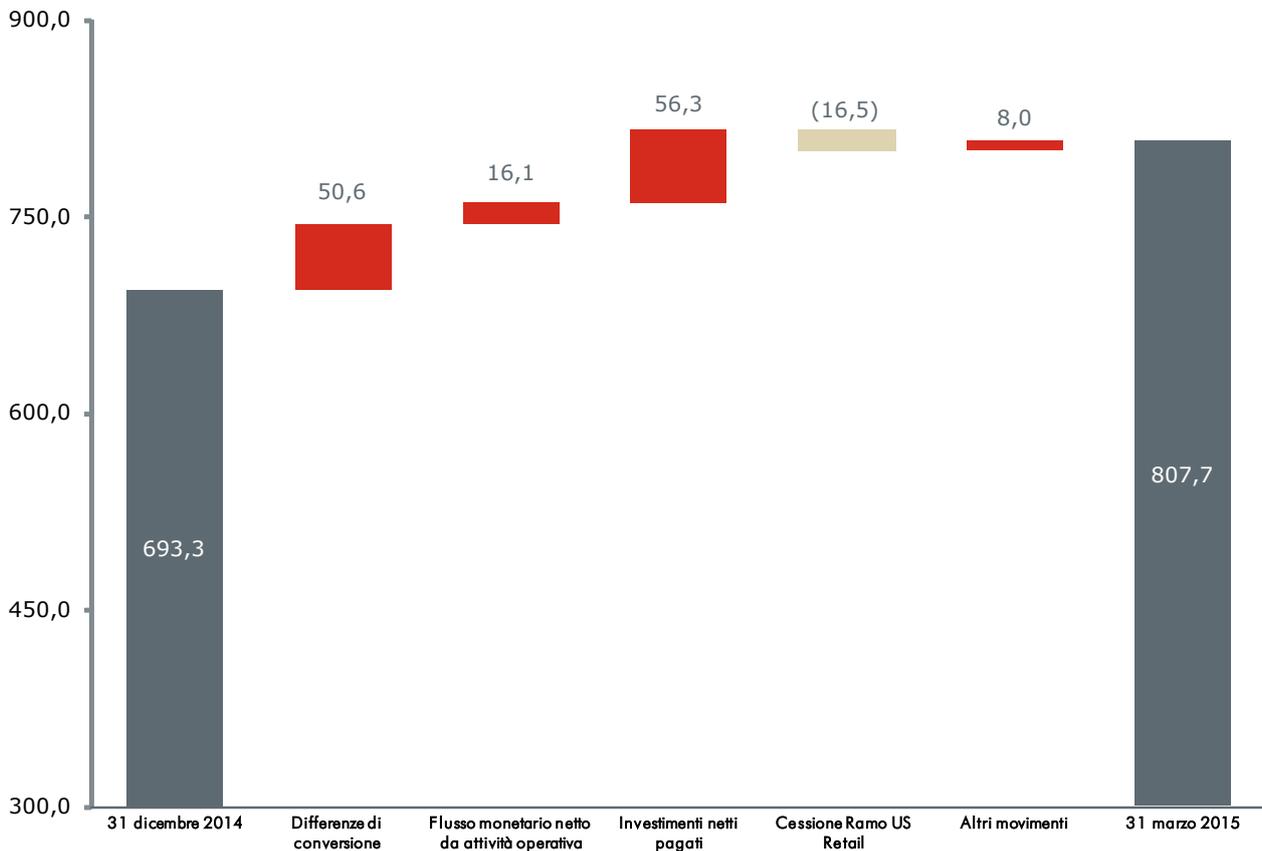
(m€)	Primo trimestre 2015	Primo trimestre 2014
EBITDA	22,5	15,1
Variazione capitale circolante netto	(23,6)	(27,6)
Altro	(0,5)	0,4
Flusso monetario da attività operative	(1,5)	(12,1)
Imposte (pagate) rimborsate	(2,7)	(1,5)
Interessi netti pagati	(11,9)	(10,6)
Flusso monetario netto da attività operative	(16,1)	(24,2)
Investimenti netti pagati	(56,3)	(42,3)
Cessione Ramo US Retail	16,5	13,3
Generazione Cassa Netta	(55,9)	(53,2)

Posizione finanziaria netta

L'indebitamento finanziario netto al 31 marzo 2015 è pari a 807,7m€, in aumento di 114,4m€ rispetto ai 693,3m€ del 31 dicembre 2014, a seguito della stagionalità dei flussi di cassa, che tipicamente vede un assorbimento nel primo trimestre dell'anno, e dell'effetto di conversione in euro dell'indebitamento di gruppo denominato in dollari statunitensi.



