

## **AUTOGRILL S.p.A.**

### **RISPOSTE ALLE DOMANDE DEL SOCIO GERARDINO GARRI PER L'ASSEMBLEA ORDINARIA DEL 21 MAGGIO 2020 RICEVUTE VIA PEC IN DATA 14 MAGGIO 2020**

(N.B. Le parti in corsivo riproducono *verbatim* il testo trasmesso dal socio Gerardino Garri)

1. *Premesso che seguo la società da tempo e sono membro dell'associazione Azionisti Consapevoli (www.azionisti.info) vorrei sapere quale sarà l'impatto sul business 2020 della società a causa della crisi sanitaria COVID19 e della forte riduzione di traffico sulle autostrade.*

#### **Risposta:**

Come comunicato lo scorso 9 aprile 2020, alla luce del perdurare dell'incertezza sulla durata della pandemia e del suo impatto, non è possibile effettuare previsioni sulla gestione dell'esercizio in corso nel suo complesso: pertanto la *guidance* per il 2020 del Gruppo Autogrill sarà annunciata quando la situazione sarà più stabile.

2. *Sono state intraprese modifiche al modello di business per far fronte alla riduzione di business derivanti dalla chiusura dei punti ristoro negli ultimi 3 mesi?*

#### **Risposta:**

In relazione agli effetti del coronavirus COVID-19 negli ultimi tre mesi e alla riduzione di fatturato, sono state tempestivamente:

- intraprese azioni per la massima tutela della salute dei collaboratori e dei clienti,
- adeguate le modalità di offerta, l'ampiezza e profondità della gamma prodotti,
- messe in atto azioni per ampliare e ulteriormente fidelizzare i clienti (es: spesa veloce),
- osservate le normative nazionali, regionali e locali.

Quanto sopra al fine di garantire la sostenibilità del modello di business nel breve e medio termine.

3. *Su notizie apparse sulla stampa recentemente si è appreso del licenziamento di una lavoratrice perché a suo dire la società non ha rispettato le normative di sanificazione degli ambienti di lavoro durante l'emergenza COVID, si chiedono chiarimenti in merito?*

#### **Risposta:**

Il Gruppo Autogrill ha puntualmente adempiuto a tutti gli obblighi posti dalle normative di volta in volta applicabili per far fronte all'emergenza COVID-19. Nessuna informazione ulteriore può essere fornita sulle ragioni del licenziamento comminato da Autogrill Italia S.p.A. per ovvie esigenze di tutela del diritto alla riservatezza della dipendente coinvolta.

4. *Quali sono le misure di sicurezza implementate in questa fase di emergenza a tutela dei clienti e dei lavoratori?*

Risposta:

Con riferimento all'Italia e agli altri Paesi in cui è presente il Gruppo sono stati adottati presidi di sicurezza per i dipendenti ed i clienti quali mascherine, visiere e plexiglas sul banco bar e alle casse, gel sanificanti, sanificazione incrementata dei punti di vendita, segnaletica orizzontale e verticale per il mantenimento della distanza interpersonale di sicurezza.

5. *Qual è l'impatto sui ricavi dell'emergenza COVID?*

Risposta:

Come comunicato lo scorso 9 aprile 2020, alla fine della prima settimana di marzo l'impatto negativo della pandemia sui ricavi era stimato per un ammontare di circa Euro 25-30 milioni. Nelle settimane successive, la rapida *escalation* del virus, con la progressiva adozione di misure restrittive del traffico e della socialità in tutto il mondo, ha comportato un'ulteriore riduzione dei ricavi, con cali tra l'80 e il 90% nell'ultima settimana di marzo 2020 rispetto all'anno precedente. Al 29 marzo 2020, l'impatto negativo della pandemia stimato sui ricavi è di circa € 190 milioni.

6. *Quali sono i rischi connessi al COVID che impattano sul business?*

Risposta:

Gli elementi di rischio principali sono gli effetti della pandemia sul traffico mondiale, in particolare quello aereo e quello autostradale, e il mutamento nelle abitudini dei consumatori che potrebbe impattare il livello di penetrazione del traffico.

7. *La società ha fatto un'analisi di gradimento dei servizi da parte degli utenti?*

Risposta:

Come tutti gli anni, anche nel 2019 è stata condotta una ricerca di mercato che ha avuto l'obiettivo di indagare la soddisfazione del cliente rispetto all'esperienza che vive all'interno dei punti di vendita Autogrill. Se ne è occupato l'istituto di ricerca Kantar.

Si sono svolte due sessioni durante l'anno, ad Aprile ed Ottobre 2019, per leggere meglio i dati in base alla stagionalità caratteristica dell'attività del Gruppo.

Le interviste, più di 4.300, sono state condotte utilizzando il *panel online*, partendo da un campione rappresentativo della popolazione in termini di età, genere e aree geografiche e operando una selezione per identificare i clienti Autogrill che hanno acquistato o consumato in Autogrill nell'ultimo mese in modo da avere vivo il ricordo dell'esperienza.

