



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	
(m€)	2015	2014	2014	a cambi costanti
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	
(m€)	2015	2014	2014	a cambi costanti
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%		

			Variazione	
(m€)	31/03/2015	31/12/2014	2014	a cambi costanti
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.

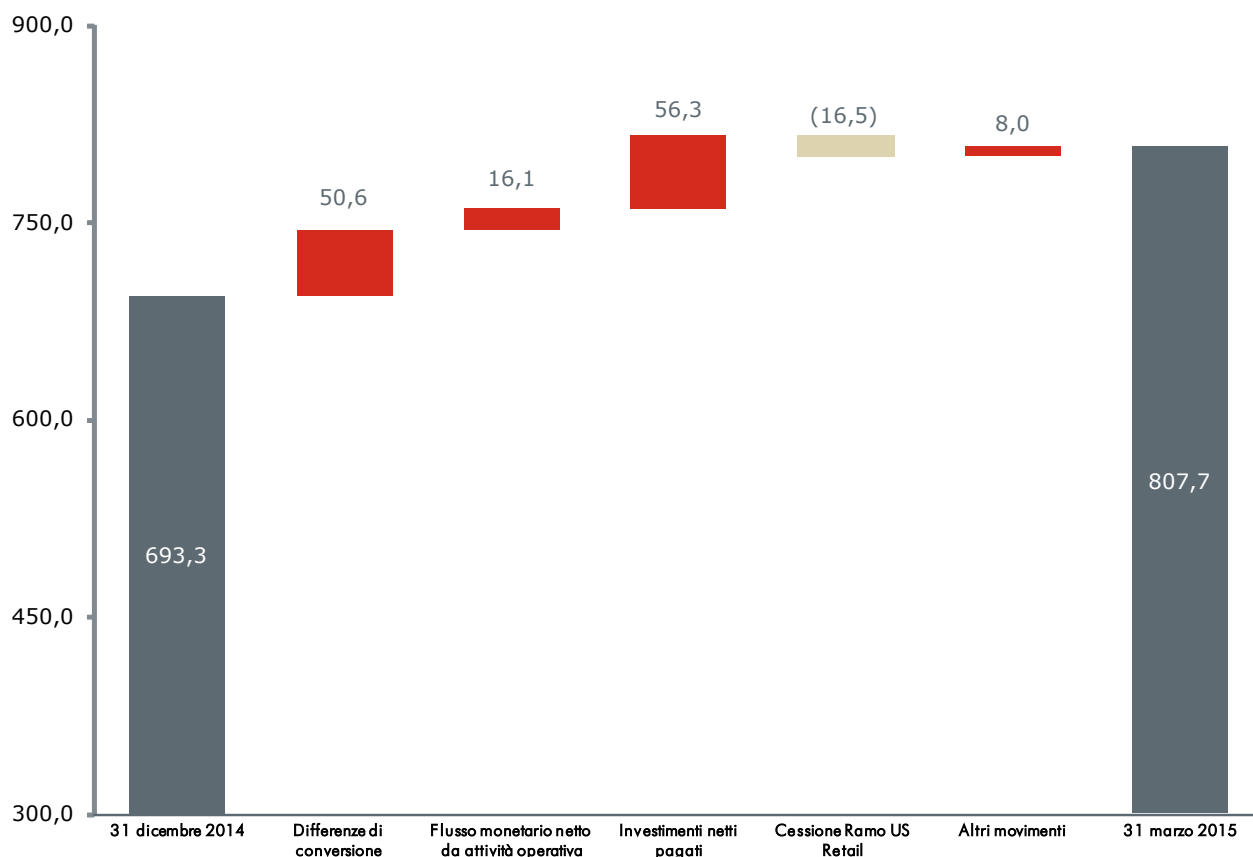
(m€)	Primo trimestre 2015	Primo trimestre 2014
EBITDA	22,5	15,1
Variazione capitale circolante netto	(23,6)	(27,6)
Altro	(0,5)	0,4
Flusso monetario da attività operative	(1,5)	(12,1)
Imposte (pagate) rimborsate	(2,7)	(1,5)
Interessi netti pagati	(11,9)	(10,6)
Flusso monetario netto da attività operative	(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



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

Risultati economici

Conto economico consolidato sintetico del 1° trimestre 2015

(m€)	Primo trimestre	Incidenza sui Ricavi	Primo trimestre	Incidenza sui Ricavi	Variazione	
	2015		2014		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%



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

Risultati della gestione finanziaria

Situazione patrimoniale-finanziaria riclassificata al 31 marzo 2015

			Variazione	
	31/03/2015	31/12/2014		
			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



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

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

	Primo trimestre	Primo trimestre	Variazione	
(m€)	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

	Primo trimestre		Primo trimestre		Variazione	
(m€)	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	
(m\$)	2015	2014	2014	a cambi costanti
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:

	Primo trimestre	Primo trimestre	
	2015	2014	Variazione
(m€)			
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:

	Primo trimestre	Primo trimestre	Variazione	
(m€)	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.



