

Mundo Dufry

E-Revista Empresarial do Grupo Dufry



D U F R Y

Número 1 / Março 2010

A Dufry fortalece a sua posição no mercado mexicano



Novas lojas em Itália, Nice, Xangai, Honduras e Vancouver



O Serviço a Clientes globaliza-se



Quiosque Hudson, o segredo de uma loja acolhedora



Editorial

Estratégia de Crescimento 2010

Editorial por Julian Diaz (Director Ejecutivo)

Em 2009, cortámos nos custos e reestruturámos as nossas empresas e, mais importante, possuímos agora uma melhor compreensão sobre as nossas capacidades financeiras e comerciais para continuar com a nossa estratégia original baseada num Crescimento Lucrativo.

Em 2010, a principal tarefa da Dufry é implementar iniciativas que criem valores de referência de novo e reactivem a nossa Estratégia de Crescimento Lucrativo baseada em dois princípios simples básicos:

1. Gerir todas as nossas actividades empresariais: promoções, campanhas de marketing, serviço a clientes, etc., com o objectivo de aumentar os gastos por passageiro atingidos em 2009 como a forma mais eficaz de melhorar a nossa produtividade e crescimento orgânico por empresa (Número de passageiros mais gastos por passageiro).
2. Apoiar as eficiências geradas em 2009 durante a implementação do Plano de Eficiência e especialmente a redução alcançada com os Custos Fixos de cada empresa. A sustentabilidade é um desafio que temos de levar em consideração em 2010, e neste momento de recuperação é tão importante como qualquer novo plano de crescimento previsto.

A equipa da gerência desenvolveu uma série de iniciativas, incluídas em detalhe nos diferentes orçamentos da empresa e aprovadas pelo Conselho de Administração.

Entre as iniciativas globais contínuas desenvolvidas para o apoiar a atingir estes objectivos ambiciosos, gostaria de comentar especificamente o projecto plus1 da Dufry. Começando em 2010 e continuando ao longo de um período de 3 anos, o plus1 da Dufry trará a nossa visão de um crescimento lucrativo continuado para a realidade das nossas operações. A ideia geral é que todos os dias estamos empenhados em melhorar a nossa forma de trabalhar para estarmos um passo mais próximos dos nossos clientes: conhecê-los melhor e satisfazer melhor as suas necessidades. O plus1 da Dufry será um grande esforço para todos aqueles a quem atribuí grandes expectativas. Ficarei satisfeito ao fornecer-vos mais pormenores sobre este projecto no próximo número do Mundo Dufry, à medida que ele se for desenvolvendo ao longo dos próximos meses.



Finalmente, mas não menos importante, gostaria de vos dar as boas-vindas à nossa nova revista empresarial em formato electrónico "Mundo Dufry". É uma ferramenta de informação moderna, criativa, interactiva e concisa. Os membros da Dufry em todo o mundo irão beneficiar com a sua leitura. Será distribuída por e-mail, afixada no quadro branco e estará disponível em qualquer altura na internet. Portanto, por favor leiam-na e façam-nos chegar as vossas opiniões. Espero que gostem.

Conteúdo

Editorial 2, Notícias Dufry 3, Pessoas Dufry 5, Conseguido 6, História Principal 7, Loja Favorita 8

Conteúdo das secções



Editorial

Declarações e anúncios do Director Ejecutivo (CEO) / Director de Operações (COO) / Director Financeiro (CFO), editoriais, dados & números, acontecimentos importantes, compromissos empresariais, alterações de gestão.



Notícias Regionais

Lojas novas ou remodeladas, conceitos, contratos, actividades promocionais, prémios, destaques ou esforços locais.



História Principal

Tópico principal ou entrevista com pessoas importantes. Normalmente está alinhado com a imagem da capa. Foco em actividades especiais, negócios, ocasiões.



Conseguido

Histórias de sucesso, histórias de âmbito local, casos das melhores práticas.



Pessoas da Dufry

Apresentação de um funcionário por um motivo especial: novas ideias, fazer um bom trabalho, interesses especiais, passatempo notável.