Evoluzione della Posizione Finanziaria Netta (m€)



Il fair value dei contratti derivati per la gestione del rischio tasso d'interesse al 31 marzo 2015 era pari a -0,3m€, rispetto ai -3,5m€ del 31 dicembre 2014.

Al 31 marzo 2015 il debito finanziario netto è composto per il 61% in dollari statunitensi e per la parte rimanente in euro ed è a tasso fisso per il 60% dell'ammontare complessivo, anche per effetto di coperture sul rischio tasso di interesse. Nel primo trimestre del 2015 il costo medio ponderato del debito è stato del 4,4% rispetto al 5,0% del corrispondente periodo dell'anno precedente, grazie alla riduzione dei tassi in Europa.

Il debito, composto prevalentemente da linee bancarie "committed" e da obbligazioni non quotate, ha una durata media residua di circa 5 anni e 3 mesi. Si ricorda che in data 6 marzo 2015 la controllata HMSHost Corporation ha ottenuto un'estensione della durata della linea di credito da 250m\$, originariamente in scadenza al 22 marzo 2016, sino al 6 marzo 2020 e che in data 12 marzo 2015 Autogrill S.p.A. ha sottoscritto un nuovo contratto di finanziamento del valore complessivo di 600m€ con scadenza a marzo 2020.

I contratti di finanziamento e i prestiti obbligazionari prevedono il mantenimento entro valori prestabiliti di alcuni indicatori economico-finanziari. Al 31 marzo 2015 tutti i parametri risultano ampiamente rispettati.



Comunicato stampa

Group Corporate Communications
Centro Direzionale Milanofiori
Palazzo Z, Strada 5
20089 Rozzano MI Italia

tel + 39 02.4826.3250
e-mail dir.com@autogrill.net
www.autogrill.com

I risultati al 31 marzo 2015 saranno illustrati nel corso di una conference call con la comunità finanziaria, che si terrà oggi a partire dalle ore 17:30. La presentazione sarà disponibile nella sezione Investor Relations del sito www.autogrill.com a partire dalle ore 17.00. Numeri di telefono da contattare:

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

Il presente comunicato stampa costituisce il Resoconto intermedio di gestione al 31 marzo 2015 redatto secondo le previsioni dell'art. 154-ter del D.lgs. n. 58/1998 (TUF), non sottoposto a revisione contabile. Le informazioni economiche sono fornite con riguardo al primo trimestre degli esercizi 2014 e 2013. Le informazioni patrimoniali sono fornite con riferimento al 31 marzo 2015 e al 31 dicembre 2014. La forma dei prospetti di conto economico e stato patrimoniale corrisponde a quella presentata nella relazione sulla gestione del bilancio 2013. I principi contabili e i criteri di consolidamento adottati sono omogenei a quelli utilizzati per la redazione del bilancio dell'esercizio 2013, al quale si rinvia per una loro illustrazione. La situazione contabile trimestrale contiene stime e assunzioni che hanno effetto sui valori delle attività e delle passività alla data di tale situazione contabile trimestrale. I risultati effettivi potrebbero differire da tali stime. Le stime e le assunzioni sono riviste periodicamente e gli effetti di ogni variazione sono riflessi nel Conto Economico del periodo in cui è effettuata la variazione e negli esercizi futuri. Si segnala che il puntuale processo valutativo di determinazione di eventuali perdite di valore di attività non correnti è effettuato solo in sede di redazione del bilancio, fermo restando la valutazione di eventuali perdite di valore nei casi in cui vi siano indicatori di possibile impairment. Analogamente, le valutazioni attuariali finalizzate alla determinazione dei piani a benefici definiti per dipendenti vengono effettuate in occasione della redazione del bilancio. Il Resoconto intermedio di gestione è stato redatto nella prospettiva della continuità aziendale e con divisa funzionale rappresentata dall'Euro; gli importi sono indicati in milioni di Euro (m€), salvo dove diversamente indicato.

