

Dufry Monde

Magazine d'entreprise en ligne du groupe Dufry






Publication 4 / Mai 2011

Lisez & Gagnez
un voyage dans une boutique Dufry



Un nouveau site web pour servir une entreprise globale majeure

-  Dufry One Award : la reconnaissance d'un travail d'équipe efficace
-  Groupe Dufry : forte croissance et performance financière
-  Nouveau magasin à l'aéroport international de Houston Bush

Nouveau portail web: www.dufry.com



Editorial

Une relance réussie du site web

Editorial par Jose Antonio Gea

Cette publication, la première de 2011, se penche sur une des initiatives créée par Dufry pour renforcer ses liens avec nos clients, nos fournisseurs, nos investisseurs et enfin et surtout avec notre personnel. Je me rapporte au site web renouvelé, le portail Dufry.

Dans le cadre du projet Dufry Plus One et des améliorations apportées aux initiatives du service clientèle, un site web ciblant des voyageurs nationaux et internationaux du monde entier a été dévoilé en septembre 2010.

Grâce aux dernières technologies, le site web, disponible en six langues, présente un aspect plus commercial et plus innovant, offrant ainsi à nos investisseurs et nos clients les dernières informations, le nouveau contenu des boutiques & produits, des informations de voyage et sur les taxes douanières.

Un autre point fort est le service de précommande qui permet au passager de choisir et d'acheter des articles Dufry en ligne et de les récupérer dans nos magasins. Ce service sera disponible aussi bien dans les zones d'arrivée que de départ et le client peut l'utiliser depuis un téléphone portable, un ordinateur portable ou tout autre ordinateur standard. C'est rapide et simple.

De plus nous pouvons annoncer que le site web de Dufry proposera prochainement une autre caractéristique pour étendre le potentiel commercial de l'entreprise. Un outil d'e-commerce permettra d'acheter des produits en ligne qui seront livrés à l'adresse choisie par le client. Ce service de livraison à domicile sera lancé au Brésil avec la perspective d'une inauguration internationale. ■



Jose Antonio Gea, Directeur général des opérations

Conten

Éditorial **2**, Nouvelles régionales **3**, Employés Dufry **5**, Réussites **6**, Événement **7**, Coup de coeur **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.



Dufry People

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



Coup de coeur

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

A PROPOS DE

Éditeur : DUFREY AG, Hardstrasse 95, 4020 Bâle Suisse **Éditorialistes Siège social** : Julian Díaz, José Antonio Gea, Xavier Rossinyol, Jordi Martin-Consuegra, Javier Gonzalez, Lubna Haj Issa **Rédacteurs par régions** : Marcus Griffin (HQ), Emorine Franck (R1), Tijani Djaziri (R2), Celine Heinrich (R3), Lourdes Arenciba (R4), Marianne Areal (R5), Laura Samuels (R6) **Conception, écriture et coordination** : Match Communications, Zurich; Itziar Marañón, Roland Sennhauser, Christian Staub **Production** : Match Communications, Zurich et x-site, Basel **Langues publiées** : Anglais, français, italien, portugais et espagnol **Site web** : <http://emagazine.dufry.com>

Dufry est un commerce de passage global avec 12 000 personnes servant des clients dans plus de 1 130 boutiques à travers 41 pays.



Nouvelles régionales

Nouvelles régionales

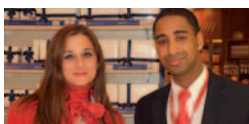
Quartiers généraux : Forte croissance et performance financière en 2010

Les résultats élevés de 2010 sont la conséquence de nos efforts continus ces dernières années. Le développement en 2010 ainsi que nos attentes à moyen terme, confirment la stratégie définie par Dufry en 2004 en se focalisant sur les marchés émergents et les destinations touristiques. De plus, la diversification régionale de Dufry s'est de nouveau avérée être la clé d'une gestion du risque. Cela a résulté en la consolidation de la position globale majeure de l'entreprise dans l'industrie du travel retail, non seulement en termes de chiffre d'affaires, mais également en termes de rentabilité.

Chaque région a augmenté son chiffre d'affaires avec des taux FX constants, et notamment la région Amérique du Sud avec une des croissances les plus fortes de 40%. En général, le chiffre d'affaires de Dufry a augmenté de 15% en se basant sur des taux FX constants, dont 10.1% de croissance organique. La marge brute a augmenté de 1.6 points de pourcentage pour atteindre 57.5% et l'EBITDA a augmenté de 19.2% à des taux FX constants. Les revenus nets ont augmenté de 48.8% à CHF 144.8 millions. De plus Dufry a généré une quantité significative de flux de trésorerie avec des opérations de CHF 362.5 millions.

