Autogrill presenta le strategie 2019-2021: pronto il piano M&A

autogrill-c85d2233

“Grazie alle iniziative lanciate nel corso degli ultimi due anni abbiamo potuto fissare obiettivi importanti per il 2021, con una crescita sostenuta dei ricavi per il triennio e un incremento sostanziale della redditività e della generazione di cassa. Facendo leva sulla nostra posizione di leader globali, sulle nostre capacità di innovazione e sulle migliori competenze operative del settore, in un contesto di mercato caratterizzato da prospettive favorevoli, siamo convinti che il Gruppo potrà accelerare la propria crescita ed espandere ulteriormente il proprio business”. Così Gianmario Tondato Da Ruos, Ceo di Autogrill, ha commentato il piano strategico del Gruppo relativo al triennio 2019-2021. Un piano che ruota attorno a due numeri: 900 milioni di euro di investimenti sul business e 1,5 miliardi di euro destinati alle attività di M&A.

Il gruppo - si legge in una nota - punta e rafforzare ulteriormente la leadership globale, facendo leva su una strategia chiara e mirata, costruita su tre pilasti.

Il primo corrisponde alla crescita dei ricavi nei canali strategici per Autogrill - quello aeroportuale e quello delle stazioni ferroviarie - sia per linee interne che attraverso operazioni straordinarie, espandendo al contempo la presenza in segmenti di mercato contigui (convenience retail).

Il secondo pilastro guarda al miglioramento della redditività perseguito grazie a nuovi concept, innovazione e azioni mirate su tutte le componenti del conto economico.

Infine, il terzo pilastro coincide con l’allocazione disciplinata del capitale che tenga conto delle priorità strategiche. Fra queste, Autogrill valuterà nuove opportunità per valorizzare le concessioni del canale autostradale, come già fatto con la cessione delle attività autostradali canadesi annunciata di recente, prendendo altresì in considerazione possibili azioni in aree di business contigui facendo leva sulle capacità interne e sul network di cui dispone.