

# Mondo Dufry

E-Magazine aziendale del Gruppo Dufry






D U F R Y

Numero 4/ Maggio 2011

**Leggi & vinci**  
un viaggio in un negozio della Dufry



 **Un nuovo sito web al servizio di una compagnia leader a livello internazionale**

-  **Dufry One Award: riconoscimento di un lavoro di squadra di successo**
-  **Gruppo Dufry: un rendimento finanziario e una crescita forti**
-  **Un nuovo negozio allo Houston Bush International Airport**

Nuovo portale web: [www.dufry.com](http://www.dufry.com)



Editoriale

# Il rilancio di un sito di successo

Questa edizione, la prima del 2011, approfondisce maggiormente una delle iniziative lanciate dalla Dufry, ovvero rinsaldare i legami con lo staff così come con i suoi clienti, i suoi fornitori, i suoi investitori e, ultimo, ma non meno importante, il suo staff. Mi riferisco al sito web rinnovato, il portale della Dufry.

Come parte del progetto Dufry Plus One project, e come parte dei miglioramenti delle iniziative al servizio del cliente, nel settembre del 2010, è stato inaugurato un sito web per i viaggiatori internazionali e nazionali di tutto il mondo.

Grazie alle ultime tecnologie, il sito web, che è disponibile in sei lingue, mostra un aspetto innovativo e più commerciale che offre le informazioni più recenti per i nostri investitori e i nostri clienti, un nuovo contenuto dai negozi e prodotti, le informazioni di viaggio e sulla dogana.

Un altro punto da evidenziare è il servizio pre-ordine che consente al passeggero di selezionare e acquistare online i prodotti della Dufry e di ritirarli nei nostri negozi. Questo servizio sarà disponibile sia nell'area partenze sia in quella di arrivo e il cliente può utilizzarlo da un telefono cellulare, un laptop o da qualsiasi computer tradizionale. È facile e veloce.

Inoltre, possiamo annunciare che il sito web della Dufry offrirà presto un'altra caratteristica per espandere il potenziale commerciale della compagnia. Uno strumento di e-commerce renderà possibile acquistare i prodotti che saranno consegnati all'indirizzo scelto dal cliente. Questo servizio di consegna a domicilio sarà avviato in Brasile con la prospettiva di un lancio internazionale. ■



Jose Antonio Gea, Direttore operativo globale

## Contenuto

Editoriale **2**, Le notizie di Dufry **3**,  
Le persone di Dufry **5**, Missione  
compiuta **6**, Sotto i riflettori **7**,  
Negozio preferito **8**

## Contenuto delle sezioni



### Editoriale

Affermazioni e annunci da parte di CEO/COO/CFO, editoriali, fatti & cifre, pietre miliari, responsabilità aziendale, cambi di gestione.



### Notizie regionali

Negozi nuovi o modificati, concetti, contratti, attività promozionali, premi, notizie o risultati locali di rilievo.



### Sotto i riflettori

Storia principale o intervista con personaggi di spicco (solitamente in linea con l'immagine di copertina). Enfasi su attività speciali, imprese, occasioni.



### Missione compiuta

Storie di successo, storie di ambientazione locale, casi di migliore prassi.



### Le persone di Dufry

Presentazione di un impiegato per un motivo particolare: nuove idee, produttività sul lavoro, interessi particolari, hobby speciale.



### Preferiti

Negozio nuovo o ristrutturato di recente (es. negozio del mese). Quarta di copertina della versione PDF stampabile.

## CHI SIAMO

**Editore:** DUFY AG, Hardstrasse 95, 4020 Basilea Svizzera **Team editoriale Sede Centrale:** Julian Díaz, José Antonio Gea, Xavier Rossinyol, Jordi Martin-Consuegra, Juan Antonio Nieto, Lubna Haj Issa **Team contenuto regionale:** Marcus Griffin (Sede Centrale), Tijani Djaziri (Regione 2), Nader Ghazzawi (Regione 3), Lourdes Arenciba (Regione 4), Luana Cloper (Regione 5), Laura Samuels (Regione 6) **Design, stesura testi e coordinamento di processo:** Match Communications, Zurigo; Itziar Marañón, Roland Sennhauser, Christian Staub **Produzione:** Match Communications, Zurigo e x-site, Basilea **Lingue pubblicate:** Inglese, francese, italiano, portoghese e spagnolo **Sito Web:** <http://emagazine.dufry.com>

Dufry è una società operante nel settore del travel retail a livello globale, con 12.000 impiegati al servizio di clienti in oltre 1'130 negozi dislocati in 41 paesi.



