

Accedi

Economia & Finanza con Bloomberg

Ricerca titolo

- [Home](#)
- Macroeconomia
 - [Overview](#)
 - [Dati economici](#)
 - [Forecast](#)
 - [Spread](#)
 - [Rating Nazioni](#)
- Finanza
 - [Overview](#)
 - [Borse](#)
 - [Borsa Italia A-Z](#)
 - [Valute](#)
 - Obbligazioni: [Italia](#)
 - - [Europa](#)
 - [Fondi](#)
 - [ETF](#)
 - [Sedex](#)
 - [Warrant](#)
 - [Futures](#)
 - [Materie prime](#)
 - [News](#)

- [Calendario](#)
- [After hours](#)
- [Lavoro](#)
- Diritti e consumi
 - [Home](#)
 - [Casa](#)
 - [Energia](#)
 - [Fisco](#)
 - [Pensioni](#)
 - [Banche e Assicurazioni](#)
 - [Diritti consumatori](#)
 - [Trasporti](#)
 - [Telefonia](#)
 - [Famiglia](#)
 - [Lavoro](#)
- [Affari&Finanza](#)
- [Osserva Italia](#)
- [Calcolatori](#)
- [Glossario](#)
- [Listino](#)
- [Portafoglio](#)

[Affari & Finanza](#)

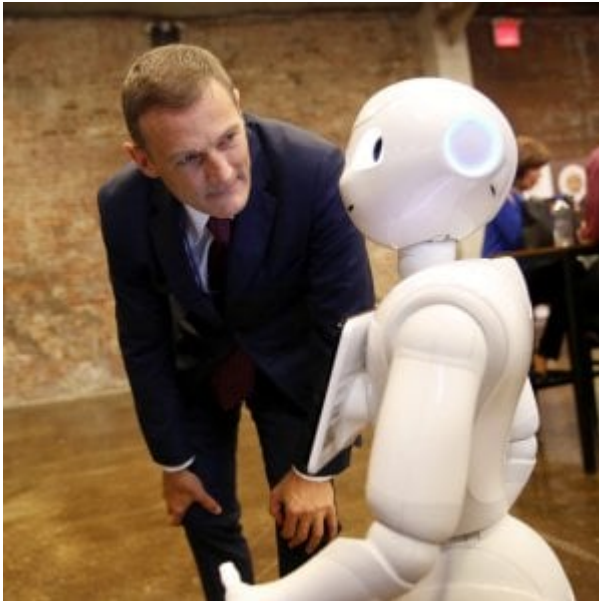
Autogrill, la corsa americana di Tondato: "Cresceremo ancora, pronti a investire qui"

Parla il ceo del numero uno mondiale della ristorazione per chi viaggia

di FABIO BOGO



16 Ottobre 2017



MILANO - Se gli si dice che parlando di Autogrill la prima cosa che viene in mente è il panino "Camogli", Gianmario Tondato, che di Autogrill è amministratore delegato, sorride e snocciola due cifre: "Siamo leader mondiali nella ristorazione per il viaggio. Il mercato complessivamente vale 25 miliardi di euro, dall'Australia agli Stati Uniti, e di questi oltre 4,5 sono nostri". "Il nostro concorrente inglese, quello più vicino come dimensioni, è poco più della metà di noi". In sostanza una persona su 5 quando viaggia nel mondo mangia qualcosa che è distribuita

L'EDITORIALE



[Quando la finanza scopre l'ambiente](#)

di FABIO BOGO

RAPPORTI E GUIDE



FOCUS

dalla controllata della famiglia Benetton e

dalla sua ragnatela di marchi in concessione: Starbucks, Burger King, Pizza Hut, Sbarro, Haagen- Daasz, Dunkin' Donuts, Kentucky Fried Chicken tra quelli più antichi; a cui si sono aggiunti Spizzico e l'innovativo Bistrot.

Dottor Tondato, il panino Camogli è abbastanza corposo, quindi....

"Siamo in 31 paesi del mondo di 4 continenti, operiamo con 1.000 location, gestiamo 4mila punti vendita e siamo presenti in 150 aeroporti. Diamo lavoro a 57mila persone e serviamo oltre un miliardo di viaggiatori, con un'offerta di 300 marchi. In Italia fatturiamo un miliardo di euro, con 10 mila dipendenti e Autogrill, come marchio di ristorazione, è conosciuto in Italia ed in tutta Europa, nelle autostrade. Siamo la ristorazione per chi viaggia. Un po' più di un panino "

Autogrill è un'impresa internazionale.