Julian Diaz, CEO du groupe Dufry a commenté : "En 2010 nous avons confirmé la force de notre modèle d'entreprise. Nous sommes convaincus que notre stratégie actuelle sera toujours efficace dans les années à venir et qu'elle continuera d'améliorer la croissance du chiffre d'affaires et de la marge brute, ainsi que pour tirer profit de la structure des coûts de l'entreprise. L'implantation de nos plans à moyen terme "Dufry Plus One" et "One Dufry", que nous avons commencés en 2010, sera la clé pour continuer à développer notre activité et pour favoriser la rentabilité". ■

Bâle : Le succès du coupon



Les gagnants du défi des ventes : Daniel Garcia félicite Jasmin Banak (ci-dessus), Delphine Cholin-Latouche et Ricardo Pinto (ci-dessous).

Fin 2010, l'équipe du magasin Dufry de l'aéroport international de Bâle s'est attribué une tâche ambitieuse. « Nous avons voulu atteindre des ventes de coupon de 5% des ventes totales », explique Franck Emorine, manager de la communication de la région Europe. Le défi a commencé le 4 octobre et a continué pendant douze semaines. L'ensemble de l'équipe des ventes a dû atteindre cette cible de 5% et les trois

employés qui ont vendu le plus seraient les vainqueurs individuels. L'équipe de Bâle a finalement réussi et les trois vainqueurs individuels étaient : 1. Jasmin Banak ; 2. Delphine Cholin-Latouche ; 3. Ricardo Pinto. ■

Guadeloupe : Une ouverture brillante

Le nouveau magasin qui a ouvert ses portes en février à l'aéroport de Guadeloupe Pôle Caraïbes a littéralement prit son envol. Le magasin de 506m², situé côté piste, a montré une performance élevée lors de son premier mois d'ouverture. Cet espace de vente inclut une boutique Hudson News ainsi qu'une boutique générale duty free comprenant des catégories telles que des parfums, des spiritueux, des chocolats, des souvenirs et des produits locaux de Guadeloupe. L'équipe responsable de l'ouverture a travaillé très dur. Merci infiniment à Michel Millet, Marielle Vatan (aides logistiques) et à Christophe Mazaud (manager des ventes). ■

Maroc : Des chiffres de croissance encourageants

En implantant un ensemble de mesures, incluant la formation Dufry Plus One, le Maroc a continué un développement à deux chiffres. Casablanca est un bon exemple : « Nous avons complètement changé notre manière de travailler en présentant un nouveau manager de magasin, trois managers de produit, et en imposant des formations d'équipe. Nous avons également passé du temps à retoucher et à remettre en application toutes les bases (nettoyage, uniformes, service clientèle...) », commente Tijani Djaziri, responsable régional RH de la région Afrique. Les résultats ne pourraient pas être meilleurs et Casablanca jouit d'une forte croissance depuis janvier 2011. ■

Ghana : La rupture avec le passé

Le Ghana a la distinction d'offrir deux approches aux activités de vente : le magasin diplomatique et la boutique dans l'aéroport international de Kotoka. Un des premiers défis a été de transformer les magasins pour augmenter leur attrait commercial. L'équipe de Dufry a combiné ce changement avec une forte implication sur le site et a toujours respecté les bases de l'activité (stock important d'articles à forte rotation, un article/un prix et une offre claire). Cette stratégie rapporte : depuis octobre 2010, le Ghana a obtenu une augmentation à deux chiffres de son chiffre d'affaires comparé à la même période l'année dernière et la rentabilité s'est développée au même rythme. ■



Nouvelles régionales

Tunis : Répondant à la demande de vin

Pour répondre à une augmentation de la demande de vin à Tunis, Dufry a rouvert son magasin de vin dans la zone de départ de l'aéroport international de Carthage en décembre 2010. Cette cave occupe 56m² d'un grand magasin duty-free. L'assortiment se compose de 76 vins différents de 16 marques et de six pays. ■

Chine : Le personnel remporte les prix du service client



Certains des employés de Dufry à l'aéroport de Shanghai ont été reconnus.