## Dufry News

Notizie regionali

### Sede centrale: Rendimento finanziario e forte crescita nel 2010

I solidi risultati del 2010 sono una conseguenza dei nostri continui sforzi degli ultimi anni. Lo sviluppo nel 2010 così come le aspettative a medio termine, confermano la strategia che la Dufry ha definito dal 2004 concentrandosi sui mercati emergenti e sulle destinazioni turistiche. Inoltre la diversificazione regionale della Dufry ha provato di nuovo di essere fondamentale per il rischio di gestione. Come risultato, la compagnia ha consolidato la sua posizione mondiale di leader nel settore dell'industria della vendita al dettaglio non soltanto in termini di fatturato ma anche di redditività.

Ogni regione ha aumentato il suo fatturato con un tasso FX costante, con le regioni del Sud America che hanno una crescita maggiore del 40%. In generale, il fatturato della Dufry è aumentato del 15% sulla base di un tasso FX costante di cui la crescita organica rappresentava il 10.1%. Il margine lordo è migliorato da 1.6 punti percentuali a 57.5% e l'EBITDA (margine lordo operativo) è cresciuto del 19.2% su tassi FX costanti. I guadagni netti sono aumentati del 48.8% a CHF 144.8 milioni. La Dufry ha nuovamente generato un ammontare significativo del flusso di cassa dalle operazioni di CHF 362.5 milioni.

Come ha commentato Julian Diaz, CEO del Gruppo Dufry: "Nel 2010 abbiamo confermato la solidità del nostro modello aziendale. Siamo convinti che la nostra attuale strategia sarà un successo negli anni futuri e che continueremo a migliorare la crescita del fatturato e il margine lordo così come a ottimizzare la struttura di costo della azienda. La realizzazione dei nostri piani a medio termine "Dufry Plus One" e "One Dufry", che sono iniziati nel 2010, saranno la chiave per sviluppare ulteriormente la nostra azienda e per orientare la redditività". ■

### Basilea: Successo dei voucher



I vincitori della sfida delle vendite: Daniel Garcia si congratula con Jasmin Banak (sopra), Delphine Cholin-Latouche e Ricardo Pinto (sotto).

Alla fine del 2010, la squadra del negozio Dufry dell'aeroporto internazionale di Basilea si è posta una sfida "Volevamo raggiungere il 5% delle vendite di voucher sulle vendite totali", spiega Franck Emorine, manager delle comunicazioni della Regione Europa. La sfida è iniziata il 4 ottobre ed è durata dodici settimane. Tutta la squadra addetta alle vendite ha raggiunto questo obiettivo del 5% e i tre impiegati che hanno venduto di più saranno i singoli vincitori. La squadra di Basilea alla

fine ha raggiunto l'obiettivo e i tre singoli vincitori sono stati: 1. Jasmin Banak; 2. Delphine Cholin-Latouche; 3. Ricardo Pinto. ■

### Guadalupa: Apertura brillante

Il nuovo negozio che ha aperto a febbraio presso il Guadeloupe Pôle Caraïbes Airport ha avuto un avvio strepitoso. Il negozio di 506 m<sup>2</sup>, situato a lato pista, ha mostrato un forte rendimento nel primo mese di attività. Questo spazio di vendita al dettaglio include un negozio Hudson News così come un free store duty generale che include settori come i profumi, gli alcolici, i souvenir e i prodotti locali della Guadalupa. La squadra che si occupava dell'apertura ha lavorato molto duramente. Ringraziamo molto Michel Millet, Marielle Vatran (ambidue assistenti logistici) e Christophe Mazaud (responsabile della vendita al dettaglio). ■

### Marocco: Figure per incrementare la crescita



Un team altamente motivato

Attuando un pacchetto completo di misure, tra cui l'addestramento Dufry Plus One training, il Marocco ha continuato ad avere una crescita a due cifre. Casablanca è un ottimo esempio:

