



Nouvelle progression pour Autogrill France dans le secteur des aéroports grâce à une stratégie de développement et d'innovation

Autogrill France reprend l'activité de restauration des aéroports de Bâle-Mulhouse (EuroAirport) et de Lille-Lesquin et implante trois nouveaux concepts de restauration à l'aéroport de Marseille-Provence

- Bâle Mulhouse : 12 points de vente
- Lille-Lesquin : 2 points de vente
- Marseille-Provence : 15 points de vente et un espace de distribution automatique

Marseille, le 6 septembre 2007 – En mars 2004 le groupe Autogrill, leader mondial de la restauration au service des voyageurs, est entré sur le channel des aéroports en France après avoir remporté l'appel d'offres pour les services de restauration de l'aéroport de Marseille-Provence. En novembre 2006, Autogrill France s'est implanté dans le premier terminal low cost de France, le MP2 ; deux points de vente de restauration rapide ont alors été inaugurés : **Time Café** et **Grab&Fly**.

Aujourd'hui Autogrill France poursuit sur cette lancée positive et renforce sa présence dans cette activité.

Autogrill dans les aéroports de Bâle-Mulhouse (EuroAirport) et de Lille-Lesquin

Après le rachat par le Groupe Autogrill de l'entreprise Carestel le 1^{er} novembre 2006, Autogrill France gère, et ce depuis le 1^{er} août 2007, ses activités françaises, **soit la restauration dans les aéroports de Bâle-Mulhouse (EuroAirport) et de Lille-Lesquin**

A l'aéroport de Bâle-Mulhouse, Autogrill propose cinq bars : **2 Grab&Go, Euro Café, News Café et Crousti Café**, ainsi que deux restaurants avec service à table : **Brasserie au Cinquième** et **Le Grill**.

Quant à Lille-Lesquin, Autogrill France gère un bar traditionnel **Airport Café** et un service à table **La Trattoria**.

Il est intéressant de noter que grâce aux lignes low-cost et à sa localisation exceptionnelle - au centre de trois régions économiquement fortes (Alsace, Nord-Ouest de la Suisse et le Bade-Wurtemberg) - l'aéroport de Bâle-Mulhouse, 5^{ème} aéroport de province et 7^{ème} au niveau national en terme de fréquentation, a vu son trafic croître de 22% par rapport à 2005 avec 4 millions de passagers en 2006. Cette croissance devrait se poursuivre puisque l'EuroAirport prévoit d'accueillir 4,35 millions de passagers sur l'ensemble de l'année 2007. L'aéroport de Lille-Lesquin, 14^{ème} aéroport français en terme de fréquentation, a enregistré, quant à lui, une augmentation de 12,3% par rapport à l'année précédente portant le nombre de voyageurs à 950 000. L'ensemble de ces données reflète un environnement très porteur et favorable pour les activités d'Autogrill.



Trois nouveaux points de vente pour accompagner le développement du trafic sur l'Aéroport Marseille-Provence et maintenir une croissance à deux chiffres en 2007

Pour accompagner la hausse du trafic de l'aéroport de Marseille-Provence, qui a accueilli un nombre record de passagers en 2006, (plus de 6,1 millions de passagers soit 4,4% de croissance par rapport à 2005) ainsi que l'ouverture l'an dernier de 25 lignes supplémentaires dont 17 *low-cost*, Autogrill France étoffe son offre en inaugurant trois nouveaux concepts de restauration au service des voyageurs.

Ont ainsi ouvert au cours de l'été 2007 un **PastaGo** qui propose une restauration « spectacle » pâtes poêlées élaborées sous les yeux des clients et un concept Vins & Tartines **La Terrasse Provençale**, qui met en avant les recettes provençales et des vins de la région.

Enfin, dans le terminal international du Hall 1 le bar **Anis&Houblon** offre un large choix de bières et de Pastis dans une ambiance « bar de la plage ».