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

Questo 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 Tammaro
Communications Specialist
T: +39 02 4826 3229
davide.tammaro@autogrill.net

Elisabetta Cugnasca
Head of Investor Relations
T: +39 02 4826 3246
elisabetta.cugnasca@autogrill.net



Risultati economici

Conto economico consolidato sintetico del 1° trimestre 2015

(m€)	Primo trimestre		Primo trimestre		Variazione	
	2015	Incidenza sui Ricavi	2014	Incidenza sui Ricavi	2014	a cambi costanti
Ricavi	893,5	100,0%	813,0	100,0%	9,9%	-0,1%
Altri proventi operativi	26,4	3,0%	27,2	3,3%	-3,0%	-4,4%
Totale ricavi e proventi	919,9	103,0%	840,2	103,3%	9,5%	-0,2%
Costo delle materie prime, sussidiarie e merci	(290,4)	32,5%	(277,1)	34,1%	4,8%	-2,8%
Costo del personale	(327,6)	36,7%	(297,2)	36,6%	10,2%	0,2%
Costo per affitti, concessioni e royalties su utilizzo di marchi	(154,5)	17,3%	(140,3)	17,3%	10,2%	-0,3%
Altri costi operativi	(124,9)	14,0%	(110,4)	13,6%	13,1%	3,8%
EBITDA	22,5	2,5%	15,1	1,9%	48,7%	7,4%
Ammortamenti e svalutazioni	(48,5)	5,4%	(42,3)	5,2%	14,6%	3,5%
Risultato operativo (EBIT)	(26,0)	2,9%	(27,2)	3,3%	4,4%	-0,4%
Proventi (Oneri) finanziari	(11,2)	1,3%	(9,9)	1,2%	13,6%	2,4%
Rettifiche di valore di attività finanziarie	0,5	0,1%	0,6	0,1%	-18,3%	-32,9%
Risultato ante imposte	(36,7)	4,1%	(36,5)	4,5%	-0,7%	-1,6%
Imposte sul reddito	(2,1)	0,2%	(0,1)	0,0%	1709,6%	376,5%
Risultato netto attribuibile a:	(38,9)	4,3%	(36,6)	4,5%	-6,2%	-6,2%
- soci della controllante	(40,4)	4,5%	(37,1)	4,6%	-8,7%	-8,4%
- partecipazioni di terzi	1,5	0,2%	0,5	0,1%	182,3%	133,9%



Risultati della gestione finanziaria

Situazione patrimoniale-finanziaria riclassificata al 31 marzo 2015

	31/03/2015	31/12/2014	Variazione	
			2014	a cambi costanti
(m€)				
Attività immateriali	941,6	868,3	73,3	(3,1)
Immobili, impianti e macchinari	867,3	834,9	32,4	(29,1)
Immobilizzazioni finanziarie	24,0	22,8	1,2	0,2
A) Capitale immobilizzato	1.832,9	1.726,0	106,8	(32,0)
Magazzino	103,9	123,5	(19,6)	(23,8)
Crediti commerciali	45,6	43,5	2,1	1,6
Altri crediti	206,6	179,9	26,6	20,6
Debiti commerciali	(415,2)	(406,7)	(8,5)	2,6
Altri debiti	(304,7)	(335,0)	30,3	51,5
B) Capitale di esercizio	(363,8)	(394,7)	30,9	52,4
C) Capitale investito, dedotte le passività di esercizio	1.469,1	1.331,3	137,7	20,4
D) Altre attività e passività non correnti non finanziarie	(159,6)	(147,3)	(12,3)	0,0
E) Capitale investito netto	1.309,4	1.184,0	125,4	20,4
Patrimonio netto attribuibile ai soci della controllante	467,9	458,5	9,4	(41,9)
Patrimonio netto attribuibile ad interessenze di pertinenza di terzi	33,8	32,1	1,7	(1,5)
F) Patrimonio netto	501,7	490,7	11,0	(43,4)
Debiti finanziari a medio-lungo termine	759,3	752,7	6,6	(50,0)
Crediti finanziari a medio-lungo termine	(7,3)	(4,9)	(2,4)	(1,8)
G) Posizione finanziaria netta a medio-lungo termine	752,0	747,8	4,2	(51,8)
Debiti finanziari a breve termine	189,4	150,0	39,4	30,2
Disponibilità e crediti finanziari a breve termine	(133,7)	(204,5)	70,8	85,4
H) Posizione finanziaria netta a breve termine	55,8	(54,5)	110,2	115,6
Posizione finanziaria netta (G+H)	807,7	693,3	114,4	63,9
I) Totale, come in E)	1.309,4	1.184,0	125,4	20,4