"Abbiamo completamente modificato il nostro metodo di lavoro introducendo un nuovo direttore del negozio, tre direttori del prodotto e rafforzando l'addestramento della squadra. Abbiamo anche speso del tempo nella rielaborazione e nella nuova implementazione di tutte le basi (pulizia, uniformi, servizio clienti...)", commenta Tijani Djaziri, Direttore HR regionale della Regione Africa. Il risultato non poteva essere migliore e Casablanca gode di una forte crescita dal gennaio 2011. ■

### Ghana: Rottura con il passato

Il Ghana si distingue per due approcci con la vendita al dettaglio: lo shop diplomatico e il negozio presso il Kotoka International Airport. Una delle prime sfide è stata quella di trasformare i negozi per incrementare il loro richiamo commerciale. La squadra della Dufry ha combinato questo cambiamento con una forte implicazione sul campo e ha rispettato le basi dell'attività (stock considerevole di prodotti, un articolo/un prezzo e un'offerta chiara). Questa strategia sta dando i suoi frutti: dall'ottobre 2010, il Ghana ha aumentato il suo fatturato a due cifre rispetto allo stesso periodo dell'anno passato e la redditività è cresciuta in linea. ■



## Notizie regionali

### Tunisi: Risposta alla richiesta di vino

Per rispondere all'aumento della richiesta di vino a Tunisi, la Dufry ha riaperto il suo negozio di vini presso l'area delle partenze del Carthage International Airport a dicembre 2010. Questa cantina 56m<sup>2</sup> di un ampio negozio duty-free. L'assortimento è composto da 76 vini diversi di 16 marche e di sei paesi. ■

### Cina: La squadra vince i premi servizio clienti



Sono stati premiati alcuni dipendenti della Dufry dell'aeroporto di Shanghai.

L'autorità aeroportuale di Shanghai (SAA) controlla regolarmente i livelli di servizio clienti della vendita al dettaglio e del cibo e delle bevande offerte presso lo Hong Qiao International Airport. Sulla base di rapporti e

questionari sono stati dati i premi ai migliori, nel seguente modo: Miglior servizio clienti da parte di dipendenti della vendita al dettaglio: Cartier Boutique (Sig. Li Cong); Perfume & Cosmetics (Sig.ra Gu Wen Ting); Swarovski Crystal (Sig.ra. Li Qing); L'Occitane Shop W4 (Sig.ra. Chen Yuan Yuan). Il miglior esecutore nella categoria di servizio al cliente: Cartier Boutique. Negozi che hanno ottenuto sei stelle (con i livelli più alti di soddisfazione del cliente e del servizio): Hermes (accettato da Nina Qing A nome di tutta la squadra dell'Hermes). ■

### Mosca: ampliamento al Domodedovo



Dufry ha aperto un nuovo negozio di 63 m<sup>2</sup> con prodotti dolciari e tabacco.

Quando i passeggeri superano i controlli di sicurezza presso il Domodedovo Airport di Mosca, inizia a camminare verso i cancelli circondati dai negozi della Dufry. Sulla sinistra

trovano il grande negozio principale della Dufry e alla loro destra, dal 10 novembre 2010, c'è un nuovo e più piccolo negozio di 63 m<sup>2</sup> con prodotti dolciari e tabacco. ■

### Belgrado: Coffe shop New Speak Easy



Il luogo perfetto dove i viaggiatori possono fare una pausa.

Il 1 febbraio la Dufry ha inaugurato un coffee shop presso l'aeroporto di Belgrado, situato nella parte degli arrivi del terminal 2. In un nego-

zio di 195m<sup>2</sup> i clienti possono scegliere tra una vasta gamma di cibo e di bevande come: caffè, torte, panini, liquori, birre, bevande analcoliche e cocktail. ■

### Puerta Maya: Dufry apre un grande negozio



Un negozio fortemente frequentato durante i giorni di apertura.