L'autorité de l'aéroport de Shanghai (SAA) vérifie régulièrement les niveaux du service clientèle d'offres de vente et de nourriture & de boisson à l'aéroport international de

Hong Qiao. Basé sur des rapports et des sondages, les récompenses ont été attribuées aux meilleurs employés comme suit : Le meilleur service clientèle par les employés de vente : Boutique Cartier (M. Li Cong) ; Parfum & produits de beauté (Mme. Gu Wen Ting) ; Swarovski Crystal (Mme. Li Qing) ; Boutique L'Occitane (Mme. Chen Yuan Yuan). Meilleure boutique dans la catégorie service clientèle : Boutique Cartier. Boutique récompensée par six étoiles (avec les meilleurs niveaux de service et de satisfaction du client) : Hermes (reçu par Mlle Nina Qing au nom de toute l'équipe de Hermes). ■

Moscou : extension à Domodedovo



Dufry a ouvert un nouveau magasin de 63m² avec de la confiserie et du tabac.

Quand les passagers passent par le contrôle de sécurité à l'aéroport Domodedovo à Moscou ils commencent se diriger vers les portes entourées par des magasins Dufry. Du côté

gauche, ils trouvent le grand magasin principal de Dufry et du côté droit, se trouve un nouveau petit magasin de 63 m² avec de la confiserie et du tabac depuis le 10 novembre 2010. ■

Belgrade : Nouveau café-restaurant Speak East

Le 1er février, Dufry a inauguré un café-restaurant à l'aéroport de Belgrade, situé dans la partie des arrivées du terminal 2. Dans le magasin de 195m², les clients peuvent choisir parmi un grand choix de nourriture et de boissons comme : café, gâteaux, sandwiches, liqueurs, bières, boissons sans alcool et cocktails. ■

Puerta Maya : Dufry ouvre un grand magasin



Un magasin fortement fréquenté pendant les jours d'ouverture.

Un nouveau magasin de 1014 m² a ouvert ses portes le 31 mars dans le port mexicain de Puerto Maya. Situé sur l'île de Cozumel, ce port, qui est

géré par Carnival Cruises, est un important site touristique, visité chaque année par 1.5 million de passagers. Le nouveau magasin est principalement un espace général de travel retail (650 m²) et il inclut un secteur pour les émeraudes colombiennes (204 m²) et Hudson News (160 m²). ■

Brésil : Prix de citoyenneté pour Humberto Mota

Le président de Dufry Brésil, Humberto Mota, a été récompensé en tant que membre important de la société de son pays



Humberto Mota, président de Dufry Brésil

par la prestigieuse récompense brésilienne de citoyenneté. Le centre d'information des Nations Unies, l'association de Presse nationale brésilienne et le journal Folha Dirigida composaient le jury. Lors de cette édition 2011 les autres personnalités élues, qui recevront leur récompense dans une cérémonie officielle le

12 juin, étaient : le ministre du travail, Carlos Lupi ; le maire de Rio de Janeiro, Eduardo Paes, l'archevêque de Rio de Janeiro, dom Mariano Beltrame et le journaliste brésilien le plus influent actuellement, Ancelmo Gois. ■

Brésil : Projet Fênix, améliorer le système logistique

Depuis juin 2010 et jusqu'à décembre 2011 Dufry a lancé un projet logistique au Brésil appelé Fênix pour soutenir la croissance du marché local. Les objectifs de ce projet



Nouvelles régionales

sont : mettre en application un outil moderne appelé WMS (Warehouse Management System) qui commandera les opérations des entrepôts dans les aéroports ; restructurer les entrepôts en les adaptant à de nouvelles conditions d'opérations ; améliorer les processus de réception, de stockage, d'expédition et d'inventaire ; et organiser des séances de formation couvrant les nouveaux outils et la connaissance des procédures pour les employés. ■

Brésil : Dufry participe à l'Ultramarathon

Dufry sera pour la première fois représenté au ComRades marathon. Le 29 mai, le directeur régional des opérations Pedro Custódio sponsorisé par l'entreprise, et la conseillère juridique Claudia Lacerda, tous les deux travaillant au bureau de Rio de Janeiro, participeront à la course qui s'étend sur 89 kilomètres de Durban à Pietermaritzburg, en Afrique du Sud. Du fait qu'ils courent en Afrique du Sud, tous les deux apporteront également leur soutien dans un établissement d'aide humanitaire. Le sponsorat de Dufry inclut une action de responsabilité sociale sans précédent : En plus de financer les frais de formation et de voyage du duo, Dufry agira avec des entreprises associées pour soulever des fonds pour chaque kilomètre effectué par les athlètes. ■



