



Comunicato stampa

Relazioni con i Media

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

## **La domanda di prodotti alternativi consente di assorbire il rallentamento di quella dei prodotti a base di carne bovina**

# **Autogrill tira le somme sui riflessi di mucca pazza**

Milano, 9 febbraio 2001 - In merito all'impatto sulle vendite Autogrill del fenomeno "mucca pazza" si precisa quanto segue.

Nelle prime cinque settimane del 2001, le vendite dei locali Burger King - che hanno un'incidenza inferiore all'1% sui ricavi totali del gruppo in Italia - sono risultate inferiori del 23,2% rispetto alle previsioni di budget, mentre il raffronto con il corrispondente periodo dell'anno precedente evidenzia una crescita del 74%. Sempre rispetto alle previsioni di budget, il fatturato della divisione QSR (Quick Service Restaurant) nel suo complesso (180 punti di vendita), è risultato comunque in crescita del 2,1% rispetto alle previsioni (+ 22% rispetto al corrispondente periodo dell'esercizio precedente) grazie al positivo apporto dei locali Spizzico, che hanno aumentato i ricavi dell'11,2% rispetto alle previsioni di budget e del 22% rispetto alle prime cinque settimane del 2000.

Appare quindi evidente, dall'analisi dei dati sopra riportati, la capacità da parte di Autogrill di fronteggiare le pur critiche ripercussioni che il fenomeno Bse sta avendo sul mercato italiano.

Le prime cinque settimane del 2001 confermano il positivo trend del fatturato complessivo del Gruppo in Italia, migliorato sia rispetto al corrispondente periodo dell'anno precedente (+8,2%), sia rispetto alle previsioni di budget (+2,1%).

Presente in 20 Paesi con circa 900 locations, il gruppo Autogrill realizza all'estero circa due terzi del proprio fatturato (compresi gli Stati Uniti) e prevede di chiudere il bilancio 2000 con ricavi per oltre 3 miliardi di euro e risultati positivi.