Rendiconto finanziario consolidato

(m€)	Primo trimestre 2015	Primo trimestre 2014
Cassa e altre disponibilità liquide nette iniziali	142,8	129,6
Risultato ante imposte e oneri finanziari netti dell'esercizio	(25,5)	(26,6)
Ammortamenti e svalutazioni delle immobilizzazioni, al netto delle rivalutazioni	48,5	42,3
Rettifiche di valore e (plusvalenze)/minusvalenze su realizzo di attività finanziarie	(0,5)	(0,6)
(Plusvalenze) / minusvalenze da realizzo di immobilizzazioni	(0,5)	0,1
Altre componenti non monetarie	(0,0)	0,3
Variazione del capitale di esercizio	(30,8)	(22,4)
Variazione netta delle attività e passività non correnti non finanziarie	7,2	(5,2)
Flusso monetario da attività operativa	(1,5)	(12,1)
Imposte (pagate) rimborsate	(2,7)	(1,5)
Interessi netti pagati	(11,9)	(10,6)
Flusso monetario netto da attività operativa	(16,1)	(24,2)
Investimenti in immobili, impianti e macchinari e in attività immateriali	(58,8)	(42,5)
Prezzo di realizzo delle immobilizzazioni cedute	2,5	0,2
Acquisto di partecipazioni consolidate	0,0	(0,1)
Cessione Ramo US Retail	16,5	13,3
Variazione netta delle attività finanziarie non correnti	0,6	(1,1)
Flusso monetario da attività di investimento	(39,1)	(30,2)
Accensione di nuovi finanziamenti a medio-lungo termine	269,1	55,4
Rimborsi di finanziamenti a medio-lungo termine	(322,0)	(0,2)
Rimborsi di finanziamenti a breve termine al netto delle accensioni	38,2	(26,7)
Esercizio stock option	2,1	-
Altri movimenti	(0,2)	(0,3)
Flusso monetario da attività di finanziamento	(12,9)	28,2
Flusso monetario del periodo	(68,1)	(26,2)
Differenze cambio su disponibilità liquide nette	4,5	0,1
Cassa e altre disponibilità liquide nette finali	79,2	103,4
Riconciliazione cassa e altre disponibilità liquide nette		
(m€)		
Cassa e altre disponibilità liquide nette iniziali al 1° gennaio 2015 e al 1° gennaio 2014	142,8	129,6
Cassa e altre disponibilità liquide equivalenti	183,2	171,5
Scoperti di conto corrente	(40,4)	(41,9)
Cassa e altre disponibilità liquide nette finali al 31 marzo 2015 e al 31 marzo 2014	79,2	103,4
Cassa e altre disponibilità liquide equivalenti	110,8	151,3
Scoperti di conto corrente	(31,5)	(47,9)



Settori operativi

Si segnala che al fine di offrire una migliore rappresentazione dell'andamento economico dei diversi settori operativi, a partire dal quarto trimestre 2014, la performance di HMSHost viene presentata separatamente nelle sue due componenti: il Nord America (Stati Uniti d'America e Canada) e l'area International (che include Nord Europa, Medio Oriente e Asia). L'area International include anche i risultati delle attività operative nel Regno Unito, Irlanda e Svezia/Danimarca, precedentemente incluse negli "Altri Paesi europei".

Ai fini di una migliore comprensione della destinazione dei c.d. "Costi Corporate", è stata altresì separata da questi ultimi la parte che va ad esclusivo beneficio delle sole attività europee (indicati con la dicitura "Strutture centrali europee") dai costi centrali a beneficio dell'intero Gruppo (che mantengono la definizione di "Costi Corporate").