Las Vegas : Hudson célèbre une année forte lors de la conférence annuelle

Environ 600 cadres de Hudson, associés et fournisseurs ont participé à la huitième exposition de fournisseur & conférence de gestion annuelle du groupe Hudson, qui s'est tenue entre le 1er et le 4 décembre 2010 à Las Vegas. La réunion s'est composée d'une session générale et de réunions en table ronde et d'une exposition de fournisseur toute la journée. Avant tout, les récompenses des managers ont été présentées le 2 décembre. ■



Employés Dufry

Bill Terwilliger



Bill Terwilliger, Vice Président de l'analyse commerciale, Groupe Hudson

Les appels d'offres soulignent le type de boutique souhaité par un aéroport ; des kiosques à journaux, des cafés, des librairies, des boutiques de spécialités et/ou des magasins duty-free. La première analyse de ces débouchés pour Hudson aux USA et au Canada est menée par un seul membre de l'équipe de développement des affaires : Bill Terwilliger, vice-président

de l'analyse commerciale, qui travaille dans le New Jersey. En s'appuyant sur ses 15 années d'expérience avec Hudson/Dufry, Bill trie soigneusement chaque page des appels d'offres, en recherchant les indices qui aideront l'équipe plus grande dans le développement d'une solution positive. Il travaille alors avec les autres membres de l'équipe pour former la solution.

Selon la direction de l'aéroport, le nombre de registres produits pour une seule solution d'appel d'offres peut aller de 10 à un plusieurs centaines. Le nombre d'appels d'offres en production, pour ce quart, est 17. Ce qui explique pourquoi Bill Terwilliger est l'un des membres les plus occupés (et les plus dévoués) de l'équipe de développement des affaires. ■



"BillT", comme on l'appelle, a récemment fêté sa 15ème année dans l'entreprise.

Quiz Dufry World : Où rêvez-vous de voyager ?

Dufry offre à tous ses employés la possibilité de gagner un voyage dans n'importe quelle boutique Dufry dans le monde. Vous devez simplement lire attentivement les articles de cette publication et trouver les réponses à ces questions simples :

1. Quel est le nom du système logistique lancé au Brésil ?
2. En combien de partie sont divisés les Dufry One Awards ?
3. Quel département a coordonné le renouvellement du site web de Dufry ?

Merci d'envoyer votre réponse avant le 30/06/2011 à Lubna Haj Issa (Communications globales d'entreprise) par e-mail à suggestions@dufry.ch. Nous avons également besoin de votre nom de famille, prénom, adresse, code postal, pays, lieu de travail.

* Uniquement des employés de Dufry peuvent participer à ce concours. Seuls les participants avec les bonnes réponses peuvent être pris en compte. Il n'y a qu'un seul vainqueur, choisi par tirage au sort. Le vainqueur sera informé par mail. La juridiction de la cour est exclue, ainsi que tout équivalent en espèce. Aucune correspondance ne sera prise en compte. Sujet à des conditions supplémentaires basées sur les conditions légales en vigueur. Le nom du vainqueur sera publié dans la prochaine publication.



Lisez & Gagnez
un voyage dans une boutique Dufry

Et le vainqueur est...

M. Melroy Noronha, Aéroport international de Sharjah

[Bonnes réponses du quiz de la publication 3 : 1. 30 juin 2010 ; 2. Russie, Chine, Inde, Brésil ; 3. Se disputer avec un client]



Réussites

Le site web de Dufry, le parfait reflet pour une entreprise globale

La rénovation du site web d'une entreprise globale est un projet très audacieux. Dufry a fait de grands efforts l'année dernière et dispose depuis septembre 2010 d'un outil attrayant et mis à jour pour montrer son visage au monde.

Les cartes de visite, brochures, lettres, fax ou téléphones - la plupart des outils avec lesquels les entreprises avaient l'habitude de communiquer avec leurs dépositaires à l'époque - regardent avec envie le maître actuel de la communication d'entreprise : le site web. C'est non seulement un instrument de vente essentiel pour une entreprise globale comme Dufry, mais il donne également l'occasion de communiquer plus souvent et plus efficacement avec les clients, les fournisseurs, le personnel et les investisseurs.