The Board of Directors approves the interim management report to 31 March 2015

Autogrill: strong growth in 1st quarter Ebitda

Results for 1st quarter 2015¹

- Consolidated revenues: €893.5m vs €813m in 1st quarter 2014
- Consolidated Ebitda: €22.5m vs €15.1m in 1st quarter 2014
- Net result: €-40.4m vs €-37.1m in 1st quarter 2014
- Cash flow generation²: €-16.1m vs €-24.2m in 1st quarter 2014
- Net financial position: €807.7m at 31 March 2015 against €693.3m at 31 December 2014

Milan, 12 May 2015 – Meeting today, the Board of Directors of Autogrill S.p.A. (Milan: AGL IM) examined and approved the consolidated results at 31 March 2015.

1st quarter 2015 closed with sales of €893.5m, up 9.9% on the €813m posted for the same period the previous year (down 0.1% at constant rates). The result was obtained thanks to the positive trend in business in the United States and the strengthening of the US dollar against the euro.

The period was characterized by good sales performance at airports, the Group's main channel, with 20.7%³ growth on 1st quarter 2014. The positive trend in airports offset substantially stable revenues⁴ in the motorway channel, where growth in North America and the Other European countries was balanced by the contraction in Italy following redefinition of commercial operations through selective renewals in the motorway channel tender campaigns in the last two years.

Growth in Ebitda was particularly strong, rising €22.5m (48.7%) from €15.1m in 1st quarter 2014. At constant rates too Ebitda grew significantly (7.4%) thanks to results in the United States and improved economic performance in Italy.

Events after the close of the quarter

In the first months of the year, in line with its business development strategy, the Group continued to expand in fast growing economies – especially in Asia - and strengthen its commercial operations in markets where it has a strong presence, such as North America.

In April, Autogrill announced its entry to China, where in 2015 it will open 10 points of sale at the international airports of Beijing and Sanya, which are expected to generate total revenues of around €50m over the period of the two contracts.

In North America, the Company strengthened its position in the airport channel by winning four contracts to operate 40 points of sale at Houston Airport in the United States and Montreal Airport in Canada. According to estimates, the two operations will produce accumulated sales of around \$790m in the overall duration of the contracts.

¹ Average exchange rates used for converting amounts to the main non-euro currency: 2015: €/€ 1.1261; 2014: €/€ 1.3696.

² Net cash flows from operations.

³ Up 3.8% at constant rates.

⁴ Down 3.5% at constant rates.



Outlook for 2015

In the first 18 weeks⁵ the Group saw its sales rise 11.3% on the reference period (up 0.3% at constant rates).

The Group's forecast results for 2015 were calculated on an average €/€ exchange rate of 1.10, which compared to the average €/€ rate in 2014 (1.3285) produces a significant appreciation in the euro conversion of results generated in US dollars. The effects of the different €/€ rate on the main economic indicators of forecast performance are also indicated.

The Group is expecting to see revenues in 2015 between €4,300m and €4,400m compared to €3,930m in 2014. The effect of the different exchange rate used is an increase of around €335m in sales.

Forecast Ebitda (including Corporate costs) for 2015 is between €370m and €380m, with a margin over expected revenues of around 8.6%. In 2014 the Group posted Ebitda of €316.2m (with an Ebitda margin of 8%). The effect of the different exchange rate used is an increase of around €37m in Ebitda.

Lastly, the Group expects its net capital expenditure to be around €240m against €196.4m in 2014. The effect of the different exchange rate used is an increase of around €14m in investments.

⁵ Average rates in 2015: €/€ 1.1145; 2014: €/€ 1.3726



Consolidated income results for 1st quarter 2015

	First quarter	First quarter	Change	
(€m)	2015	2014	2014	at constant exchange rates
Revenue	893.5	813.0	9.9%	-0.1%
Ebitda	22.5	15.1	48.7%	7.4%
Ebitda margin	2.5%	1.9%		
EBIT	(26.0)	(27.2)	4.4%	-0.4%
Ebit margin	2.9%	3.3%		
Profit attributable to the owners of the parent	(40.4)	(37.1)	-8.7%	-8.4%
Earnings per share (€ cents)*				
basic	(15.9)	(14.7)		
diluted	(15.9)	(14.6)		

	First quarter	First quarter	Change	
(€m)	2015	2014	2014	at constant exchange rates
Net cash flows from operating activities	(16.1)	(24.2)		
Net investment	24.4	36.1	-32.3%	-40.5%
% of net sales	2.7%	4.4%		

	31/03/2015	31/12/2014	Change	
(€m)			2014	at constant exchange rates
Net invested capital	1,309.4	1,184.0	125.4	20.4
Net financial position	807.7	693.3	114.4	63.9

Revenues

Consolidated revenues in 1st quarter 2015 reached €893.5m, up 9.9% on €813m in the same period in 2014. At constant rates, revenues were substantially unchanged with respect to the previous period. The stability of the sales at constant rates is the result of differing performance in its two main channels. Sales in the airport channel grew 20.7% (up 3.8% at constant rates), having been driven mainly by the increase in the average spend in North America and new openings in Indonesia, Vietnam, Turkey and Finland.

Revenues in the motorway channel, on the other hand, were down 3.5% overall, while being stable at current rates. The increase in sales on motorways in North American and certain European countries was completely absorbed by the contraction of revenues in Italy following the Group's decision to cut back its operations in the motorway channel.



