

Numéro 1 / Mars 2010



Dufry renforce sa position sur le marché mexicain

-  De nouvelles boutiques en Italie, à Nice, à Shanghai, au Honduras et à Vancouver.
-  Le service client devient mondial
-  Hudson News, le secret d'un magasin accueillant



Éditorial

Stratégie de croissance pour 2010

Éditorial de Julian Diaz (PDG)

En 2009, nous avons réduit les coûts, restructuré nos sociétés et plus important, nous avons maintenant acquis une meilleure visibilité sur nos capacités financières et commerciales nous permettant de reprendre notre stratégie initiale basée sur une Croissance Profitable.

En 2010, l'objectif principal de Dufry sera d'implémenter les initiatives qui permettront de générer à nouveau du chiffre d'affaires et de réactiver notre Stratégie de Croissance Profitable sur la base de deux principes de base :

1. Gérer toutes nos activités commerciales : les promotions, les campagnes marketing, le service clientèle, etc. dans le but d'augmenter le montant dépensé par passager en 2009, comme moyen le plus efficace pour améliorer notre productivité et notre croissance interne (nombre de passagers plus dépense par passager).
2. Maintenir les rendements générés en 2009 au moment de l'implémentation du Plan de Restrictions, et tout particulièrement la réduction obtenue sur les coûts fixes de chaque société. La durabilité est un défi que nous devons envisager en 2010, et au cours de cette période de redressement, elle s'avère aussi importante que tout nouveau plan de prévisions de croissance.

L'équipe de management a développé de nombreuses initiatives, dont le détail est précisé dans les différents budgets de la société approuvés par le conseil d'administration.

Parmi toutes les initiatives mondiales développées pour vous aider à atteindre ces objectifs ambitieux, j'aimerais faire un commentaire spécifique sur le projet Dufry plus1. Débutant en 2010 pour une période continue de trois ans, Dufry plus1 vous apportera notre vision d'une croissance profitable continue adaptée à la réalité de nos opérations. L'idée générale est de s'engager chaque jour à améliorer nos méthodes de travail pour nous rapprocher toujours un peu plus de nos clients : mieux les connaître et s'appliquer à mieux satisfaire leurs besoins. Dufry plus1 constituera un effort majeur sur lequel j'ai placé un haut niveau d'attente. Je serai heureux de vous fournir plus d'infor-



mations sur ce projet et ses développements à venir sur les prochains mois lors de la prochaine parution de Dufry Monde.

Enfin il me reste à vous souhaiter la bienvenue sur notre nouveau magazine électronique mondial « Dufry Monde. » C'est un outil d'information moderne, créatif, interactif et concis. Tous les membres Dufry dans le monde pourront profiter de sa lecture. Il sera distribué par e-mail, affiché en version papier sur le tableau blanc et en permanence disponible sur Internet. Alors n'oubliez pas de lire et de nous faire parvenir vos commentaires. J'espère que vous l'apprécierez.

Contenu

Éditorial 2, Nouvelles régionales 3, Événement 5, Réussites 6, Employés Dufry 7, Coup de cœur 8

Contenu des sections



Éditorial

Déclarations et annonces des PDG/directeur de l'exploitation/directeur financier, éditoriaux, faits et chiffres, engagements clés de la société, changement de management.



Nouvelles régionales

Nouvelles boutiques ou modifications de l'existant, nouveaux concepts, contrats, activités promotionnelles, récompenses, des éclairages régionaux ou initiatives.



Événement

Reprise du sujet principal ou interviews de personnes importantes (en principe en lien avec l'image de couverture). Principalement centré sur des activités particulières, des affaires, des occupations.



Réussites

Success Stories, réussites au niveau local, partage des pratiques efficaces.



Employés Dufry

Présentation d'un employé pour une raison particulière : nouvelle idée, bonne réussite dans son travail, intérêt spécifique ou passe-temps intéressant.



Coup de cœur

Nouvelle boutique ou remise à neuf (par exemple : Boutique du mois) Quatrième de couverture ou PDF imprimable.