Meus Favoritos

Loja nova ou remodelada (p. ex., Loja do mês) Contracapa do PDF para impressão

SOBRE

Editor: DUFYR AG, Hardstrasse 95, 4020 Basileia, Suíça **Equipa Editorial Sede:** Julian Díaz, José Antonio Gea, Xavier Rossinyol, Jordi Martín-Consuegra, Juan Antonio Nieto, Lubna Haj Issa **Equipa Conteúdos Regiões:** Marcus Griffin (sede), Tijani Djaziri (R2), Nader Ghazzawi (R3), Lourdes Arenciba (R4), Luana Cloper (R5), Laura Samuets (R6) **Coordenação de Design, Escrita de Textos e Processo:** Match Communications, Zurique; Itziar Marañón, Roland Sennhauser, Christian Staub **Produção:** Match Communications, Zurique e X-site, Basileia **Línguas de publicação:** inglês, francês, italiano, português e espanhol **Website:** www.dufry.emagazine.com
A Dufry é um retalhista global de viagens com 11.000 pessoas a servir os clientes em mais de 1.000 lojas em 42 países.

Notícias
Regionais

Notícias da Dufry

Sede: Dufry AG e Dufry América do Sul Lda assinam acordo de fusão

A Dufry AG e a Dufry América do Sul Lda assinaram um acordo de fusão a 11 de Fevereiro de 2010. Com a transacção, os accionistas da Dufry América do Sul Lda tornar-se-ão accionistas da Dufry AG e todas as operações comerciais da Dufry América do Sul Lda passarão a ser propriedade da Dufry AG. A fundamentação lógica para a fusão é estabelecer uma estrutura empresarial simplificada do Grupo Dufry com uma base de accionistas unificada. Esta transacção aumentará a flexibilidade estratégica do Grupo Dufry para perseguir oportunidades de crescimento globalmente e na América do Sul. A fusão tem de ser aprovada pela assembleia-geral extraordinária dos membros da Dufry América do Sul e pela reunião extraordinária dos accionistas da Dufry AG na segunda metade de Março. ■

Grupo: Solidariedade com o Haiti

A 22 de Janeiro, a sociedade suíça fez um esforço para ajudar as vítimas do terramoto que destruiu uma grande parte do Haiti a 11 de Janeiro. Tal como outras grandes empresas suíças e muitas pessoas suíças, a Dufry doou uma quantia para o Dia de Recolha Nacional pelo Haiti. A Dufry também doou 50.000 dólares americanos à organização de assistência ao Haiti „Hand in Hand”. Um dos seus principais projectos é construir um complexo de escolas do primeiro ciclo. Outro esforço de solidariedade vem de mais de 580 lojas Hudson, onde foram colocadas caixas especiais para donativos. A sinalética existente nas caixas incita os clientes a doar o seu dinheiro trocado. O Grupo Hudson oferecerá um montante de valor igual ao doado pelos clientes à Cruz Vermelha Americana para a assistência ao Haiti. ■

Itália: a Dufry expande a Hudson nas estações de caminhos-de-ferro

A Dufry está a crescer em Itália com a expansão do modelo empresarial Quiosque Hudson. Em Outubro passado, a Dufry assinou um acordo para explorar 41 lojas nas maiores estações de caminhos-de-ferro neste país europeu. Este contrato abre as portas do conceito de lojas de conveniência da Dufry aos 150 milhões de passageiros que anualmente utilizam as estações de Roma, Milão, Turim, Bolonha e nove outras cidades italianas importantes. ■



150 milhões de passageiros passam por estas estações todos os anos.

França: Novas lojas em Nice



As lojas irão vender marcas como Hugo Boss e Hermès.

Hermès, Armani, Hugo Boss e Celio são apenas algumas das marcas que estarão à disposição nas três lojas de moda que a Dufry explorará no Aeroporto de Nice, segundo o contrato de seis anos que foi assinado no final de 2009. Além disso, a empresa assinou outro acordo na cidade francesa que inclui uma loja alimentar e de lembranças. ■

Egipto: Novos aeroportos e mais lojas duty free

2009 terminou bem para a Dufry com a obtenção de dois contratos no Egipto para explorar quatro lojas duty-free nos aeroportos de Assiut e Borg El Arab. As lojas possuirão um espaço total de 958 m² e ambos os locais apresentarão uma loja de chegadas e outra de partidas. ■



Uma perspectiva do aeroporto egípcio Borg El Arab.