La famiglia Benetton all'estero ha sempre guardato in modo lungimirante. E siete appena tornati dagli Usa, dove dieci giorni fa il presidente Gilberto Benetton è stato premiato con il Gei Award per i 40 anni di attività americana.

"Abbiamo fatto molta strada. Siamo cresciuti attraverso acquisizioni prima in Europa e poi negli Usa dove oggi, tramite HMSHost, è concentrato il 50 per cento del nostro giro d'affari e dove siamo leader indiscussi con un portafoglio di 87 aeroporti e 107 location autostradali."

Hms è chiamata "il marchio invisibile ". C'è, ma il grande pubblico non la conosce. Perché?

"HmsHost è molto noto tra gli operatori aeroportuali americani e internazionali ma non al grande pubblico, infatti lavora con marchi di terzi, con cui stringe accordi di licenza, o con marchi propri. Grazie a questo modo di lavorare noi siamo americani in America, olandesi in Olanda, italiani in Italia. Per il nostro settore è importante essere internazionali ma nel contempo essere locali e riconoscibili".

Per vincere all'estero cosa serve? Talento, coraggio, visione, capitali?

[Industria Digitale](#) [I giganti hi-tech, da fornitori a partner](#)



OSSERVA ITALIA

[La Gdo tira il fiato dopo una lunga corsa](#)



IMPRESA ITALIA

[Industria 4.0 e Pmi: due giudizi su tre positivi](#)



DOSSIER

[Qualità e Finanza](#) [Italia, ottime idee ma poche risorse](#)

"Tutte queste cose e anche un po' di fortuna. Oggi ritornano i nazionalismi e qualcuno alza dei muri, ma io non mi riconosco in questa visione, non credo a un mondo di contrapposizioni. Se vuoi crescere e competere con successo devi prendere atto che la globalizzazione impone di creare aziende che abbiano una scala più grande in mercati che sono integrati seppur con, anche, forti caratteristiche locali".

Per crescere ancora servono tra l'altro - dicevamo - capitali. Hms non è quotata negli Usa. Pensate di farlo?

"Lo era quando l'abbiamo comprato, e abbiamo fatto il delisting. Abbiamo già una forte visibilità tra gli investitori americani, che ci conoscono e sono molto fiduciosi sulla ripartenza dell'Italia. Il fatto che Autogrill sia quotata a Milano non ci impedisce di raccogliere capitali negli Usa, già lo facciamo adesso anche con strumenti di debito".

E pensare di quotare Autogrill a Wall Street, come ha fatto ad esempio Luxottica?

"Il dual listing potremmo considerarlo ma avendo un flottante non enorme fare uno split significherebbe ridurlo ancora e quindi ridurre gli scambi".

Il vostro presidente Gilberto Benetton a New York ha detto che per crescere nel business bisogna puntare su realtà transnazionali. Significa che è possibile pensare a fusioni?

"Questo è un discorso che spetta agli azionisti. La nostra storia, da 1999 ad oggi, è fatta di crescita organica e di acquisizioni, piccole e grandi. Nel nostro mercato c'è una frammentazione ancora importante e ci sono spazi. Ma dipende dal momento e dal mercato. Nel tempo non siamo mai stati fermi, abbiamo comprato e venduto quasi 20 aziende, tra queste World Duty Free. La nostra missione è, anche, creare valore per tutti gli azionisti e continueremo a farlo".

Oltre agli Usa, quali sono i mercati più interessanti?

"Se dovessimo investire, intanto, le dico che lo faremmo qui. Ma guardiamo anche alla Cina e al Far East, che dal punto di vista dei consumi e della demografia è sicuramente in crescita esponenziale. Lo sapete che in Cina aprono uno Starbucks al giorno? Certo la

Cina ha le sue regole, ma è un'economia di mercato, ha una sua logica".

Sulle strade americane siete concentrati nel Nordest del paese, manca la California

"Il nostro business è nella ristorazione autostradale, e in California non ci sono autostrade a pedaggio. Le strade normali sono una cosa diversa, non è il nostro campo".

La Russia è una cosa che vi attrae?

"Abbiamo una presenza interessante, gestiamo l'aeroporto di San Pietroburgo e una rete di Autogrill nell'area di Sochi. Stanno andando piuttosto bene".

Fare ristorazione nel mondo vi fa capire come sta cambiando il concetto di cibo?