Ricavi per Area Geografica

(m€)	Primo trimestre		Variazione	
	2015	2014	2014	a cambi costanti
Nord America	460,4	376,9	22,2%	1,9%
International	62,0	52,9	17,1%	12,7%
Totale HMSHost	522,3	429,8	21,5%	3,1%
Italia	217,1	237,7	-8,7%	-8,7%
Altri Paesi europei	154,1	145,5	5,9%	2,8%
Totale Europa	371,2	383,2	-3,2%	-4,3%
Totale Ricavi	893,5	813,0	9,9%	-0,1%

Ebitda per Area Geografica

(m€)	Primo trimestre		Primo trimestre		Variazione	
	2015	Incidenza sui Ricavi	2014	Incidenza sui Ricavi	2014	a cambi costanti
Nord America	33,8	7,3%	25,2	6,7%	34,1%	11,4%
International	4,0	6,5%	4,4	8,3%	-8,2%	-15,6%
Totale HMSHost	37,8	7,2%	29,6	6,9%	27,9%	7,7%
Italia	(2,3)	-1,1%	(3,0)	-1,3%	23,4%	23,4%
Altri Paesi europei	(4,9)	-3,2%	(4,3)	-2,9%	-14,0%	-22,5%
Strutture centrali europee	(2,2)	-	(1,9)	-	-17,3%	-17,3%
Totale Europa	(9,4)	-2,5%	(9,2)	-2,4%	-2,3%	-5,7%
Costi Corporate	(5,9)	-	(5,2)	-	-12,6%	-12,6%
Totale Ebitda	22,5	2,5%	15,1	1,9%	48,7%	7,4%



HMSHost – Nord America

Nel primo trimestre 2015, il Nord America ha generato **ricavi** per 518,4m\$, in crescita dell'1,9%⁷ (+0,4% a cambi correnti) rispetto a 516,2m\$ del medesimo periodo dell'esercizio precedente.

Di seguito, l'andamento dei ricavi per canale:

	Primo trimestre	Primo trimestre	Variazione	
	2015	2014	2014	a cambi costanti
(m\$)				
Aeroporti	437,9	434,5	0,8%	2,1%
Autostrade	72,6	71,9	1,1%	3,8%
Altri	7,9	9,8	-19,6%	-19,6%
Totale Ricavi	518,4	516,2	0,4%	1,9%

Negli Stati Uniti le vendite nel **canale aeroportuale** sono cresciute del 3,2%, sia complessivamente sia su base comparabile. La crescita dello scontrino medio, frutto dell'inserimento di concetti con offerta più ricca, ha consentito la generazione di ricavi con una crescita allineata a quella del traffico aeroportuale USA (+3,5%⁸), pur a fronte di un numero di scontrini sostanzialmente invariato. In contrazione, invece, del 7,4% (-17,6% a cambi correnti) le vendite negli aeroporti canadesi, soprattutto a seguito della performance negativa conseguita a Toronto e Montreal, dove la presenza di un eccesso di offerta rispetto al potenziale di traffico degli scali ha generato una forte pressione competitiva. Per effetto di questi opposti trend registrati negli Stati Uniti e in Canada, le vendite nel canale aeroportuale in Nord America sono cresciute complessivamente del 2,1% (+0,8% a cambi correnti).

I ricavi nelle **autostrade** statunitensi hanno registrato un aumento del 3,6% su base comparabile, superiore all'andamento del traffico, che è cresciuto del +2,7%⁹. Positive le vendite nell'autostrada dell'Ontario, in Canada (+8,4% a cambi costanti), che nel 2014 erano state penalizzate da condizioni meteorologiche particolarmente avverse. Sull'intero perimetro nordamericano, la crescita dei ricavi del canale è stata del 3,8% (+1,1% a cambi correnti) con un incremento dello scontrino medio e del numero di transazioni.

Le vendite negli altri canali registrano un calo del 19,6% rispetto all'anno precedente, per effetto della scelta del Gruppo di uscire da diversi contratti nei centri commerciali.