Dalla ricerca emergono diversi KPI che aiutano a comprendere la soddisfazione dei clienti, le loro esigenze durante il percorso, e mostrano come l'azienda si posiziona rispetto ai concorrenti e dove deve concentrare gli investimenti per incrementare sempre di più la soddisfazione dei consumatori.

Rispetto al 2018, il KPI principale ha avuto una crescita statisticamente significativa su tutta Italia; la crescita è avvenuta per tutti i canali, dall'autostrada ad aeroporti, città, centri commerciali e stazioni.

Le singole aree che contribuiscono a costruire la soddisfazione del cliente sono *Staff&Service*, *Food&Drink*, *Environment*, *Order&Cleaning* e *Brand Image*. Tutte le singole aree sono cresciute rispetto all'anno precedente, grazie soprattutto al forte contributo della *Brand Image* che è passata da 2,95 a 3,18 su un massimo di 5.

Oltre alla ricerca su soddisfazione generale relativa all'esperienza del cliente, nel 2019 sono state svolte ricerche dedicate a specifici prodotti per misurare la soddisfazione dei consumatori dopo aver fatto un cambio prodotto (es. Caffè, Brioche, Panini). Tutte hanno avuto esito positivo rispetto ai nuovi prodotti inseriti e questo ha portato all'estensione degli stessi su tutta la rete di punti vendita Italia. La ricerca su Brioche e Caffè è stata realizzata da Istituto Piepoli, mentre quella su Panini da Ipsos.

*8. Perché la società ha sostanzialmente abbandonato il SUD del paese non partecipando alle gare per il rinnovo delle concessioni sull'A2 da Salerno in poi?*

Risposta:

La Società e le sue controllate (tra cui Autogrill Italia S.p.A.) valutano la partecipazione alle gare unicamente in funzione di parametri relativi all'entità degli investimenti richiesti ed alla possibilità di conseguire un'adeguata remunerazione degli stessi nel periodo di concessione.

*9. Quanto pesa il pregiudizio antimeridionale nella giustificazione di tale scelta?*

Risposta:

La scelta si basa unicamente su quanto indicato nella risposta alla domanda 8 di cui sopra. La controllata Autogrill Italia S.p.A. ha un'importante presenza nel Sud d'Italia ed in particolare in Campania, in Sicilia ed in minor misura in Puglia.

*10. Ci potete indicare in termini percentuali quanto incidono i fornitori di prodotti di origine meridionale sul totale delle forniture che la società acquisisce sul mercato?*

Risposta:

Sul totale delle forniture acquistate dalle società controllate italiane il peso dei fornitori di origine meridionale è rilevante, essendo fornitori di alcune importanti categorie di prodotto: in particolare da fornitori del Sud d'Italia vengono acquistati la quasi totalità delle brioches e dei dolci del bar snack, tutto il caffè, la pasta dei ristoranti, alcuni prodotti di gastronomia ed il sugo di pomodoro dei primi piatti, la mozzarella di bufala campana usata nei ristoranti, buona parte della pasta in vendita al market Autogrill.

11. *Quali sono i meccanismi di qualificazione per le forniture?*

Risposta:

Autogrill applica il principio della valutazione periodica del proprio albo fornitori. A tal fine i fornitori *Food & Beverages* vengono generalmente auditati in corso di inserimento per verificare i requisiti di sicurezza alimentare in ambito produttivo e periodicamente valutati dalle Funzioni Acquisti, Qualità Sicurezza Ambiente e Logistica (per quanto riguarda completezza e puntualità delle consegne).

12. *Quali sono i meccanismi di prevenzione di eventuali corruzione da parte di fornitori che la società mette in atto?*

Risposta:

Oltre al Modello di Gestione, organizzazione e controllo ex D.lgs 231/01 della Capogruppo e delle società controllate italiane, il Gruppo si è dotato di una Policy anticorruzione ("*Global anti-corruption policy of the Autogrill Group*"), approvata dal Consiglio di Amministrazione in data 28 settembre 2017 ed entrata in vigore l'1 gennaio 2018, che stabilisce gli obblighi e i principi di comportamento da rispettare per tutte le società del Gruppo. La Policy indica infatti a tutti gli Amministratori, *manager*, dipendenti e membri di organi di controllo di società del Gruppo e a tutti coloro che operano, in Italia e all'estero, in nome o per conto di Autogrill, i principi e le regole da seguire per garantire il rispetto delle normative anticorruzione di tutti i Paesi in cui il Gruppo opera. La Direzione Internal Audit del Gruppo Autogrill esamina e valuta in maniera indipendente il sistema di controllo interno, al fine di verificare che sia rispettato quanto previsto dalla Policy, sulla base del proprio programma annuale di audit approvato dal Consiglio di Amministrazione, mentre il *Group General Counsel* riesamina periodicamente la Policy per assicurarne l'efficace applicazione. Ogni società e tutti i collaboratori del Gruppo devono segnalare ogni violazione (o ragionevole sospetto di violazione) della Policy e/o delle Leggi Anticorruzione, utilizzando il sistema di segnalazione messo a disposizione dal Gruppo Autogrill.