"Certo, e abbiamo capito che è il consumatore che sta cambiando. Prima l'imperativo era mangiare per crescere. Poi mangiare, ma stando attenti alle calorie. Adesso anche questo è in parte superato, la gente vuole sapere cosa mette dentro il corpo. Quindi è importante la filiera alimentare. Quando abbiamo incontrato Carlo Petrini per proporgli una collaborazione lui era stupito, perché pensava che noi fossimo distanti del suo modo di concepire il cibo. Ora non la pensa più così. E con la catena Bistrot abbiamo sviluppato assieme a lui un concept mondiale che è capace di valorizzare i prodotti locali delle singole aree, a Milano con i prodotti dell'hinterland milanese o a Helsinki con i prodotti tipici locali, e così via".

Si mangia anche sempre più cibo etnico

"E' vero. Mi dicono che a Milano ci sono più sushi bar che pizzerie. Il cibo si trasforma, da prodotto diventa un mondo. Prima l'hamburger era un prodotto americano con due soli marchi che si contendevano il mercato. Oggi l'hamburger è diventato un vero e proprio settore, un mondo differenziato per marchi, tipologie di prodotto e fasce di prezzo".

Il caffè italiano invece tra un po' sperimenterà la concorrenza di Starbucks. Come andrà a finire?

"Penso che sarà un successo, ma tra un po' lo vedremo di persona".

Più viaggi, più cibo. Servono anche più strade, in Italia?

"Noi lavoriamo su quelle che ci sono. Le infrastrutture sono compito di un paese, che deve decidere con logica di lungo periodo. In Francia così come in Cina hanno investito molto: dietro c'era una visione ben precisa".

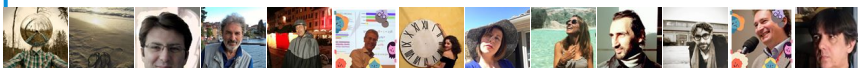
E sta cambiando anche il modo di viaggiare?

"Siamo nel mezzo di una rivoluzione. Uber, Blablacar, Flixbus. Tutte novità positive, che allargano il mercato. La gente viaggia di più se può spendere in bus 5 euro per andare da Parigi a Bruxelles".

Cosa legge un amministratore delegato che dirige 57mila persone e lavora in quattro continenti?

"Adesso "Macchine per pensare", di Francesco Varanini. Ma il libro che mi sta più a cuore è Marguerite Yourcenar, "Memorie di Adriano".

Mi piace [Piace a Angelo Costantino ed altre 3,4 mln persone.](#)



[Autogrill](#)

[affari&finanza](#)

[Gianmario Tondato](#)

© Riproduzione riservata

16 Ottobre 2017

CONSUMI

DIGITALE

INVESTIMENTI

#Osservaltalia



Consumi, Trend, Stili di vita. Ogni giorno

in collaborazione con  **CONAD**

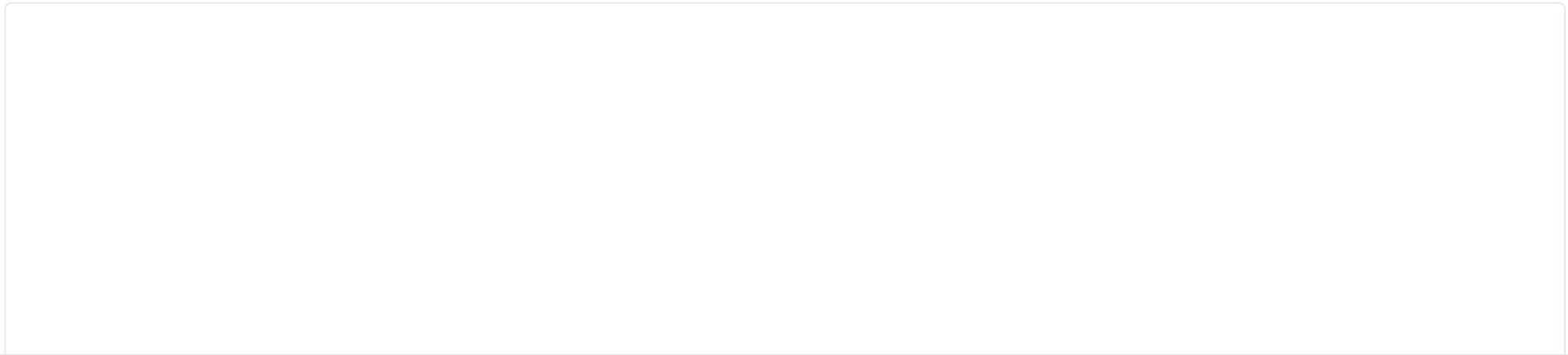
Tweet di @RepubblicaAF



Repubblica A&F

@RepubblicaAF

#paesedigitale Cloud, Italia vicino ai 2 miliardi: volano le Pmi @andreafrolla @MorganaStell @Decollanz @ecereda goo.gl/epzJ2C



Incorpora

Visualizza su Twitter