In Nord America l'**Ebitda** è risultato pari a 38,1m\$, in aumento del 11,4% (+10,3% a cambi correnti) rispetto ai 34,5m\$ del medesimo periodo 2014, con un'incidenza del margine sui ricavi del 7,3% rispetto al 6,7% dell'esercizio precedente.

Il miglioramento della marginalità deriva in primo luogo da una ridotta incidenza del costo del venduto, per effetto di un più favorevole mix di vendita. Positivi risultati sono stati ottenuti anche nella gestione

⁷ Le vendite nordamericane includono ricavi realizzati in diversi aeroporti canadesi tra cui Toronto, Montreal e Vancouver e nelle autostrade dell'Ontario. La variazione delle vendite a cambi correnti risente dell'impatto dovuto all'apprezzamento del dollaro statunitense nei confronti del dollaro canadese.

⁸ Fonte: Airlines for America, gennaio – marzo 2015.

⁹ Fonte: Federal Highways Administration, gennaio-febbraio 2015 (tratte di presenza del Gruppo).



della produttività del lavoro, che hanno consentito di assorbire l'aumento dei costi previdenziali e dei benefit.

Il risultato del periodo include costi di ristrutturazione per 2,8m\$ (1,2m\$ nel primo trimestre 2014). Escludendo tali oneri non ricorrenti, la crescita dell'Ebitda è stata pari al 15,6% (+14,5% a cambi correnti) con un'incidenza del margine sui ricavi del 7,9% (rispetto a 6,9% del 2014).

HMSHost – International¹⁰

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.

Nel primo trimestre 2015 l'area International, dove tutte le attività sono concentrate nel canale aeroportuale, ha generato **ricavi** pari a 62m€, in crescita del 12,7% (+17,1% a cambi correnti), rispetto ai 52,9m€ del precedente esercizio, così ripartite per macroarea:

	Primo trimestre	Primo trimestre	Variazione	
	2015	2014	2014	a cambi costanti
(m€)				
Nord Europa	39,3	38,5	2,1%	1,6%
Resto del mondo	22,7	14,4	57,3%	39,0%
Totale Ricavi	62,0	52,9	17,1%	12,7%

Nel **Nord Europa** l'aumento dei ricavi è pari all'1,6% (+2,1% a cambi correnti). Escludendo la modifica del calendario di reporting sopra citata, i ricavi sarebbero risultati in crescita del 21,9% (+22,5% a cambi correnti), da attribuirsi alla buona performance dell'aeroporto di Schiphol in Olanda e alle aperture nel Regno Unito.

Nel **Resto del mondo** la crescita dei ricavi del 39% (+57,3% a cambi correnti) è legata sia all'ampliamento delle attività in Vietnam, Turchia e Russia (che hanno generato ricavi addizionali rispetto al primo trimestre 2014 per 3,2m€) sia all'avvio, ad aprile 2014, delle attività in Indonesia (Bali) che hanno generato ricavi nel primo trimestre 2015 per 3,0m€.

L'**Ebitda** dell'area è risultato pari a 4,0m€, in calo rispetto a 4,4m€ del primo trimestre 2014, principalmente a causa della fase di avvio delle nuove attività in Indonesia. L'incidenza del margine sui ricavi è pari al 6,5%, rispetto all'8,3% dell'esercizio precedente.

¹⁰L'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).



Europa¹¹

L'area Europa 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.

Nel primo trimestre 2015 i ricavi generati in Europa sono stati pari a 371,2m€, in calo del 4,3% (-3,2% a cambi correnti) rispetto a 383,2m€ del medesimo periodo 2014. La crescita registrata in Germania, Belgio e Spagna, conseguita grazie alle nuove aperture nei canali aeroportuale e ferroviario, ha solo in parte controbilanciato la contrazione delle vendite registrata in Italia, generata dalla riduzione del perimetro di attività.