A PROPOS DE

Éditeur : DUFY AG, Hardstrasse 95, 4020 Bâle, Suisse **Editorialistes Siège social :** Julian Diaz, José Antonio Gea, Xavier Rossinyol, Jordi Martin-Consuegra, Juan Antonio Nieto, Lubna Haj Issa **Rédacteurs par régions :** Marcus Griffin (SS), Tijani Djaziri (R2), Nader Ghazzawi (R3), Lourdes Arenciba (R4), Luana Cloper (R5), Laura Samuets (R6) **Conception, Écriture et coordination :** Match Communications, Zurich; Itziar Marañón, Roland Sennhauser, Christian Staub **Production :** Match Communications, Zurich et x-site, Bâle **Langages publiés :** anglais, français, italien, portugais et espagnol **Site Internet :** www.dufry.emagazine.com

Dufry gère un ensemble de magasins autour du voyage avec 11 000 personnes au service de clients dans plus de 1000 boutiques sur 42 pays. www.dufry.com

Nouvelles
régionales

Des nouvelles de Dufry

Siège social: Dufry AG et Dufry Amérique du Sud Ltd. signent un accord de fusion

Un accord de fusion entre Dufry AG et Dufry Amérique du Sud Ltd. a été signé le 11 février 2010. Par cette transaction, les actionnaires de Dufry Amérique du Sud Ltd. deviendront actionnaires de Dufry AG et l'activité de Dufry Amérique du Sud Ltd. sera entièrement détenue par Dufry AG. La raison de cette fusion est d'établir une structure globale simplifiée pour le groupe Dufry, avec une base d'actionnaires unifiée. L'opération augmentera la flexibilité stratégique du groupe Dufry lui permettant de poursuivre ses opportunités de croissance au niveau global et en Amérique du Sud. La fusion doit être approuvée lors d'une réunion spéciale des membres de Dufry Amérique du Sud et par l'assemblée extraordinaire des actionnaires de Dufry AG au cours de la seconde moitié du mois de mars. ■

Groupe: Solidarité avec Haïti

Le 22 janvier, la société suisse a fait un effort pour aider les victimes du tremblement de terre qui a détruit une grande partie d'Haïti le 11 janvier dernier. Comme l'ont fait d'autres grosses entreprises dans le pays ainsi qu'une large proportion de la population suisse, Dufry a apporté sa contribution à la Collecte Nationale pour Haïti. 50 000 \$ US ont aussi été versés à l'association de soutien à Haïti « Hand in Hand. » L'un de leurs principaux projets est de construire un complexe d'école primaire. Plus de 580 magasins Hudson ont aussi fait preuve de solidarité, en mettant en place des boîtes de collecte. La signalétique sur chaque boîte incitait les clients à donner leur monnaie de change. Le Groupe Hudson s'engage à faire un don équivalent à la somme reçue pour la Croix-Rouge américaine en faveur d'Haïti. ■

Italie : Dufry développe Hudson dans les stations ferroviaires

Dufry accroît sa position en Italie en développant le business modèle de Hudson News. Au mois d'octobre dernier, Dufry a signé un accord pour exploiter 41 boutiques dans les plus grandes gares du pays. Ce contrat ouvre le concept des boutiques de dépannage Dufry aux 150 millions de passagers qui utilisent chaque année les gares de Rome, Milan, Turin, Bologne et neuf autres villes d'Italie. ■



150 millions de passagers traversent ces gares chaque année.

France: De nouvelles boutiques à Nice



Les magasins vendront des marques aussi illustres qu'Hugo Boss et Hermès.

Hermès, Armani, Hugo Boss et Celio ne sont que quelques-unes des marques qui seront proposées dans les trois boutiques de mode que Dufry exploitera dans l'aéroport de Nice, selon les termes du contrat sur six ans signé à la fin de 2009. La société a de plus signé un autre accord avec la ville française incluant une boutique de restauration et souvenirs. ■

Egypte : De nouveaux aéroports et des emplacements duty-free additionnels

L'année 2009 s'est bien terminée pour Dufry avec la signature de deux contrats en Egypte pour exploiter quatre boutiques en duty-free aux aéroports d'Assaut et de Borg El Arab. L'espace total réservé à la vente sera de 958 m², et chaque emplacement bénéficiera d'un magasin en zone d'arrivée et de départ. ■



Un aperçu de l'aéroport égyptien de Borg El Arab.

Maroc : Une nouvelle boutique à l'aéroport de Fez

Le 10 janvier, Dufry a ouvert une nouvelle boutique d'une surface totale de 64 m² à l'aéroport international de Fez. Il s'agit du huitième magasin de Dufry Maroc dans les aéroports du royaume, et il offre une grande variété de produits incluant le tabac, le parfum, les chocolats, l'alcool ou les accessoires. L'aéroport de Fez est maintenant le quatrième aéroport marocain avec ses 250 000 passagers aux départs internationaux en 2009, et des prévisions autour de 275 000 passagers en 2010. ■



Nouvelles
régionales

Chine: De nouvelles boutiques et un nouveau manager pour Shanghai

Le groupe Dufry a signé un accord avec l'aéroport international de Hong Qiao à Shanghai pour exploiter 20 boutiques en droits acquittés couvrant 1500 m² dans le terminal ouest, dont l'ouverture est prévue pour mars 2010.