Group sales by channel were as follows:

	First quarter	First quarter	Change	
(€m)	2015	2014	2014	at constant exchange rates
Airports	497.0	411.9	20.7%	3.8%
Motorways	318.7	318.8	-0.0%	-3.5%
Railway Stations	39.0	37.5	3.9%	2.4%
Other	38.8	44.8	-13.4%	-17.6%
Total Revenue	893.5	813.0	9.9%	-0.1%

Ebitda

There was strong growth in Ebitda, rising to €22.5m from €15.1m in 1st quarter 2014 (up 48.7%). The significant growth in profitability in North America, improved profitability in Italy and the strengthening of the US dollar against the euro are the main factors in the result for the quarter. The ratio to revenues moved from 1.9% in 1st quarter 2014 to 2.5%.

The Group's income performance improved significantly even without the effect of the dollar's strengthening against the euro. At constant rates, Ebitda in 1st quarter 2015 was up 7.4% on the same quarter the previous year. This result is due to the growth and a more favourable sales mix in the United States and the ongoing efficiency drive, especially in Italy, where the programme of production and logistics chain reviews is starting to yield positive results.

In 1st quarter 2015 the Group took a reorganization charge of €3.7m compared to €1.8m in the same period the previous year. Net of such charge, the growth in Ebitda for the period would have been 53.7% at current rates (13.6% at constant rates).

Amortization, depreciation and impairments

Amortization, depreciation and impairments in the 1st quarter of the year amounted to €48.5m against €42.3m in 1st quarter 2014, up 14.6% (up 3.5% at constant rates). The increase reflects the appreciation of the dollar, since a significant portion of the Group's investments are in the United States.

Operating result (EBIT)

In line with the highly seasonal nature of the Group's business, the operating result in 1st quarter 2014 was a negative €26.0m, an improvement however on the negative €27.2m posted in the same period the previous year.

Net financial charges

Net financial charges in 1st quarter 2015 were up 13.6% (up 2.4% at constant rates) on 1st quarter 2014, moving from €9.9m to €11.2m, the increase reflecting the impact of the stronger US dollar, the currency in which the Group issues its bonds. The figure for 1st quarter 2015 also includes €1.3m in bank commissions paid in 2011 (and not yet fully amortized) on the financing of the original €700m loan extinguished in March 2015. Excluding this non-recurring cost, financial charges were in line with 2014 (down 9.7% at constant rates) thanks to the lower average cost of debt.



Net result for the Group

The 1st quarter of the year, typically marking the seasonal low in revenues, closes with a net loss attributable to the shareholders of the parent company of €40.4m against €37.1m in the same quarter of the previous year. In absolute terms, the change reflects the increase in financial charges, the increase in minority interests (€1.5m against €0.5m in the same period in 2014) and a slightly unfavourable fiscal effect due to the low season.

Consolidated balance sheet data ⁶ at 31 March 2015

	31/03/2015	31/12/2014	Change	
			2014	at constant exchange rates
(€m)				
Goodwill	877.7	804.5	73.2	(1.4)
Intangible assets	63.8	63.8	0.1	(1.7)
Property, plant and equipment	867.3	834.9	32.4	(29.1)
Financial assets	24.0	22.8	1.2	0.2
Non-current assets	1,832.9	1,726.0	106.8	(32.0)
Working capital	(363.8)	(394.7)	30.9	52.4
Other non-current non-financial assets and liabilities	(159.6)	(147.3)	(12.3)	0.0
Net invested capital	1,309.4	1,184.0	125.4	20.4
Net financial position	807.7	693.3	114.4	63.9

⁶ €/€ rates: 1.0759 at 31 March 2015; 1.2141 at 31 December 2014.



Net cash flow generation

In 1st quarter 2015, the Group saw a negative net cash flow of €55.9m, slightly up on €53.2m in the same period in 2014. The improvement in cash flows from operations made it possible to absorb the increase in investment payments.

1st quarter 2015 had the benefit of \$18m (€16.5m) from the transfer to World Duty Free Group of the last four contracts relative to the Travel Retail business in the United States, whereas 1st quarter 2014 included the collection, again from World Duty Free Group, of \$17m (€13.3m) under certain provisions in the contract transferring the US Retail Division.