Marrocos: uma nova loja no Aeroporto de Fez

A 10 de Janeiro, a Dufry abriu uma nova loja com uma área total de 64 m² no Aeroporto Internacional de Fez. É a oitava loja da Dufry Marrocos nos aeroportos do reino e oferece uma gama variada de produtos, tais como tabaco, perfumes, chocolates, bebidas alcoólicas ou acessórios. O Aeroporto de Fez é agora o quarto aeroporto marroquino com mais de 250.000 passageiros nas partidas internacionais em 2009 e com uma previsão de cerca de 275.000 passageiros para 2010. ■



Notícias
Regionais

China: Novas lojas e novo gerente para Xangai

O Grupo Dufry assinou um acordo com o Aeroporto Internacional Hongqiao de Xangai para explorar 20 lojas com cobrança de imposto cobrindo uma área de 1500 m² no Terminal Oeste, cuja abertura se espera para Março de 2010. Além disso, a 15 de Janeiro, foi anunciada a nomeação de Kevin Farrow como Gerente Retalhista de Área em Xangai. Farrow, com mais de 25 anos de experiência no mercado retalhista das viagens, terá como responsabilidade a criação e a gestão das actividades diárias do novo empreendimento da Dufry no Aeroporto Internacional Hongqiao em Xangai. ■

República Dominicana: Novo Gerente Geral

José Rego chegou em Janeiro ao seu novo cargo na Dufry como Gerente Geral na República Dominicana com a missão de continuar a expandir as operações caribenhas. Depois de quase 20 anos de uma carreira profissional bem sucedida na indústria das lojas duty free no Brasil, as responsabilidades de Rego incluem a gerência geral das operações e recursos locais e a administração das actividades retalhistas nas lojas Dufry. ■

Barbados: DFCH compra a Emeralds Internacional da Colômbia

A Duty Free Caribbean Holdings (DFCH) anunciou a aquisição da marca colombiana Emeralds International com as marcas associadas Jeweler's Warehouse, Perfect Time e Diamond Boutique. O acordo de compra foi conseguido com a ajuda de Stephen Crane e a Franchise Services Corp. e vem coincidir com o desejo do Sr. Crane em se aposentar este ano. ■

Honduras: Novas lojas em Roatan

A Dufry chega ao novo porto marítimo de Roatan, uma ilha turística na Baía das Honduras com meio milhão de visitas por ano, com um acordo de dez anos para explorar uma loja duty free com 673 m². Este contrato



O grupo que irá trabalhar nos 673 m² da loja duty-free.

significa não só uma boa oportunidade para reforçar a posição líder da Dufry nas Caraíbas, mas marca também a entrada da empresa no mercado retalhista hondurenho das viagens. ■

Bolívia: Novo gerente geral para a Bolívia

Ana Victoria é a nova Gerente Geral na Bolívia. Será responsável pelas duas lojas Duty Free que a Dufry tem neste país da América Latina. Estas lojas, onde trabalham 28 pessoas, situam-se em Santa Cruz de la Sierra e em La Paz. Ana Victoria prestará contas a Pedro Henrique, Superintendente Retalhista. ■

Brasil: Um emprego para sair da pobreza

No final de 2009, a Dufry Brasil organizou uma cerimónia de graduação para a 15ª turma do Centro de Treino Administrativo (CTA). Constituindo o Projecto Social da Dufry mantido no Rio de Janeiro, o CTA forma todos os anos cerca de 25 jovens desfavorecidos e 95% deles entraram no mercado de trabalho através do esforço do projecto para promover a cidadania e a empregabilidade. Este ano, o projecto social irá aumentar a sua capacidade para 30 jovens estudantes: 15 homens e 15 mulheres. As aulas começarão em Março de 2010. ■



Este jovens beneficiaram do apoio da Dufry.

Las Vegas: Seminário de Gerência e Exposição de Vendedores

O grupo Hudson organizou recentemente o seu sétimo Seminário de Gerência e Exposição de Vendedores anual em Las Vegas, Nevada. O seminário reuniu toda a equipa de gerência, parceiros empresariais, pessoal administrativo da sede, juntamente com convidados e oradores notáveis. O tema era "2010: O Ano do Cliente." Os gerentes do grupo Hudson empenharam-se em continuar algumas das iniciativas melhoradas para o serviço a clientes que tiveram início em 2009.

Kathy Castro, Gerente Geral do Grupo Hudson no Aeroporto Internacional de Orlando foi reconhecida como o GG do Ano do Grupo Hudson (para locais de tamanho menor). Chuck Bowie, Gerente Geral no Aeroporto Internacional de Nova

**Notícias Regionais**

Orleães, foi nomeado GG do Ano para os locais de tamanho maior. Parabéns a ambos! ■



(da esq. p/ dir.) Mike Petersen, Mario Scordia, Joe DiDomizio, Kathy Castro (com o prémio), Doug Martino, Bobby Napoli.