Un nuovo negozio di 1'014 m<sup>2</sup> è stato aperto il 31 marzo nel porto messicano di Puerta Maya. Posizionato sull'isola di Cozumel questo porto che è gestito da

Crociere Carnival, è un luogo turistico importante, visitato ogni anno da 1.5 milioni di passeggeri. Il nuovo negozio è soprattutto uno spazio di vendita al dettaglio generale (650 m<sup>2</sup>) e include un'area per gli smeraldi colombiani (204 m<sup>2</sup>) e l'Hudson News (160 m<sup>2</sup>). ■

### Brasile: Premio della cittadinanza per Humberto Mota



Humberto Mota, presidente della Dufry Brasile

Il presidente della Dufry Brasile, Humberto Mota è stato riconosciuto come una parte importante della società del suo paese con il prestigioso premio Cittadinanza Brasiliana. Il centro di informazione degli Stati Uniti, l'associazione della stampa nazionale brasiliana e il giornale Folha Dirigida facevano parte della giuria. In questa edizione

del 2011, le altre personalità che riceveranno il loro premio in una cerimonia ufficiale il 12 giugno, sono: il ministro del lavoro, Carlos Lupi; il sindaco di Rio de Janeiro, Eduardo Paes, l'arcivescovo di Rio de Janeiro, dom Mariano Beltrame e il giornalista brasiliano più influente, Ancelmo Gois. ■



Notizie regionali

## Brasile: Progetto Fenix, miglioramento del sistema logistico

Da giugno 2010 fino a dicembre 2011 la Dufry ha lanciato un progetto logistico in Brasile chiamato Fênix per sostenere la crescita del mercato locale. Gli obiettivi del progetto sono: implementare uno strumento moderno chiamato WMS (sistema di gestione del magazzino) che controllerà le operazioni dei magazzini negli aeroporti; ristrutturare i magazzini, adattarli ai requisiti delle nuove operazioni; migliorare i processi di ricezione, stoccaggio, spedizione e inventario; e organizzare le sessioni di formazione per gli impiegati che riguardino i nuovi strumenti e la conoscenza delle procedure. ■

## Brasile: La Dufry partecipa all'Ultramaratona

La Dufry sarà rappresentata per la prima volta nella maratona ComRades. Il 29 maggio il direttore delle operazioni regionali che sponsorizza la compagnia, Pedro Custódio, e il consulente legale Claudia Lacerda, che lavorano entrambi presso l'ufficio di Rio de Janeiro, prenderanno parte alla gara che copre 89 km da Durban a Pietermaritzburg, in Sud Africa. Poiché gareggeranno in Sud Africa, i due aiuteranno anche un'importante istituzione umanitaria. La sponsorizzazione della Dufry include un'azione di responsabilità sociale senza precedenti: oltre al finanziamento dell'allenamento dei due e le loro spese di viaggio, la Dufry agirà con le aziende partner nella raccolta fondi per ogni chilometro che l'atleta effettua. ■



## Las Vegas: L'Hudson festeggia un anno forte nella conferenza annuale

Circa 600 dirigenti dell'Hudson, i partner commerciali e fornitori hanno partecipato all'ottavo Show Vendor & Seminar Management del Gruppo Hudson, Tenutosi dal 1 al 4 dicembre 2010 a Las Vegas. L'incontro comprendeva una sessione generale e tavole rotonde e un Vendor Show di un giorno. Inoltre il 2 dicembre sono stati presentati i premi dei direttori. ■

## Dufry World Quiz: Dove sognate di viaggiare?

La Dufry offre a tutti i suoi impiegati la possibilità di vincere un viaggio in un negozio Dufry in tutto il mondo. Dovete soltanto leggere con attenzione gli articoli di questa edizione e trovare le risposte alle seguenti domande:

1. Quale è il nome del sistema logistico lanciato in Brasile?
2. Quante sono le categorie di premi della Dufry One?
3. Quale dipartimento ha coordinato il rinnovo del sito web della Dufry?

Vi preghiamo di inviare le vostre risposte fino al 30.06.2011 a Lubna Haj Issa (Global Corporate Communications) via e-mail [suggestions@dufry.ch](mailto:suggestions@dufry.ch). Abbiamo bisogno del vostro nome, cognome, indirizzo, codice postale, stato e luogo di lavoro.

\* Soltanto gli impiegati della Dufry possono partecipare a questa competizione. Soltanto i partecipanti che forniranno le risposte corrette saranno premiati. Vi sarà soltanto un vincitore, scelto tramite estrazione. Il vincitore sarà avvisato tramite e-mail. La giurisdizione del tribunale è esclusa così come qualsiasi equivalente in denaro. Non verrà inviata nessuna corrispondenza. Soggetto a ulteriori condizioni sulla base di prescrizioni applicabili. Il nome del vincitore sarà pubblicato nella prossima edizione.