Di seguito il dettaglio delle vendite in Europa per canale:

	Primo trimestre	Primo trimestre	Variazione	
(m€)	2015	2014	2014	a cambi costanti
Autostrade	250,4	262,8	-4,7%	-5,4%
Aeroporti	46,1	41,7	10,6%	7,4%
Stazioni ferroviarie	39,0	37,3	4,5%	2,9%
Altri (*)	35,7	41,4	-13,8%	-15,2%
Totale Ricavi	371,2	383,2	-3,2%	-4,3%

(*) Include vendite ad affiliati

In Europa l'Ebitda è stato negativo e pari a -9,4m€, in calo del 5,7% (-2,3% a cambi correnti) rispetto a -9,2m€ del primo trimestre 2014. Il risultato del primo trimestre 2015 include oneri di riorganizzazione per 1,1m€, mentre l'esercizio precedente includeva oneri non ricorrenti per 0,9m€. Escludendo tali componenti, l'Ebitda sarebbe risultato in calo del 3,6% (+0,1% a cambi correnti).

I costi delle strutture centrali europee sono ammontati a 2,2m€, rispetto a 1,9m€ del 2014.

¹¹ L'area include le attività gestite dal Gruppo in Italia e negli Altri Paesi europei (Austria, Belgio, Francia, Germania, Grecia, Olanda, Polonia, Repubblica Ceca, Slovenia, Spagna, Svizzera)



Italia

Nel primo trimestre 2015, i **ricavi** complessivi in Italia sono stati pari a 217,1m€, in calo dell'8,7% rispetto a 237,7m€ del medesimo periodo dell'esercizio precedente principalmente per effetto della riduzione del perimetro di attività a seguito dei rinnovi selettivi nella stagione di gare 2013/2014.

Di seguito, il dettaglio delle vendite per canale:

(m€)	Primo trimestre	Primo trimestre	Variazione
	2015	2014	
Autostrade	166,7	181,8	-8,3%
Aeroporti	15,4	15,6	-1,2%
Stazioni ferroviarie	8,2	7,8	5,4%
Altri (*)	26,7	32,5	-17,9%
Totale Ricavi	217,1	237,7	-8,7%

(*) Include vendite ad affiliati

In Italia i ricavi in **autostrada** sono risultati pari a 166,7m€, in calo dell'8,3% rispetto a 181,8m€ del primo trimestre 2014. La flessione delle vendite è stata fortemente influenzata da un diverso perimetro di attività, conseguente alla strategia del Gruppo in Italia di concentrare le proprie risorse sui locali con maggiore potenziale. Tale approccio ha determinato l'uscita da vari punti vendita, che stavano registrando performance insoddisfacenti, e la partecipazione selettiva alla stagione di gare autostradali. L'uscita dai punti di vendita non rinnovati, concentrata nel mese di luglio 2014, ha generato nel primo trimestre 2015 minori ricavi per circa 10m€ rispetto allo stesso trimestre dell'esercizio precedente.

A parità di perimetro, a fronte di un aumento del traffico dello 0,9%¹², le vendite sono risultate in calo dell'1,8% rispetto all'anno precedente. Nel dettaglio, le vendite di ristorazione risultano in calo del 2,1% per effetto di una propensione al consumo che rimane debole, mentre le vendite del market sono in aumento del 3,2%, grazie alle mirate attività di marketing. Nel periodo i ricavi dei prodotti complementari registrano una flessione del 3,8%.

Le vendite negli **aeroporti** sono state pari a 15,4m€, sostanzialmente stabili rispetto al periodo di confronto (15,6m€), per effetto dell'apertura di nuovi punti vendita nell'aeroporto di Roma Fiumicino che hanno compensato il mancato fatturato derivante dalla cessazione delle attività meno performanti negli scali di Firenze, Bari e Napoli. Al netto dei contratti terminati anticipatamente, la crescita delle vendite nel canale è stata del 4,1%.

Le vendite nelle **stazioni ferroviarie** sono state pari a 8,2m€, in aumento del 5,4% rispetto al 2014, grazie all'ottima performance del Bistrot di Milano Centrale.

Il calo delle vendite negli **altri canali** (-17,9% rispetto al 2014) riflette la chiusura di diversi locali non profittevoli in città, centri commerciali e poli fieristici.

L'**Ebitda** in Italia è stato pari a -2,3m€, in miglioramento rispetto ai -3,0m€ del primo trimestre dell'anno precedente, grazie ai benefici ottenuti dall'uscita da punti vendita non profittevoli, dalla riduzione dell'incidenza del costo del venduto e dagli effetti positivi del progetto di revisione della produzione e

¹²Fonte: Autostrade per l'Italia, gennaio-marzo 2015



della catena logistica. Si segnala che l'Ebitda del primo trimestre 2015 include costi di riorganizzazione per 1,0m€, rispetto a 0,9m€ del 2014.