Par ailleurs, la nomination de Kevin Farrow comme responsable de zone pour Shanghai a été annoncée le 15 janvier. M. Farrow, qui apporte plus de 25 années d'expérience dans le marché du commerce de voyage, sera responsable de la mise en place et de la gestion des activités au jour le jour de la nouvelle activité Dufry de l'aéroport international de Hong Qiao. ■

République Dominicaine : Nouveau directeur général

José Rego a pris en janvier sa nouvelle fonction de directeur général pour Dufry en République Dominicaine, avec la mission de continuer à développer l'entreprise. Après presque 20 ans d'une carrière professionnelle performante dans l'industrie du duty-free au Brésil, les nouvelles responsabilités de M. Rego incluent la direction globale des opérations et des ressources locales, et la direction des activités commerciales des boutiques Dufry. ■

Barbade : DFCH achète Colombian Emeralds International

Duty Free Caribbean Holdings (DFCH) a annoncé l'acquisition de la marque Colombian Emeralds International en même temps que les marques associées Jeweler's Warehouse, Perfect Time et Diamond Boutique. L'acte d'achat a été conclu avec Stephen Crane et Franchise Services Corp., et il coïncide avec l'envie de M. Crane de prendre sa retraite cette année. ■

Honduras : De nouvelles boutiques à Roatan

Dufry s'installe au nouveau port de Roatan, une île touristique située dans la Baie du Honduras représentant un demi-million de visites par an, avec un accord sur 10 ans pour exploiter une boutique de 673 m². Ce contrat



Le groupe qui travaillera dans la boutique duty-free de 673 m².

ne représente pas seulement une excellente opportunité pour renforcer la position de leader de Dufry aux Caraïbes, il marque aussi l'entrée de la société dans le marché du commerce du voyage au Honduras. ■

Bolivie : Une nouvelle directrice générale pour la Bolivie

Ana Victoria est la nouvelle directrice générale en Bolivie. Elle sera responsable de deux boutiques Duty Free détenues par Dufry dans ce pays d'Amérique latine. Ces magasins, employant 28 personnes, sont situés à Santa Cruz de la Sierra et à La Paz. Ana Victoria reportera à Pedro Henrique, administrateur en chef des ventes. ■

Brésil : Un emploi pour sortir de la pauvreté

Fin 2009, Dufry Brésil a organisé une cérémonie de remise de prix pour la 15^{ème} classe du Centre de Formation Administrative (Administrative Training Center - CTA). Initiative sociale de Dufry à Rio de Janeiro, le CTA forme chaque année environ 25 jeunes défavorisés, et 95 % d'entre eux ont pu pénétrer le marché de l'emploi grâce aux efforts du projet pour promouvoir la citoyenneté et l'employabilité. Cette année, la formation augmentera sa capacité d'accueil à 30 jeunes étudiants : 15 hommes et 15 femmes. Les classes débiteront en mars 2010. ■



Ces jeunes ont bénéficié du soutien de Dufry.

Las Vegas : Convention pour le Management et les Vendeurs

Le Groupe Hudson a tenu récemment sa septième convention pour le management et les vendeurs à Las Vegas, dans le Nevada. L'événement a rassemblé toute l'équipe de management, les partenaires commerciaux, les responsables des bureaux principaux ainsi que des invités et des intervenants de qualité. Le thème était : « 2010 : L'année du client. » Les directeurs d'Hudson ont convenu de maintenir certaines des initiatives visant à améliorer la satisfaction du client qui avaient été engagées en 2009. Kathy Castro, directrice générale du Groupe

**Nouvelles régionales**

Hudson à l'aéroport international d'Orlando, a été décorée du titre de Manager de l'Année pour le Groupe Hudson (pour les emplacements de taille modérée). Chuck Bowie, directeur général de l'aéroport international de la Nouvelle-Orléans a été désigné Manager de l'Année pour les emplacements de taille plus importante. Félicitations à eux deux ! ■



DG de l'année : (g.à d.) Mike Petersen, Mario Scorcia, Joe DiDomizio, Kathy Castro (avec la récompense), Doug Martino, Bobby Napoli.

Vancouver : Boutiques Olympiques

Les Jeux Olympiques et Paralympiques d'hiver de Vancouver 2010 ont été l'événement marquant de février. Le Groupe Hudson a géré des Boutiques Olympiques temporaires distribuant des produits licenciés durant cet événement sportif gigantesque, au travers de deux boutiques sur place et de dix kiosques répartis dans les terminaux de l'aéroport international de Vancouver. Depuis l'été dernier, un nouveau concept de voyage appelé Voyage + Loisir a ouvert dans cet aéroport canadien. ■



Devanture de l'une des Boutiques Olympiques de Vancouver.