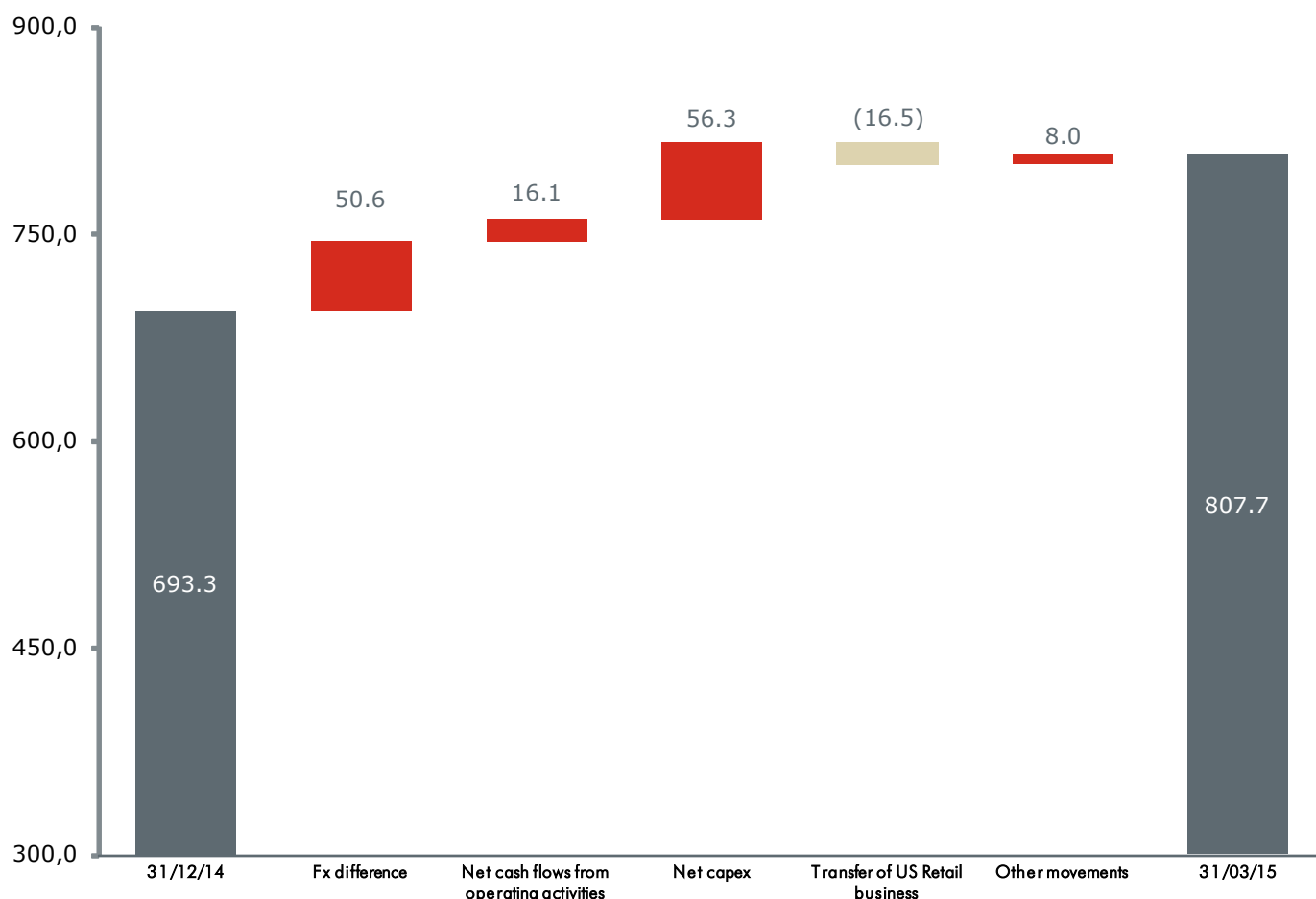
(m€)	First quarter 2015	First quarter 2014
EBITDA	22.5	15.1
Change in working capital and net change in non-current non-financial assets and liabilities	(23.6)	(27.6)
Other non cash items	(0.5)	0.4
CASH FLOW FROM OPERATION	(1.5)	(12.1)
Tax (paid)/refund	(2.7)	(1.5)
Net interest paid	(11.9)	(10.6)
NET CASH FLOW FROM OPERATION	(16.1)	(24.2)
Net CAPEX	(56.3)	(42.3)
Transfer of Retail US business	16.5	13.3
FREE OPERATING CASH FLOW	(55.9)	(53.2)

Net financial position

Net financial indebtedness at 31 March 2015 was €807.7m, up €114.4m on €693.3m at 31 December 2014 due to the seasonal cash flow trend, which is typically negative in the 1st quarter of the year, and the effect of euro conversion of the Group's debt in US dollars.



Trend in Net Financial Position (€m)



The fair value of interest rate hedging contracts at 31 March 2015 was €-0.3m against €-3.5m at 31 December 2014.

At 31 March 2015, net financial indebtedness was 61% in US dollars and the rest in euros, while 60% of the total amount is fixed rate, partly due to the effect of interest rate hedging. The average weighted cost of debt in 1st quarter 2015 was 4.4% compared to 5.0% in the same period the previous year thanks to the reduction in taxes in Europe.

Debt is mostly in the form of “committed” bank loans and non-listed bonds with an average residual term of around 5 years and 3 months. On 6 March 2015, the subsidiary HMSHost Corporation obtained an extension of its \$250m credit line, originally maturing on 22 March 2016, to 6 March 2020. On 12 March 2015, Autogrill S.p.A. underwrote a new financing contract worth a total of €600m, maturing in March 2020.

Loan contracts and bonds require certain financial indicators to be maintained within pre-defined values. At 31 March 2015, all the parameters were comfortably within such limits.



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

The results at 31 March 2015 will be illustrated in a conference call for the financial community starting at 5.30 pm today. The presentation will also be available in the Investor Relations section of www.autogrill.com as from 5 pm. Contact phone numbers:

- from Italy: 800 40 80 88
- from outside Italy: + 39 06 33 48 68 68
- enter pin * 0

This press release concerning the results as of 31 March 2015, which have not been audited, constitutes an interim report drafted in accordance with the provisions of art. 154-ter, legislative decree 58/1998 (TUF). Income data refer to the 1st quarters of 2014 and 2013. Balance sheet data refer to 31 March 2015 and 31 December 2014. The format of the income statement and balance sheet information is the same as that used in the 2013 annual report. The main accounting standards and consolidation criteria are in line with those used in drafting the financial statements for 2013, which should be referred to for further details. Reporting on the quarterly accounting situation contains estimates and assumptions that have an effect on the values of assets and liabilities at the date of such quarterly accounts. Actual results may differ from such estimates. Estimates and assumptions are regularly reviewed and the effects of any changes are written to the income statement of the period in which the change occurred and in future periods. Appraisal of losses in the value of non-current assets is only done on drafting financial statements except for cases in which there are indications of a possible impairment in value. Similarly, actuarial calculation of employee benefit plans is done during drafting of the financial statements. The interim report is drafted as for a going concern whose operating currency is the euro. Values are expressed in millions of euros unless stated otherwise.