Une stratégie payante basée sur des partenariats et des marques propres fortes

*« En 2006, Autogrill France a généré une croissance de 10% de son chiffre d'affaires sur l'Aéroport Marseille-Provence, alors que le nombre de voyageurs n'a augmenté que de 4,4%. C'est le fruit de la stratégie payante d'Autogrill basée sur son savoir-faire et sur les partenariats noués avec des enseignes locales, nationales et internationales reconnues », souligne Pierre Toutel, Directeur marketing Autogrill France. « Les implantations d'Autogrill à l'Aéroport Marseille-Provence en sont un bon exemple, poursuit-il – « En effet, Autogrill s'est allié en 2004 avec un torréfacteur marseillais pour créer deux **Cafés Debout**. Nous tenons à mettre en avant les producteurs locaux : la boulangerie **Romarin** se fournit chez un producteur local ; **La Terrasse Provençale** se pourvoit en vins dans la région PACA ».*

Dans le même temps, Autogrill a su mettre en avant des marques nationales et internationales qui ont fait leurs preuves dans de nombreux aéroports telles que Grab&Fly, Time Café, Flo, Brioche Dorée et Häagen Dazs.

Cette stratégie basée sur la création de partenariats locaux, valorisant les économies régionales, et sur des marques propres et en franchise, nationales ou internationales, répond pleinement aux attentes consommateurs. En effet, dans une enquête de satisfaction menée auprès de 1 025 clients en juin 2007, Autogrill France a obtenu de bons résultats. Ainsi l'indice de satisfaction des clients concernant l'ensemble des prestations de restauration s'élève à 88,4% à Marseille-Provence. Par ailleurs l'attractivité des points de vente situés dans ce même aéroport a obtenu un indice de satisfaction de 91,2%. La qualité de service du personnel est également mise en avant et se voit récompensée par un résultat de 96,1%.

« Forts de ces bons résultats sur l'aéroport de Marseille-Provence, nous allons déployer les recettes de notre succès sur l'ensemble des sites aéroportuaires que nous gérons car nous voulons accélérer notre développement et accroître notre position sur ce secteur en France », souligne Roberto Colombo, Directeur Général d'Autogrill France.



Autogrill dans le monde dans le channel Aéroports

Le Groupe Autogrill occupe aujourd'hui la place du principal opérateur mondial de la restauration concédée aéroportuaire. En effet, depuis le rachat en 1999 de la société Host Marriott Services, le groupe de restauration n'a cessé de s'étendre sur ce channel, avec une implantation dans plus de 163 aéroports à travers le monde. Les activités du groupe Autogrill dans les aéroports représentent ainsi 49% du chiffre d'affaire global (soit un CA 2006 de 1 910 millions € sur les aéroports). Autogrill est présent grâce à ses formules de restauration et de vente au détail dans 27 pays.

Un pas important dans le processus d'internationalisation s'est concrétisé avec la conquête de la société espagnole Aldaesa en début d'année 2005. L'accord passé avec Altadis a ouvert un nouveau scénario pour Autogrill: la politique des alliances avec des opérateurs leaders dans des secteurs stratégiques a marqué le développement du Groupe au sein des aéroports européens.

En 2007, le groupe de restauration a conforté sa position de n°1 mondial en rachetant la quasi-totalité d'Alpha Airports Group, société britannique cotée en bourse, spécialisée dans les boutiques hors taxes, la restauration aérienne et d'aéroports.

Autogrill en bref

Autogrill est le premier opérateur mondial du secteur de la restauration et du détail au service des voyageurs. Avec un chiffre d'affaires d'environ 4 € milliards en 2006 dont plus de la moitié réalisé en Europe et 45% en Amérique du Nord. Autogrill est contrôlée par Edizione Holding, entité financière de la famille Benetton, avec 57,09% du capital social. Le Groupe est coté à la Bourse de Milan depuis 1997. Présent dans 34 pays avec plus de 4 800 points de vente dans plus de 1000 établissements, Autogrill emploie chaque année 51 000 personnes pour servir plus de 890 millions de clients.

En France, le groupe Autogrill gère en France un réseau de 92 établissements multiservices, soit 389 points de vente à fin 2006. Il est présent sur les aires d'autoroutes, dans les gares, les aéroports et le centre-ville. En 2006, Autogrill a réalisé en France un chiffre d'affaires de 216.5 € millions et a employé plus de 3 400 collaborateurs, hors personnel saisonnier. Le siège d'Autogrill France est situé à Marseille.

Pour toute demande de visuels et informations complémentaires, merci de contacter le service de presse Edelman : Charlotte Tortat - 01 56 69 75 04 – charlotte.tortat@edelman.com
Anna Adlewska - 01 56 69 75 63 - anna.adlewska@edelman.com