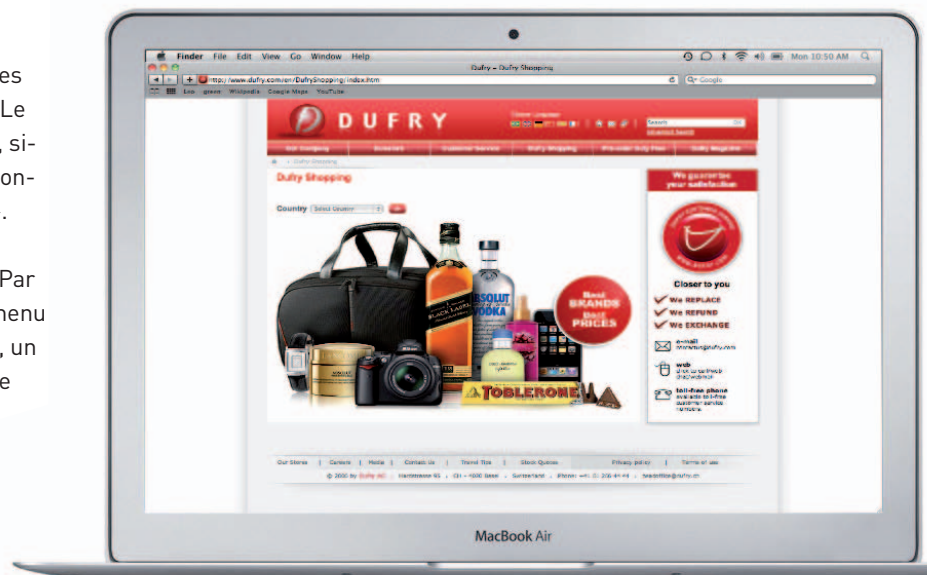
Par conséquent, notre entreprise avait travaillé dur pour lancer un site web qui serait à la fois attrayant pour les clients et un outil de vente pour d'autres dépositaires. « Le projet a été coordonné par le département de service clientèle global. Cependant il était très audacieux et complexe, et rendu uniquement possible avec le soutien et l'engagement de plusieurs secteurs : le marketing, l'informatique, les opérations, les relations d'investisseur, les communications d'entreprise, etc. », commente le directeur du département de service clientèle global, Mario Portela.

Pour réaliser l'objectif d'avoir un portail web actualisé, chaque section a un « propriétaire » dont la responsabilité est de maintenir le contenu. Au Brésil, par exemple, ils sont responsables des sections comme : le service clientèle, Dufry Shopping, la précommande duty-free et Dufry Magazine. La section « Notre entreprise » est mise à jour avec les informations institutionnelles par le département du siège social. Le secteur des relations d'investisseur, située en Suisse et au Brésil, est responsable de la section « Investisseurs ».

Le site web est simple d'utilisation. Par exemple, il y a une section dans le menu principal appelé Dufry Shopping. Là, un visiteur choisit un pays où Dufry gère des magasins pour ainsi afficher les marques, les promotions et les offres locales. « En plus de cette partie commerciale, nous

proposons également un contenu précieux et intéressant pour les voyageurs, comme un guide de voyage. Sans oublier la section Dufry World Magazine qui parle du style de vie, des idées de voyage, de la gastronomie et des magasins », explique le manager du site web de Dufry, Karine Moura. Un autre outil important est la section de service clientèle, où il est facile de trouver notre politique de service clientèle, les taxes douanières par pays, ou des informations ou horaires pour contacter Dufry en anglais, portugais, espagnol et français par chat, mail et numéros gratuits. L'augmentation de la gamme des langues pour la navigation était un autre objectif pour l'équipe responsable du site web. « Puisque Dufry est une entreprise multinationale, notre portail est disponible en 6 langues : anglais, portugais, espagnol, allemand, français et mandarin », ajoute Mario Portela.