The executive responsible for the drafting of the company's accounting documents, Alberto De Vecchi, hereby declares pursuant to clause 2, art. 154 bis, TUF, that the accounting information in this release is in line with the Company's accounting records and registers.

Disclaimer

This press release contains forecasts and estimates that reflect the opinions of the management ("forward-looking statements"), especially regarding future business performance, new investments and developments in the cash flow and financial situation. Such forward-looking statements have by their very nature an element of risk and uncertainty as they depend on the occurrence of future events. Actual results may differ significantly from the forecast figures and for a number of reasons, including by way of example: traffic trends in the countries and business channels where the Group operates; the outcome of procedures for the renewal of existing concession contracts and for the award of new concessions; changes in the competitive scenario; exchange rates between the main currencies and the euro, esp. the US dollar and UK sterling; interest rate movements; future developments in demand; changing oil and other raw material (food) prices; general global economic conditions; geopolitical factors and new legislation in the countries where the Group operates and other changes in business conditions.

The Group's business is correlated to traffic flows. The 1st and 3rd quarters usually represent the low and high points, respectively, in the business year. Major investment programmes are thus scheduled in the 1st and 4th quarters and are usually suspended in the summer period. Quarterly operating results and changes in net financial indebtedness may not, therefore, be directly compared or extrapolated to obtain forecasts of year-end results.

For further information:

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



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

Income results

Condensed consolidated income statement, 1st quarter 2015

	First quarter		First quarter		Change	
	2015	% of revenue	2014	% of revenue	2014	at constant exchange rates
(€m)						
Revenue	893,5	100,0%	813,0	100,0%	9,9%	-0,1%
Other operating income	26,4	3,0%	27,2	3,3%	-3,0%	-4,4%
Total revenue and other operating income	919,9	103,0%	840,2	103,3%	9,5%	-0,2%
Raw materials, supplies and goods	(290,4)	32,5%	(277,1)	34,1%	4,8%	-2,8%
Personnel expense	(327,6)	36,7%	(297,2)	36,6%	10,2%	0,2%
Leases, rentals, concessions and royalties	(154,5)	17,3%	(140,3)	17,3%	10,2%	-0,3%
Other operating expense	(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%
Depreciation, amortisation and impairment losses	(48,5)	5,4%	(42,3)	5,2%	14,6%	3,5%
EBIT	(26,0)	2,9%	(27,2)	3,3%	4,4%	-0,4%
Net financial expense	(11,2)	1,3%	(9,9)	1,2%	13,6%	2,4%
Impairment losses on financial assets	0,5	0,1%	0,6	0,1%	-18,3%	-32,9%
Pre-tax Profit	(36,7)	4,1%	(36,5)	4,5%	-0,7%	-1,6%
Income tax	(2,1)	0,2%	(0,1)	0,0%	1709,6%	376,5%
Profit attributable to:	(38,9)	4,3%	(36,6)	4,5%	-6,2%	-6,2%
- owners of the parent	(40,4)	4,5%	(37,1)	4,6%	-8,7%	-8,4%
- non-controlling interests	1,5	0,2%	0,5	0,1%	182,3%	133,9%



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

Financial management results

Reclassified consolidated balance sheet 31 March 2015

	31/12/2014	31/12/2013	Change	
			2013	at constant exchange rates
(€m)				
Intangible assets	941,6	868,3	73,3	(3,1)
Property, plant and equipment	867,3	834,9	32,4	(29,1)
Financial assets	24,0	22,8	1,2	0,2
A) Non-current assets	1.832,9	1.726,0	106,8	(32,0)
Inventories	103,9	123,5	(19,6)	(23,8)
Trade receivables	45,6	43,5	2,1	1,6
Other receivables	206,6	179,9	26,6	20,6
Trade payables	(415,2)	(406,7)	(8,5)	2,6
Other payables	(304,7)	(335,0)	30,3	51,5
B) Working capital	(363,8)	(394,7)	30,9	52,4
C) Invested capital, less current liabilities	1.469,1	1.331,3	137,7	20,4
D) Other non-current non-financial assets and liabilities	(159,6)	(147,3)	(12,3)	0,0
E) Net invested capital	1.309,4	1.184,0	125,4	20,4
Equity attributable to owners of the parent	467,9	458,5	9,4	(41,9)
Equity attributable to non-controlling interests	33,8	32,1	1,7	(1,5)
F) Equity	501,7	490,7	11,0	(43,4)
Non-current financial liabilities	759,3	752,7	6,6	(50,0)
Non-current financial assets	(7,3)	(4,9)	(2,4)	(1,8)
G) Non-current financial indebtedness	752,0	747,8	4,2	(51,8)
Current financial liabilities	189,4	150,0	39,4	30,2
Cash and cash equivalents and current financial assets	(133,7)	(204,5)	70,8	85,4
H) Current net financial indebtedness	55,8	(54,5)	110,2	115,6
Net financial position (G+H)	807,7	693,3	114,4	63,9
I) Total as in E)	1.309,4	1.184,0	125,4	20,4



