

## 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.