Persone della Dufry

## Bill Terwilliger



Bill Terwilliger, Vice Presidente dell'analisi aziendale, Gruppo Hudson

Richiesta di proposte (RFP) Delineano quale genere di prodotti al dettaglio è necessario in un aeroporto: edicole, bar, librerie, prodotti speciali e/o negozi duty free. L'analisi di queste opportunità aziendali per l'Hudson negli Stati Uniti e in Canada è stata portata avanti da un singolo membro della squadra di sviluppo aziendale: Bill Terwilliger, Vice Presidente dell'analisi aziendale che

lavora nel New Jersey. Utilizzando i suoi 15 anni di esperienza con la Hudson/Dufry, esamina con attenzione ogni pagina del RFP, cercando indizi che aiuteranno la squadra più grande nello sviluppo di una risposta vincente. Poi lavora con altri membri della squadra per attuare la risposta. Secondo la direzione dell'aeroporto, il numero di libri prodotti per una singola risposta del RFP può essere da 10 fino a duecento. Il numero di RFP in produzione, in questo trimestre, è 17. Ciò spiega perché Bill Terwilliger è uno dei più attivi (e più dedicati) membri della squadra di sviluppo aziendale. ■



"BillT", come è stato soprannominato, ha celebrato di recente i suoi 15 anni con l'azienda.



**Leggi & vinci**  
un viaggio in un negozio della Dufry

### E il vincitore è...

Il Sig. Melroy Noronha, Sharjah International Airport

(Risposta giusta del quiz dell'edizione numero 3: 1. 30 giugno 2010; 2. Russia, China, India, Brazil; 3. discutere con un cliente)



Missione  
compiuta

## Il sito web della Dufry, lo specchio perfetto per una compagnia mondiale

**Il rinnovamento di un sito web in una compagnia mondiale è un progetto molto impegnativo. La Dufry ha compiuto molti sforzi lo scorso anno e, dal settembre 2010, ha uno strumento aggiornato e di richiamo che mostra il suo aspetto in tutto il mondo.**

Biglietti da visita, volantini, lettere, fax o telefonate – la maggior parte degli strumenti che la compagnia ha utilizzato in passato per comunicare con le sue parti interessate – guardano con invidia all'attuale re delle comunicazioni dell'azienda: il sito web. Esso non è soltanto uno strumento essenziale di vendita per una compagnia mondiale come la Dufry ma fornisce anche l'opportunità di interagire maggiormente e meglio con i clienti, i fornitori, lo staff e gli investitori.

Quindi la nostra azienda ha lavorato duramente per lanciare un sito web che potesse essere un richiamo per i clienti e uno strumento di marketing per le parti interessate. "Il progetto è stato coordinato dal Dipartimento di servizi mondiale per i clienti. Tuttavia è stato molto complesso e coraggiosi e possibile soltanto con il sostegno e l'impegno di molti settori: Marketing, I.T., Operations, Investor Relations, Corporate Communications, ecc.", commenta il direttore del dipartimento mondiale di servizi al cliente, Mario Portela.