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

Consolidated cash flow statement

(€m)	First quarter 2015	First quarter 2014
Opening net cash and cash equivalents	142.8	129.6
Pre-tax profit and net financial expense for the year	(25.5)	(26.6)
Amortisation, depreciation and impairment losses on non-current assets, net of reversals	48.5	42.3
Adjustment and (gains)/losses on disposal of financial assets	(0.5)	(0.6)
(Gain)/losses on disposal of non-current assets	(0.5)	0.1
Other non-cash items	(0.0)	0.3
Change in working capital	(30.8)	(22.4)
Net change in non-current non-financial assets and liabilities	7.2	(5.2)
Cash flow from operating activities	(1.5)	(12.1)
Taxes paid	(2.7)	(1.5)
Interest paid	(11.9)	(10.6)
Net cash flow from operating activities	(16.1)	(24.2)
Acquisition of property, plant and equipment and intangible assets	(58.8)	(42.5)
Proceeds from sale of non-current assets	2.5	0.2
Acquisition of consolidated equity investments	0.0	(0.1)
Disposal of US Retail division	16.5	13.3
Net change in non-current financial assets	0.6	(1.1)
Net cash flow used in investing activities	(39.1)	(30.2)
Issue of new non-current loans	269.1	55.4
Repayments of non-current loans	(322.0)	(0.2)
Repayments of current loans, net of new loans	38.2	(26.7)
Exercise of stock options	2.1	-
Other cash flows ⁽¹⁾	(0.2)	(0.3)
Net cash flow used in financing activities	(12.9)	28.2
Cash flow for the period	(68.1)	(26.2)
Effect of exchange on net cash and cash equivalents	4.5	0.1
Closing net cash and cash equivalents	79.2	103.4
Reconciliation of net cash and cash equivalents		
(€m)		
Opening - net cash and cash equivalents - balance as of 1st January 2015 and as of 1st January 2014	142.8	129.6
Cash and cash equivalents	183.2	171.5
Current account overdrafts	(40.4)	(41.9)
Closing - net cash and cash equivalents - balance as of 31 March 2015 and as of 31 March 2014	79.2	103.4
Cash and cash equivalents	110.8	151.3
Current account overdrafts	(31.5)	(47.9)



Operating areas

To provide a clearer picture of the economic trends in the various operating areas, HMSHost's performance is stated under two separate areas (since 4Q2014): North America (United States of America and Canada) and the International Area (including Northern Europe, the Middle East and Asia). The International Area also includes the results of business in the UK, Ireland and Sweden/Denmark, previously under "Other European countries".

To facilitate understanding of the statement of the so-called "Corporate Costs", the item has been split into those referring exclusively to activities in Europe (termed "European central structures") and those serving the entire Group (which retain the original term "Corporate Costs").

Revenues per Geographical Area

	First quarter	First quarter	Change	
(€m)	2015	2014	2014	at constant exchange rates
North America	460.4	376.9	22.2%	1.9%
International	62.0	52.9	17.1%	12.7%
Total HMSHost	522.3	429.8	21.5%	3.1%
Italy	217.1	237.7	-8.7%	-8.7%
Other European countries	154.1	145.5	5.9%	2.8%
Total Europe	371.2	383.2	-3.2%	-4.3%
Total Revenue	893.5	813.0	9.9%	-0.1%

Ebitda per Geographical Area

	First quarter		First quarter		Change	
(€m)	2015	% of revenue	2014	% of revenue	2014	at constant exchange rates
North 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%
Total HMSHost	37.8	7.2%	29.6	6.9%	27.9%	7.7%
Italy	(2.3)	-1.1%	(3.0)	-1.3%	23.4%	23.4%
Other European Countries	(4.9)	-3.2%	(4.3)	-2.9%	-14.0%	-22.5%
Europe Structure	(2.2)	-	(1.9)	-	-17.3%	-17.3%
Total Europe	(9.4)	-2.5%	(9.2)	-2.4%	-2.3%	-5.7%
Corporate costs	(5.9)	-	(5.2)	-	-12.6%	-12.6%
Total Ebitda	22.5	2.5%	15.1	1.9%	48.7%	7.4%



HMSHost – North America

In 1st quarter 2015, North America generated **revenues** of \$518.4m, up 1.9%⁷ (up 0.4% at current rates) on \$516.2m in the same period the previous year.

Revenues per channel were as follows:

	First quarter	First quarter	Change	
	2015	2014	2014	at constant exchange rates
(\$m)				
Airports	437.9	434.5	0.8%	2.1%
Motorways	72.6	71.9	1.1%	3.8%
Other	7.9	9.8	-19.6%	-19.6%
Total Revenue	518.4	516.2	0.4%	1.9%

Sales in the US **airport channel** were up 3.2%, both in absolute terms and on a comparable basis. The increase in the average spend, following the introduction of concepts with richer offerings, enabled revenues to grow in step with airport traffic in the USA (up 3.5%⁸) even though the number of transactions was substantially unchanged. Sales in Canadian airports, on the other hand, were down 7.4% (down 17.6% at current rates), mainly because of negative performance at Toronto and Montreal airports, where excess supply with respect to the traffic potential of these airports has driven up competitive pressure. Due to these opposing trends in the United States and Canada, sales in the airport channel in North America grew 2.1% overall (up 0.8% at current rates).