Vancouver: Lojas Olímpicas

Os Jogos Olímpicos e Paraolímpicos de Inverno em Vancouver 2010 foram o grande tema de Fevereiro. O Grupo Hudson explorou lojas olímpicas temporárias com mercadorias oficiais licenciadas durante este enorme evento desportivo nas suas duas lojas em linha e em dez quiosques espalhados pelos terminais do Aeroporto Internacional de Vancouver. Desde o último Verão, um novo conceito retalhista de viagens chamado Viagens + Lazer abriu neste aeroporto canadiano. ■



A mostra de uma das Lojas Olímpicas de Vancouver.

Orlando: Grupo Dufry nomeado Retalhista do Ano

O grupo Dufry manteve a sua coroa de Retalhista de Viagens do Ano nos Prémios DFNI deste ano pela sua Excelência nas Vendas dos Retalhistas de Viagens nas Américas.

A empresa recebeu o seu prémio numa cerimónia de apresentação a 25 de Fevereiro no hotel Marriott World Center em Orlando durante a Exposição Duty Free das Américas. Os prémios são decididos por um voto aberto a todas as empresas que operam no mercado dos retalhistas de viagens nas Américas.

**Pessoas da Dufry**

Komal Seeburn



Komal Seeburn trabalha como supervisor assistente numa loja em Basileia. Nasceu em 1972 nas ilhas Maurícias e mudou-se para a Suíça há sete anos. É casado, tem um bebé e é um bom conselheiro, caso algum cliente lhe peça um conselho turístico.

Um dia ideal de visita começa com algo que não representa a ideia normal da Suíça: O Zoo de Basileia. “Tem a maior variedade de animais de todos os jardins zoológicos suíços. Fica perto de Basileia e, por isso, ao fim de uma viagem de cinco minutos, o dia pode continuar no centro da nossa bela cidade,” explica Komal com orgulho.

Depois, a proposta para os turistas esfomeados seria ir ao seu restaurante favorito, o Kreuz em Metzerlen (a meia hora de distância de Basileia), para experimentar “comida suíça mesmo boa”. Aí, ele pediria “Zürcher Geschnetzeltes”, um prato com pequenos pedaços de carne de vitela num molho cremoso com cogumelos e talharim com ovo. ■



Uma forma original de apreciar a Suíça: o Zoo de Basileia.



Nem toda a comida suíça tem queijo.



Conseguido

Brasil, o coração do Departamento Global de Serviço a Clientes

Um homem que se esqueceu da bagagem enquanto comprava perfume para a sua namorada no Rio de Janeiro; um homem de negócios que quer saber se pode comprar queijo parmesão de boa qualidade no aeroporto de Milão quando regressar a casa... Estas pessoas têm algo em comum: podem resolver os seus problemas ou esclarecer as suas dúvidas ao contactar o Departamento Global de Serviço a Clientes da Dufry.

Em 2009, a Dufry implementou um novo departamento concentrado na satisfação do cliente. Para atingir este objectivo, o grupo criou novas actividades nas áreas da Formação, Centro de Contactos, Website, Comunicação e Pesquisa.

A cidade do Rio de Janeiro foi escolhida para acolher a sede deste departamento, para tirar vantagem da estrutura existente na Região 5. "O Brasil já tinha um centro de contactos bem estruturado a funcionar há 20 anos. Partindo desta base, o desafio estava em ajustar processos, treinar pessoas e desenvolver sistemas para estender o serviço a todo o grupo", explica o Director do Departamento Global de Serviço a Clientes, Mário Portela.

Para levar a cabo este projecto, foi desenvolvida uma formação de Serviço de Primeira Classe e ministrada a todas as equipas de vendas com as regras básicas para assegurar um serviço superior. Foi também criada uma campanha de



Pessoas de 55 diferentes países contactaram os serviços no ano passado.

comunicação para as lojas, e o website da Dufry ganhou novas secções: Contacte-nos, Comprar na Dufry e Serviço a Clientes, que inclui: Política do Serviço a Clientes, A sua Opinião, Dicas de Viagens e Revista do Mundo Dufry.

Além disso, foi implementado um programa "Comprador Mistério" para avaliar os produtos, assistência a vendas, as lojas, etc.



A equipa que resolve problemas em quatro línguas diferentes.

"As maiores dificuldades na criação do Serviço Global a Clientes foram a implementação do projecto sem uma estrutura de pessoal adicional e o desenvolvimento de uma política global de garantia, considerando as diferentes leis," diz Mário Portela, e acrescenta: "Apesar destas dificuldades, o serviço está agora padronizado em todo o mundo. Na verdade, de Fevereiro a Dezembro de 2009, receberam contactos de clientes de 55 países diferentes."