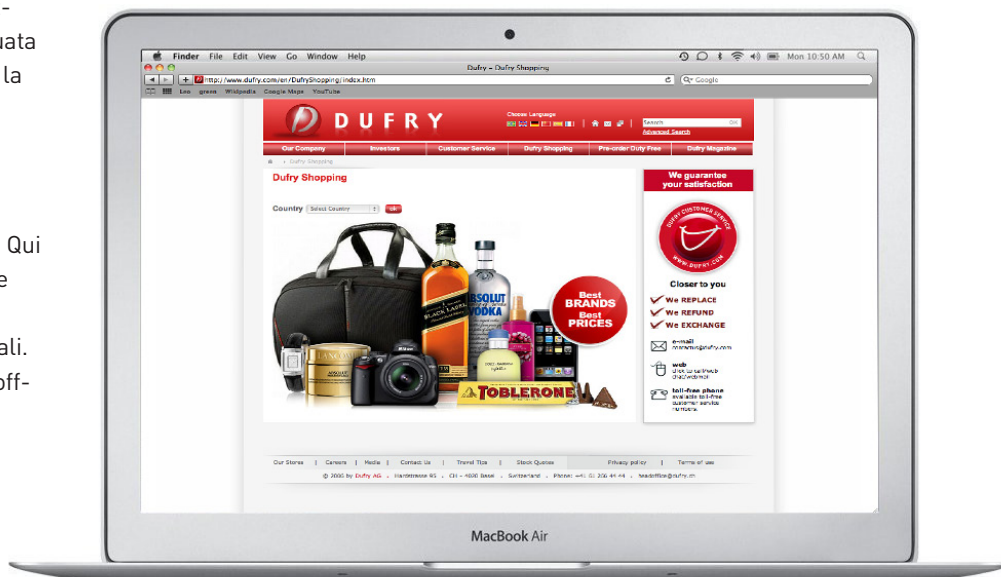
Per raggiungere l'obiettivo di avere un sito web aggiornato, ogni sezione ha un "proprietario" che ha la responsabilità di gestire il contenuto. In Brasile, per esempio, sono responsabili dei settori: Customer Service, Dufry Shopping, Pre-order Duty Free e Dufry Magazine. La sezione "La nostra azienda" è aggiornata con le informazioni istituzionali dall' Head Office Department. L' Investor Relations Area, situata in Svizzera e Brasile hanno in carica la sezione "Investitori".

Il sito web è facile da utilizzare. Per esempio, c'è una sezione nel menu principale chiamata Dufry Shopping. Qui un visitatore seleziona un paese dove la Dufry ha negozi e poi compaiono i marchi, le promozioni e le offerte locali. "Oltre a questa parte commerciale, offriamo anche dei contenuti preziosi e interessanti per i viaggiatori, come una guida turistica. Per non parlare della sezione Dufry World

Magazine che parla dello stile di vita, della gastronomia e dei negozi", spiega il direttore del sito web della Dufry, Karine Moura.

Un altro strumento importante è la sezione servizio per la clientela, in cui è facile trovare la nostra politica di servizio per il cliente, le tasse doganali dei paesi o le informazioni o l'orario per contattare la Dufry in inglese, portoghese, spagnolo e francese tramite chat, e-mail o numeri verdi. L'aumento della gamma di lingue per la navigazione era un altro obiettivo per la squadra responsabile del sito web. "Poiché la Dufry è una compagnia multinazionale, il nostro portale è disponibile in 6 lingue: inglese, portoghese, spagnolo, tedesco, francese e cinese mandarino", aggiunge Mario Portela.

Come risultato di tutto questo sforzo, i clienti stanno trascorrendo un tempo maggiore del 40% rispetto a prima nella navigazione sul sito web (confrontando l'ultimo trimestre del 2009 con l'ultimo trimestre 2010). "Sebbene si trattasse di un ampio progetto e considerando che siamo in Brasile, con un diverso fuso orario, abbiamo avuto molti input e aiuti da tutte le regioni. ci siamo sentiti veramente integrati con la sede centrale della Dufry nello sviluppo di questo progetto ed è stato bello sapere che le persone che lavorano per la Dufry condividono le idee e sono disposti a ricevere commenti" sottolinea Karine Moura. ■





Sotto i riflettori

# Dufry ONE Awards: gratificare una grande prestazione

Finora le nostre realizzazioni così come quelle dei progetti One Dufry e Dufry Plus One, sono state possibili soltanto grazie alle squadre della Dufry formate da tutti i dipendenti che hanno lavorato per migliorare e far crescere la nostra azienda. Di conseguenza, di recente la Dufry ha lanciato il Dufry One per riconoscere l'eccezionale lavoro di squadra in tre settori chiave: produttività, servizio clienti e innovazione. Ogni squadra vincente della categoria riceverà un premio che riconosce il contributo eccezionale all'azienda. I nuovi premi per il 2011 sono:

1. Premio produttività Dufry One – Aperto a tutte le operazioni di vendita e riconoscimento anno dopo anno del miglioramento della produttività in base a un set di criteri: vendite, numero di biglietti e spesa media per biglietto.
2. Premio clienti Dufry One – Aperto a tutte le operazioni di vendita e ai negozi partecipanti al programma mondiale Mystery Shopper e riconoscimento dei risultati delle prestazioni dei singoli negozi in aspetto del negozio, fornitura di prodotti, servizio clienti e standard di controllo.
3. Premio Innovazione Dufry One – Aperto a tutte le squadre della Dufry con le nomine provenienti da tutte le COO regionali con i propri direttori RH regionali, il CFO mondiale e il COO mondiale e il riconoscimento delle innovazioni che hanno portato a risultati positivi e misurabili per l'azienda.