US **motorway** revenues were up 3.6% on a comparable basis, thus topping the traffic trend, which was up 2.7%⁹. Sales performance was positive (up 8.4% at constant rates) on the Ontario motorway in Canada, which suffered particularly bad weather conditions in 2014. In North America as a whole, revenues in this channel were up 3.8% (up 1.1% at current rates), with increases in both average spend and number of transactions.

Sales in the other channels were down 19.6% on the previous year due to the Group's decision to abandon a number of contracts in shopping malls.

Ebitda in North America amounted to \$38.1m, up 11.4% (up 10.3% at current rates) on \$34.5m in the same period in 2014, with a ratio to revenues of 7.3% against 6.7% the previous year.

The improvement in the Ebitda margin was due above all to the reduced impact of the cost of sale, reflecting a more favourable sales mix. Positive results were also obtained in terms of labour productivity, making it possible to absorb the increase in costs for social security and benefits.

The result for the period includes a restructuring charge of \$2.8m (\$1.2m in 1st quarter 2014). Excluding this non-recurring charge, the growth in Ebitda was 15.6% (up 14.5% at current rates) with a ratio to revenues of 7.9% (6.9% in 2014).

⁷ Sales in North America include revenues produced in various Canadian airports, including Toronto, Montreal and Vancouver, and on motorways in Ontario. The change in sales at current rates reflects the impact of the strengthening of the US dollar against the Canadian dollar.

⁸ Source: Airlines for America, January – March 2015.

⁹ Source: Federal Highways Administration, January-February 2015 (sections on which the Group operates).



HMSHost – International¹⁰

The International Area also includes the results of businesses in the UK, Ireland and Sweden/Denmark, previously under “Other European countries”. This transfer required the companies involved to change their reporting calendar to HMSHost’s.

In 1st quarter 2015, the International Area, where all business is concentrated in the airport channel, generated **revenues** of €62m, up 12.7% (up 17.1% at current rates) on €52.9m the previous year, as detailed below by macro-area:

	First quarter	First quarter	Change	
(€m)	2015	2014	2014	at constant exchange rates
North Europe	39.3	38.5	2.1%	1.6%
Rest of the world	22.7	14.4	57.3%	39.0%
Total Revenue	62.0	52.9	17.1%	12.7%

In **Northern Europe** the increase in revenues was of 1.6% (2.1% at current rates). Excluding the aforementioned change in the reporting calendar, revenues would have been up 21.9% (up 22.5% at current rates) reflecting good performance at Schiphol Airport in The Netherlands and openings in the UK.

In the **Rest of the world** the growth in revenues was of 39% (57.3% at current rates), reflecting both the expansion of business in Vietnam, Turkey and Russia (which generated additional revenues, compared to 1st quarter 2014, of €3.2m) and the start up of business, in April 2014, in Indonesia (Bali), which generated revenues of €3.0m in 1st quarter 2015.

Ebitda in this area amounted to €4.0m, down on €4.4m in 1st quarter 2014 due mainly to the cost of starting up new business in Indonesia. The ratio to revenues was 6.5% against 8.3% the previous year.

¹⁰ The area includes a series of locations in Northern Europe (Amsterdam Schiphol Airport, the UK, Ireland, Sweden/Denmark and Finland) and the Rest of the world (Arab Emirates, Turkey, Russia, India, Indonesia, Malaysia, Singapore, Vietnam, Australia and New Zealand).



Europe¹¹

Till 3Q2014 the Europe Area also included the results of business operations in the UK, Ireland and Sweden/Denmark. Such operations are now stated, for 2015 and 2014, in the HMSHost International Area.

In 1st quarter 2015 **revenues** generated in Europe amounted to €371.2m, down 4.3% (down 3.2% at current rates) on €383.2m in the same period in 2014. The growth seen in Germany, Belgium and Spain thanks to new openings in the airport and railway station channels only partly offset the contraction in sales in Italy caused by the shrinking of the operating perimeter.

Sales in Europe per channel were as follows:

	First quarter	First quarter	Change	
(€m)	2015	2014	2014	at constant exchange rates
Motorways	250.4	262.8	-4.7%	-5.4%
Airports	46.1	41.7	10.6%	7.4%
Railway Stations	39.0	37.3	4.5%	2.9%
Other (*)	35.7	41.4	-13.8%	-15.2%
Total Revenue	371.2	383.2	-3.2%	-4.3%

(*) Including sales to franchisees

Ebitda in Europe was a negative €9.4m, down 5.7% (down 2.3% at current rates) on €-9.2m in 1st quarter 2014. The result for 1st quarter 2015 includes a €1.1m reorganization charge, whereas the same quarter in 2014 included non-recurring charges of €0.9m. Excluding such charges, Ebitda would have been down 3.6% (0.1% at current rates).

European central structures costs amounted to €2.2m against €1.9m in 2014.

¹¹ The area includes business operated by the Group in Italy and Other European Countries (Austria, Belgium, France, Germany, Greece, The Netherlands, Poland, Czech Republic, Slovenia, Spain, Switzerland).



Italy

In 1st quarter 2015, overall **revenues** in Italy amounted to €217.1m, down 8.7% on €237.7m in the same period the previous year, mainly due to the shrinking of the perimeter following the selective renewals in the 2013/2014 tender campaign.