O Centro de Contacto Global da Dufry possui uma equipa capaz de responder em inglês, francês, espanhol e português entre as 10:00 e as 18:00 (GMT), e os clientes podem contactá-lo através de um número grátis de telefone, por e-mail, chat ou clique para que lhe ligue. "O nosso desafio para 2010 é consolidar e ajustar os processos para constantemente melhorar os nossos níveis de serviço, buscando a excelência," conclui. ■

História
Principal

A Dufry consolida Duty Free no México

Num ano muito difícil para os aeroportos mexicanos, algumas empresas conseguiram ver as oportunidades que surgem mesmo em tempos de crise. Em Outubro de 2009, a Dufry assinou um acordo para adquirir os bens e os contratos da Latinoamericana Duty Free, a sua maior concorrente no México.



Rodolfo Velasco, Gerente Geral da Dufry México

No passado mês de Maio, diversos aeroportos no México sofreram uma descida de mais de 50% no número de viajantes em comparação com o ano anterior. Esta situação teve origem numa combinação da crise financeira com o medo da infecção pelo vírus da Gripe A. "A Dufry marca presença em diversos países e

pode suportar quebras ocasionais desta natureza. Embora a crise tenha sido muito má no México, acabou por abrir uma oportunidade para a nossa empresa," explica o Director Geral da Dufry México, Rodolfo Velasco.

Num mercado como o México, onde o objectivo é ainda recuperar os níveis atingidos em 2008, a Dufry adquiriu os bens e os contratos da Latinoamericana Duty Free (LDF) no final de 2009. Entre outros benefícios, isto veio acrescentar lojas nos aeroportos da Cidade de México, Acapulco, Guadalajara, León, Monterrey, Los Cabos, Ixtapa, Puerto Vallarta, Guanajuato e Mazatlán.

Como Julián Díaz explicou no ano passado, isto quase duplicou as vendas do grupo no México, fortaleceu a sua posição de liderança no país e irá também permitir à Dufry a apresentação do modelo empresarial dos quiosques Hudson lá.

No total, a transacção traz ao grupo 24 pontos de venda com mais de 3.700 m² de espaço e 200 funcionários. "A primeira coisa que fizemos foi realizar alguns cursos de integração para que o pessoal da LDF se pudesse sentir à-vontade com esta nova fase," afirma Velasco, "A verdade é que a sua experiência no sector é uma das melhores mais-valias trazidas para a Dufry."

Um exemplo de como esta aquisição afecta a estratégia e os objectivos do grupo reflecte-se na situação do Aeroporto da Cidade do México. A Dufry já possuía um grande espaço de venda neste aeroporto dentro de uma das portas no Terminal 1.

Em consequência deste acordo, a loja no lado oposto à outra porta de partidas, que pertencia à LDF, vai agora passar a pertencer à Dufry. "Com esta mudança, actualmente servimos 100% dos passageiros que partem do Terminal 1 na Cidade do México. A nossa intenção é sermos capazes de reinventar e ultrapassar a ideia da Avenida porque acreditamos que se pode fazer tudo melhor. Vamos começar primeiro nesta cidade e, mais tarde, passaremos para outros aeroportos por ordem de importância," acrescenta Velasco, que não esconde o seu optimismo de que o novo cenário económico veio estimular o próximo ano. "Esta aquisição é mais um passo para a expansão dos nossos horizontes." ■



A Dufry tem agora mais 24 pontos de venda nos aeroportos mexicanos. ▶



A Dufry expande os quiosques Hudson internacionalmente

Todos os viajantes sabem como pode ser stressante um aeroporto movimentado cheio de pessoas. A missão dos quiosques Hudson é transformar esta experiência difícil numa mais agradável.

2010 vai ser um ano em que o conceito de quiosque do Grupo Hudson continuará a sua expansão internacional como parte do Grupo Dufry.

Os viajantes de passagem nas mais importantes estações de caminhos-de-ferro italianas, aqueles que vão apreciar o sol em Porto Rico ou na República Dominicana, pessoas de negócios à espera no aeroporto europeu de Basileia devido à neve, ou grupos de jovens cansados após uma excursão no México. Todos terão a oportunidade de partilhar as delícias e os benefícios dos quiosques Hudson, que procuram proporcionar as melhores formas de relaxar: um bom livro, jornais ou revistas, produtos electrónicos, refeições leves, bebidas e todo o tipo de artigos de conveniência para viajantes.

Outro segredo para o sucesso dos quiosques Hudson também estará presente nesta nova loja - a combinação de um design internacional e de um toque local. ■