**Introducing for 2011**

**DUFRY**  
**one**  
**AWARDS**

Excellence Recognised

**RECOGNIZING EXCELLENCE IN PRODUCTIVITY, THE CUSTOMER EXPERIENCE & INNOVATION**

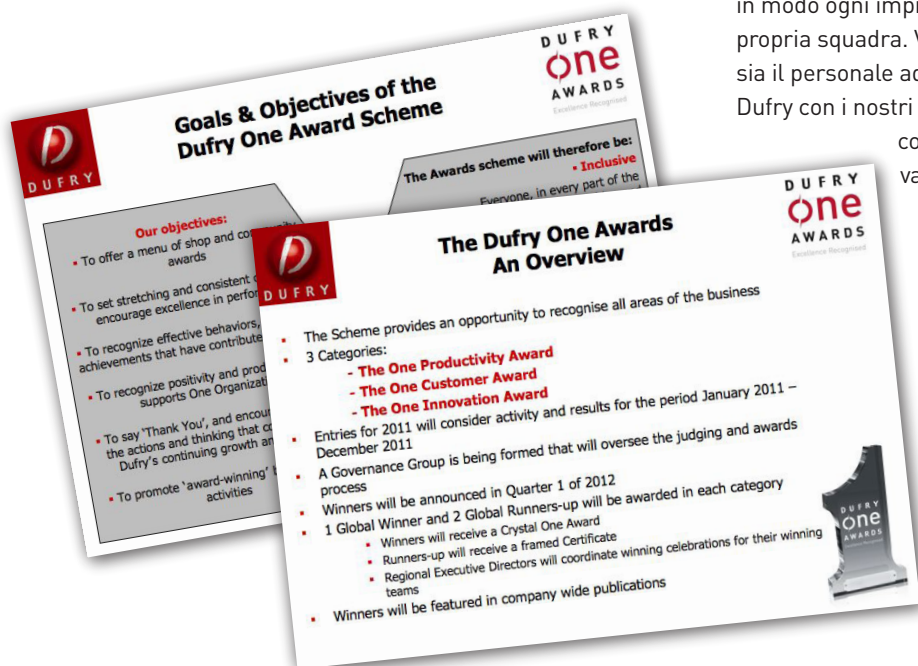
An opportunity to show all you have to give...  
and for us to say Thank You and Well Done.  
**It takes all of us to be the Best!**

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

**DUFRY**

I premi sono aperti a tutti gli impiegati. Il vostro dipartimento HR vi informerà dettagliatamente.

I Dufry One Awards 2011 sono un'opportunità per far conoscere il lavoro eseguito questo anno. Sono stati creati per fare in modo ogni impiegato del Gruppo Dufry può vincere con la propria squadra. Vogliamo assicurarci che noi riconosciamo sia il personale addetto alle vendite che è lo specchio della Dufry con i nostri clienti così come i diversi dipartimenti e le comunità che aiutano a sostenere e a innovare i servizi della Dufry. ■



**Goals & Objectives of the Dufry One Award Scheme**

**Our objectives:**

- To offer a menu of shop and company awards
- To set stretching and consistent targets 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 contribute to Dufry's continuing growth and success
- To promote 'award-winning' activities

**The Awards scheme will therefore be:**

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

**The Dufry One Awards An Overview**

- 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



Preferiti

## Il “Bloomingdale” della vendita al dettaglio negli aeroporti

Presso l’Houston Bush International Airport, Terminale E, i passeggeri possono provare un’esperienza di shopping di lusso con il nuovo negozio della Dufry. Con i suoi 783 m<sup>2</sup> questo negozio moderno offre un’atmosfera rilassante e confortevole. I clienti possono scegliere un’ampia selezione di prodotti duty free come liquori, tabacco, cioccolate, profumi e cosmetici.

Basato su un decoro di lusso e un ambiente di acquisto semplice, questo negozio è stato progettato per diventare il “Bloomingdale” della vendita al dettaglio negli aeroporti. ■