Sales per channel were as follows:

	First quarter	First quarter	
	2015	2014	Change
(€m)			
Motorways	166.7	181.8	-8.3%
Airports	15.4	15.6	-1.2%
Railway Stations	8.2	7.8	5.4%
Other (*)	26.7	32.5	-17.9%
Total Revenue	217.1	237.7	-8.7%

(*) Including sales to franchisees

Motorway revenues in Italy amounted to €166.7m, down 8.3% on €181.8m in 1st quarter 2014. The contraction in sales was largely the result of the different operating perimeter following the Group's strategy in Italy of concentrating its resources on locations with higher potential. This approach entailed the abandon of various points of sale that were performing unsatisfactorily and selective participation in the season of motorway tenders. The result of exiting the non-renewed points of sale (concentrated in July 2014) was a drop of around €10m in revenues in 1st quarter 2015 compared to the same quarter the previous year.

On a same perimeter basis, and with an increase in traffic up 0.9%¹², sales were down 1.8% on the previous year. In detail, foodservice sales were down 2.1% due to the persistently weak propensity to spend, while market sales were up 3.2% thanks to special marketing initiatives. Revenues from complementary products in the period were down 3.8%.

Airports sales, at €15.4m, were substantially stable with respect to 1st quarter 2014 (€15.6m) thanks to the opening of new points of sale at Roma Fiumicino Airport that offset the loss of sales produced by the Group's exit from low-performing locations at the airports of Florence, Bari and Naples. Net of contracts terminated in advance, sales in the channel were up 4.1%.

Sales in **railway stations** reached €8.2m, up 5.4% on 2014 thanks to excellent performance by Bistrot Milano Centrale.

The drop in sales in the **other channels** (down 17.9% on 2014) reflects the closure of various non-profitable locations on high streets, in shopping centres and trade fairs.

Ebitda in Italy amounted to €-2.3m, an improvement on €-3.0m in 1st quarter 2014 thanks to the benefits obtained by abandoning non-profitable points of sale, the lower impact of the cost of sale and the positive effects of production and logistics chain reviewing. Ebitda in 1st quarter 2015 includes a reorganization charge of €1.0m against €0.9m in 2014.

¹²Source: Autostrade per l'Italia, January-March 2015



Other European countries

Till 3Q2014, the “Other European countries” area also included the results of business operations in the UK, Ireland and Sweden/Denmark. Such operations are now stated, for 2015 and 2014, in the HMSHost International Area.

In 1st quarter 2015, sales in the Other European countries were up 2.8% overall (up 5.9% at current rates), with revenues rising in all countries in the area except for slight contractions in France and Switzerland. The latter in particular was penalized by lower propensity to spend in locations on the Swiss-German border due to the strengthening of the Swiss franc against the euro. The trend in revenues per channel was as follows:

	First quarter	First quarter	Change	
(€m)	2015	2014	2014	at constant exchange rates
Motorways	83.7	81.0	3.2%	0.9%
Airports	30.8	26.2	17.6%	12.3%
Railway Stations	30.7	29.5	4.3%	2.3%
Other (*)	9.0	8.9	1.1%	-6.4%
Total Revenue	154.1	145.5	5.9%	2.8%

Motorway channel sales amounted to €83.7m, up 0.9% (up 3.2% at current rates) on €81m in 1st quarter 2014, with good performance in Spain, Germany and The Netherlands, while Switzerland saw a contraction reflecting the aforementioned penalization of sales in locations on the German border because of the strong Swiss franc.

Airport channel revenues were up 12.3% (up 17.6% at current rates) thanks to excellent performance at the airports of Athens, Brussels and Frankfurt and the opening of new points of sale at Düsseldorf Airport.

Performance in the **railway station channel** (up 2.3%) benefited from the opening of new locations at Atocha and the start up of business at Chamartin, both stations in Madrid.

Ebitda in the Other European Countries amounted to €-4.9m, down on €-4.3m in 1st quarter 2014. The slight contraction was due to the trend in Switzerland, where locations near the border are losing competitiveness due the strong Swiss franc, and in France, where a number of motorway contracts were not renewed.

Corporate Costs

Corporate costs in 1st quarter 2015 amounted to €5.9m against €5.2m in the same period the previous year. The reduction in personnel and consulting costs made it possible to soften the impact of higher amounts allocated to the management incentive plans linked to the rise in Autogrill's share price over the reference period.



Capital expenditure

Net capital expenditure in 1st quarter 2015 is detailed below by operating area:

	First quarter	First quarter	Change	
(€m)	2015	2014	2014	at constant exchange rates
North America	11.6	21.7	-46.6%	-56.2%
International	4.1	7.3	-43.4%	-44.9%
Total HMSHost	15.7	29.0	-45.8%	-53.7%
Italy	5.8	4.5	28.7%	28.7%
Other European Countries	2.4	2.3	7.0%	4.9%
Europe Structure	0.4	0.3	38.7%	38.7%
Total Europe	8.6	7.0	22.1%	21.3%
Corporate	0.1	0.0	n.s.	n.s.
Total	24.4	36.1	-32.3%	-40.5%

The main investments in 2015 were in North America, at the airports of Manchester, Toronto and Dallas/Ft. Worth, and on major projects in Italy, such "Il Mercato del Duomo" in Milan and Roma Fiumicino Airport.