En raison de tous ces efforts, les clients passent 40% plus de temps qu'avant à naviguer sur le site web (en comparant le dernier trimestre 2009 au dernier trimestre 2010). « Même si c'était un projet énorme, et vu que nous sommes situés au Brésil, avec un fuseau horaire différent, nous avons eu beaucoup de contributions et d'aide de toutes les régions. Nous nous sommes sentis très intégrés aux sièges sociaux de Dufry en développant ce projet et il était intéressant de voir que les gens qui travaillent pour Dufry partagent des idées et sont disposés à recevoir un retour », précise Karine Moura. ■





Événement

Dufry ONE Awards : récompenser le bon travail

Notre réussite jusqu'ici, comme celle sous les projets One Dufry et Dufry Plus One, a seulement été possible grâce à toutes les équipes de Dufry à travers le groupe, qui ont travaillé pour améliorer et accroître notre entreprise. Par conséquent, Dufry a récemment lancé les Dufry One Awards afin de récompenser le travail d'équipe exceptionnel dans trois secteurs principaux : la productivité, le service clientèle et l'innovation. Chaque équipe gagnante de la catégorie recevra une récompense reconnaissant leur contribution exceptionnelle à l'entreprise. Ces nouvelles récompenses pour 2011 sont :

1. La récompense Dufry One pour la productivité – Ouverte à toutes les opérations de magasin et reconnaissant l'amélioration en productivité d'année en année, basée sur un ensemble de critères : les ventes, le nombre de tickets et la dépense moyenne par ticket.
2. La récompense Dufry One pour les clients – Ouverte à toutes les opérations de magasin participant au programme global du client mystère et reconnaissant la performance individuelle du magasin dans l'aspect du magasin, la disposition des produits, le service clientèle et les normes de caisse.
3. La récompense Dufry One pour l'innovation – Ouverte à toutes les équipes de Dufry, avec des nominations venant de tous les COO régionaux ainsi que de leurs directeurs RH régionaux, du CFO global et du COO global, et reconnaissant les innovations qui ont permis des résultats positifs et mesurables pour l'entreprise.

Introducing for 2011

D U F R Y
one
AWARDS

Excellence Recognised

RECOGNIZING EXCELLENCE IN PRODUCTIVITY, THE CUSTOMER EXPERIENCE & INNOVATION

An opportunity to show all you have to give... and for us to say Thank You and Well Done.
It takes all of us to be the Best!

For further information please contact
Global OHR or your local OHR representative

D U F R Y

Les récompenses sont ouvertes à tous les employés. Votre département RH vous informera en détail.

Les Dufry One Awards 2011 sont une occasion de reconnaître le travail effectué cette année. Ils sont conçus de sorte que chaque employé du groupe de Dufry puisse gagner avec son équipe. Nous voulons nous assurer d'être reconnaissant aussi bien envers le personnel du magasin, qui est le visage de Dufry pour nos clients, qu'envers les différents départements et communautés qui aident à soutenir et à innover les services de Dufry. ■

Goals & Objectives of the Dufry One Award Scheme

The Dufry One Awards An Overview

Our objectives:

- To offer a menu of shop and company awards
- To set stretching and consistent goals to encourage excellence in performance
- To recognize effective behaviors, achievements that have contributed to the success of the organization
- To recognize positivity and productivity that supports One Organization
- To say 'Thank You', and encourage the actions and thinking that support Dufry's continuing growth and success
- To promote 'award-winning' activities

The Awards scheme will therefore be:

- Inclusive** - Everyone, in every part of the business

The Scheme provides an opportunity to recognise all areas of the business

3 Categories:

- The One Productivity Award**
- The One Customer Award**
- The One Innovation Award**

Entries for 2011 will consider activity and results for the period January 2011 – December 2011

- A Governance Group is being formed that will oversee the judging and awards process
- Winners will be announced in Quarter 1 of 2012
- 1 Global Winner and 2 Global Runners-up will be awarded in each category
 - Winners will receive a Crystal One Award
 - Runners-up will receive a framed Certificate
 - Regional Executive Directors will coordinate winning celebrations for their winning teams
- Winners will be featured in company wide publications



Coup de coeur

Le “Bloomingdale’s” du commerce d’aéroport

À l’aéroport international de Houston Bush, au terminal E, les passagers peuvent profiter d’une expérience de shopping luxueuse avec le nouveau magasin Dufry. Sur une surface de 783 m², ce magasin moderne propose une atmosphère confortable et détendue. Les clients peuvent choisir parmi une grande sélection de produits duty-free tels que les liqueurs, le tabac, les chocolats, les parfums et les produits de beauté.

En se basant sur son décor luxueux et son ambiance de shopping simple, ce magasin a été désigné comme le « Bloomingdale’s » du commerce d’aéroport. ■