Orlando : Le Groupe Dufry désigné Détaillant de l'Année

Le groupe Dufry a gardé sa couronne de Détaillant de l'Année lors de la cérémonie des DFNI Awards pour Excellence dans le Commerce de Voyage en Amérique. La société a reçu sa récompense au cours d'une cérémonie de présentation le 25 février à l'hôtel Marriott World Center d'Orlando, lors de la Convention Duty Free du continent américain. Les récompenses sont déterminées sur la base d'un vote ouvert à toutes les sociétés opérant dans le marché américain du commerce de voyage.



Employés Dufry

Komal Seeburn

Komal Seeburn travaille comme responsable de boutique suppléant à Bâle. Il est né en 1972 sur l'île Maurice et a déménagé en Suisse sept ans plus tard. Il est marié, a un bébé, et c'est un très bon conseiller pour tout client à la recherche d'informations touristiques.

Une journée idéale de visite commence par quelque chose qui n'est pas l'idée typique que l'on se fait de la Suisse : le zoo de Bâle. « C'est ici que l'on trouve le plus grand nombre de variétés d'animaux de tous les zoos de Suisse. Il est situé à proximité de Bâle, donc après cinq minutes de trajet, la journée peut se poursuivre au centre de notre jolie ville, » explique fièrement Komal.

Il propose ensuite aux touristes affamés de visiter son restaurant favori, le Kreuz à Metzerlen (situé à une demi-heure de Bâle), pour essayer « la grande cuisine Suisse. » Il commanderait alors le « Zürcher Geschnetzeltes, » un plat à base d'émincé de veau accompagné d'une sauce à la crème aux champignons et de pâtes aux œufs. ■



Une façon originale de profiter de la Suisse : le zoo de Bâle.



La gastronomie suisse n'inclut pas toujours du fromage.



Réussites

Brésil, le cœur du Département Service Clientèle Global

Un jeune homme qui oublie son bagage alors qu'il achète du parfum pour sa copine à Rio de Janeiro ; un homme d'affaires qui veut savoir s'il peut ramener chez lui du bon fromage parmesan italien à partir de l'aéroport de Milan... Ces gens ont quelque chose en commun : ils peuvent résoudre leurs problèmes ou leurs doutes en contactant le Département Service Clientèle Global.

En 2009, Dufry a mis en place un nouveau département orienté sur la satisfaction du client. Pour atteindre cet objectif, le groupe a défini de nouvelles activités dans les domaines de la Formation, des Centres d'appels, de l'Internet, de la Communication et de la Recherche.

Rio de Janeiro a été choisi pour établir le bureau de ce nouveau département, afin de tirer profit d'une structure déjà existante en Région 5. « Le Brésil avait déjà un centre d'appels très bien structuré en place depuis 20 ans. Partant de cela, le défi était d'ajuster les procédés, de former les gens et de développer les systèmes pour étendre le service à l'ensemble du groupe, » explique le directeur du Département Service Clientèle Global, Mario Portela.

Afin de soutenir ce projet, la formation Service de Première Classe a été développée et délivrée à toutes les équipes de ventes accompagnée d'une règle simple : assurer un service supérieur. Une campagne de communication pour les magasins a aussi été créée, et le site Internet de Dufry s'est étoffé de nouvelles sections : Contactez-nous, Shopping à Dufry et Service Clientèle, qui inclut : Charte du Service Client, Votre Opinion, Conseils de Voyage et Magazine Dufry Monde.

De plus, un programme « client mystérieux » a été implémenté pour évaluer les produits, l'assistance aux ventes, les boutiques, etc.



Des personnes issues de 55 pays différents ont appelé l'année dernière.

« Les plus grandes difficultés rencontrées dans la création du Service Clientèle Global sont venues de l'implémentation de ce projet sans personnel additionnel, et du développement d'une garantie globale tenant nécessairement compte des différentes lois, » déclare Mario Portela. Il ajoute :



L'équipe qui résout les problèmes dans quatre langues différentes.