Altri Paesi europei

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.

Nel primo trimestre 2015 le vendite negli Altri Paesi europei risultano complessivamente in crescita del 2,8% (+5,9% a cambi correnti), con ricavi in aumento in tutti i Paesi dell'area, a eccezione di una lieve contrazione in Francia e Svizzera. Quest'ultima, in particolare, è stata negativamente influenzata da una minore propensione al consumo della clientela nei locali al confine tra Svizzera e Germania, conseguente all'apprezzamento del franco svizzero nei confronti dell'euro. Di seguito, l'andamento dei ricavi per canale:

(m€)	Primo trimestre	Primo trimestre	Variazione	
	2015	2014	2014	a cambi costanti
Autostrade	83,7	81,0	3,2%	0,9%
Aeroporti	30,8	26,2	17,6%	12,3%
Stazioni ferroviarie	30,7	29,5	4,3%	2,3%
Altri (*)	9,0	8,9	1,1%	-6,4%
Totale Ricavi	154,1	145,5	5,9%	2,8%

Le vendite nel **canale autostrade** sono state pari a 83,7m€, in crescita dello 0,9% (+3,2% a cambi correnti) rispetto a 81m€ del primo trimestre 2014, con buone performance in particolare in Spagna, Germania e Olanda, mentre è in calo la Svizzera, che sconta la citata penalizzazione delle vendite nei locali di confine tedesco, indotta dall'apprezzamento del franco svizzero.

I ricavi nel canale **aeroporti** sono cresciuti del 12,3% (+17,6% a cambi correnti) grazie all'ottima performance degli aeroporti di Atene, Bruxelles e Francoforte e all'apertura di nuovi punti vendita nell'aeroporto di Düsseldorf.

La performance registrata nel canale **stazioni ferroviarie** (+2,3%) beneficia delle aperture di nuovi spazi nella stazione di Atocha e dell'avvio delle attività nella stazione di Chamartin, entrambe a Madrid.

L'**Ebitda** negli Altri Paesi europei è stato pari a -4,9m€, in flessione rispetto ai -4,3m€ del primo trimestre 2014. La leggera contrazione è dovuta alla performance in Svizzera, che risente della perdita di competitività dei propri locali di confine dovuta all'apprezzamento del franco svizzero, e in Francia, per effetto del mancato rinnovo di alcuni locali in autostrada.



Costi Corporate

Nel primo trimestre 2015, i costi Corporate sono stati pari a 5,9m€, rispetto ai 5,2m€ dello stesso periodo dell'anno precedente. La riduzione del costo del personale e delle consulenze ha permesso di mitigare l'impatto prodotto dall'incremento dello stanziamento relativo ai piani di incentivazione del management, conseguente all'apprezzamento del valore di borsa del titolo Autogrill nel periodo di riferimento.

Investimenti

Di seguito il dettaglio per settore operativo degli investimenti netti realizzati nel primo trimestre 2015:

	Primo trimestre	Primo trimestre	Variazione	
(m€)	2015	2014	2014	a cambi costanti
Nord America	11,6	21,7	-46,6%	-56,2%
International	4,1	7,3	-43,4%	-44,9%
Totale HMSHost	15,7	29,0	-45,8%	-53,7%
Italia	5,8	4,5	28,7%	28,7%
Altri Paesi europei	2,4	2,3	7,0%	4,9%
Strutture centrali europee	0,4	0,3	38,7%	38,7%
Europa	8,6	7,0	22,1%	21,3%
Corporate	0,1	0,0	n.s.	n.s.
Investimenti netti	24,4	36,1	-32,3%	-40,5%

I principali investimenti del 2015 hanno riguardato il Nord America, con interventi negli aeroporti di Manchester, Toronto, Dallas/Ft. Worth, e l'Italia con importanti investimenti a Milano, in particolare ne "Il Mercato del Duomo", e nell'aeroporto di Roma Fiumicino.