« Malgré ceci, le service est maintenant standardisé dans le monde. Concrètement, de février à décembre 2009, nous avons reçu des contacts de clients issus de 55 pays différents. »

L'équipe du Service Clientèle Global de Dufry est en mesure de répondre en anglais, en français, en espagnol et en portugais de 10:00 à 18:00 (GMT), et les clients peuvent la contacter par l'intermédiaire d'un numéro gratuit, d'un e-mail, d'un chat ou du click-to-call. « Notre défi pour 2010 est de consolider et ajuster les procédés pour améliorer de façon constante nos niveaux de service, toujours à la recherche de l'excellence, » conclut-il. ■



Événement

Dufry consolide Duty Free au Mexique

Alors que l'année s'est avérée très difficile pour les aéroports mexicains, certaines sociétés ont pu profiter d'opportunités survenant en temps de crise. En octobre 2009, Dufry a signé un accord pour acquérir les biens et les contrats de Latinoamericana Duty Free, son plus grand concurrent au Mexique.



Rodolfo Velasco, General Manager Dufry Mexico

En mai dernier, plusieurs aéroports du Mexique ont subi une baisse de plus de 50 % du nombre de voyageurs par rapport à l'année précédente. Ce fut le résultat combiné de la crise financière et de la crainte d'une infection de grippe porcine. « Dufry est présent dans beaucoup de pays et peut supporter des chutes occasionnelles de cette nature. Bien que la crise se soit avérée très importante au Mexique, elle a permis de déboucher sur une opportunité pour notre société, » explique le directeur général de Dufry Mexico, Rodolfo Velasco.

Dans un marché comme celui du Mexique, où l'objectif est toujours de retrouver les niveaux atteints en 2008, Dufry a fait l'acquisition des biens et des contrats de Latinoamericana Duty Free (LDF) à la fin 2009. Entre autres avantages, ce contrat a permis d'ajouter des boutiques dans les aéroports de Mexico, d'Acapulco, de Guadalajara, de León, de Monterrey, de Los Cabos, d'Ixtapa, de Puerto Vallarta, de Guanajuato, et de Mazatlán.

Comme Julián Díaz l'expliquait l'année dernière, les ventes du groupe ont ainsi pu doubler au Mexique, renforçant sa position de leader dans le pays, et permettant aussi à Dufry d'introduire le business modèle Hudson News dans le pays.

Dufry a maintenant 24 boutiques additionnelles dans les aéroports mexicains. ►

Au total, la transaction a amené 24 boutiques supplémentaires dans le groupe avec plus de 3700 m² de surface et 200 employés. « La première chose que nous avons entreprise fut de lancer des cours d'intégration afin que les employés de LDF se sentent à l'aise avec cette nouvelle phase, » déclare Velasco. « Leur expérience dans le secteur est clairement l'un des meilleurs atouts apportés à Dufry. »

La situation dans l'aéroport de la ville de Mexico est un bon exemple illustrant la façon dont cette acquisition affecte la stratégie et les objectifs du groupe. Dufry détenait déjà un large espace de vente dans cet aéroport dans l'une des portes du Terminal 1.

Suite à cet accord, le magasin situé sur l'autre porte de départ à l'opposé, qui appartenait à LDF, fait maintenant partie de Dufry. « Avec cette évolution, nous servons aujourd'hui 100 % des passagers qui partent du Terminal 1 de Mexico. Nous avons l'intention de réinventer et d'aller au-delà de l'idée du Boulevard, parce que nous croyons que tout peut encore être amélioré. Nous commencerions d'abord dans cette ville pour ensuite nous développer dans d'autres aéroports par ordre d'importance, » ajoute Velasco, qui ne cache pas son optimisme que la nouvelle économie en toile de fond a stimulé pour l'année à venir. « Cette acquisition est un pas de plus vers des horizons toujours plus ambitieux. » ■





Dufry développe Hudson News de façon internationale

Les voyageurs savent tous à quel point un aéroport animé et saturé de monde peut s'avérer stressant. Hudson News se fixe comme mission de transformer cette expérience éprouvante en un moment de plaisir.

2010 sera l'année où le concept des magasins Hudson News poursuivra son développement international au sein du Groupe Dufry.

Les voyageurs des gares les plus importantes, ceux qui partent profiter du soleil de Porto Rico ou de la République Dominicaine, les hommes d'affaires bloqués pour cause de neige dans l'aéroport de Bâle ou les jeunes groupes fatigués après avoir parcouru les routes du Mexique, tous auront l'opportunité de partager les plaisirs et les avantages des boutiques Hudson News, dont l'objectif est de fournir les meilleurs outils de relaxation : un bon livre, un journal ou un magazine, des jeux électroniques, des boissons, des snacks et toute chose pratique pour un passager.

Un autre secret qui contribue au succès de Hudson News sera aussi présent dans cette nouvelle boutique – la combinaison d'un design international avec une touche locale. ■

