

Dufry Monde

Magazine d'entreprise en ligne du groupe Dufry






D U F R Y

Publication 6 / avril 2012

Hudson News

L'anniversaire Hudson Group, 25 années innovantes

-  Résultats financiers de l'exercice 2011
-  Programmes de formation en Italie et au Brésil
-  Les grandes étapes en Russie et en République dominicaine



Editorial

Un ami pour les voyageurs – depuis 1987

Éditorial par Joseph DiDomizio

Il y a vingt-cinq ans, le concept de Hudson News était – sur la base d'une idée simple – de fournir aux voyageurs les produits qu'ils souhaitaient et dont ils avaient besoin afin de faciliter leur voyage en avion ou en train et le rendre plus agréable. Les magazines, les livres et une grande variété de choses essentielles pour les voyageurs étaient particulièrement importants.

Le fondateur de Hudson Group Retail est mon père, Mario DiDomizio. Mario a été engagé par feu Robert Cohen et il a collaboré étroitement avec lui. M. Cohen dirigeait alors Hudson County News, une entreprise qui distribuait des journaux, magazines et livres dans la zone métropolitaine de New York [Malheureusement, M. Cohen s'est éteint très récemment, le 1^{er} février 2012, des suites d'une longue maladie].

Venant du milieu des supermarchés, Mario a compris comment concevoir des magasins qui se concentraient sur les ventes d'impulsion et les produits de commodité fondamentaux. Lui et son équipe ont complètement remanié le kiosque d'aéroport : en créant des vitrines ouvertes, de larges allées et un point centralisé de comptoirs de vente, parfaits pour commercialiser les produits d'impulsion. Une fois les changements effectués, les bénéfices ont monté en flèche.

Tandis qu'Hudson célèbre son 25^{ème} anniversaire, nous continuons à stimuler l'innovation : un choix d'en-cas et d'aliments plus sains, des produits de marque dans chaque catégorie et l'expansion rapide d'un nouveau concept produit très dynamique : l'électronique.

Depuis l'acquisition de Dufry en 2008 et l'intégration dans l'organisation de Dufry en tant que région Amérique du Nord, Hudson a également bâti un portefeuille enviable



Joseph DiDomizio, Président & PDG, Groupe Hudson

de marques de détail spécialisées, et a maintenant pris l'exploitation des activités duty-free de l'entreprise en Amérique du Nord.

Mais au fond, cette région Amérique du Nord variée et dynamique a toujours comme objectif principal d'être ce que l'un de nos clients nous a appelés sur Twitter il y a quelque temps : Le meilleur ami du voyageur ! ■

Contenu

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 : DUFY AG, Hardstrasse 95, 4020 Bâle Suisse Éditorialistes Siège social : Julian Diaz, 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), Madelin Moreno (R4), Tiago Gloria (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 13'500 personnes servant des clients dans plus de 1'200 boutiques à travers 46 pays.



Nouvelles régionales

Nouvelles régionales

Excellente performance de Dufry en 2011

En 2011, Dufry a généré une croissance de chiffre d'affaires de 16,5% à taux de change constant, et la marge brute s'est élevée pour la huitième année consécutive à 58,2%. Le résultat avant intérêts, impôts et amortissements a augmenté de 26,9% à taux de change constant à 435,5 millions de CHF et la marge du résultat avant intérêts, impôts et amortissements a progressé de 100 points de base à 14,1%. La croissance comparable a contribué à hauteur de 7,5 points dans la croissance du chiffre d'affaires en 2011, ce qui est une excellente performance vu les impacts négatifs des tensions politiques en Afrique du nord, des tempêtes de neige aux États-Unis et de la faillite de Mexicana au Mexique.

Les acquisitions ont contribué à hauteur de 6,7% dans la croissance du chiffre d'affaires. En août 2011, Dufry a acquis l'exploitation du duty-free d'aéroport dans plusieurs marchés émergents, à savoir l'Argentine, l'Uruguay, l'Équateur, l'Arménie et la Martinique, ainsi qu'une plateforme logistique en Amérique du Sud. Par ailleurs, l'expansion de l'espace de vente au détail de Dufry par de nouvelles concessions a généré une augmentation nette du chiffre d'affaires de 2,3%. En combinant les acquisitions et les expansions d'espaces, Dufry a ajouté plus de 20000 m² à son espace de vente au détail. Le groupe a également signé des contrats très importants avec les exploitations qui vont s'ouvrir en 2012, à savoir le premier contrat pour Dufry en Inde et l'ajout d'un nouvel emplacement en Chine à l'aéroport de Chengdu. De plus, en janvier 2012, Dufry a aussi acquis un commerce de passage en Russie.

Comme Julian Diaz, PDG du Groupe Dufry, l'a fait remarquer : « Dufry a livré une excellente performance en 2011 », et d'ajouter : « Pour 2012, nous avons déjà posé les jalons pour accroître notre empreinte dans la région Eurasie. L'intégration et l'accroissement de nouvelles activités seront une priorité ». ■

Bâle : Montres de haute qualité

En février, Dufry a lancé une nouvelle marque de montres exclusive dans sa boutique principale à l'EuroAirport Bâle-Mulhouse et y a dédié un emplacement spécifique. Cette marque est Frédérique Constant Genève et a été fondée dans sa forme actuelle en 1988. Aletta Bax et Peter Stas ont lancé leur première collection en 1992, comprenant six modèles équipés de mouvements suisses et assemblés par un horloger à Genève. Leur philosophie est de toucher à la fois les connaisseurs et une sélection plus large de passionnés admiratifs qui veulent apprécier la haute qualité et les montres intemporelles mais néanmoins classiques à des prix raisonnables. ■

Italie : Lacement du programme de formation « Out in Front »

Entre le 24 et le 26 janvier 2012, la phase pilote d'un nouveau programme de formation a été lancée en

Italie. Appelé « Out in Front », il qualifie tous les superviseurs et responsables de boutique en tant que « Formateurs certifiés Dufry » en leur enseignant un style de direction équilibré, de même qu'une formule pour apporter une formation directement en boutique à leurs professionnels des ventes.



« L'engagement et la volonté d'essayer étaient excellents », rapporte Anni Maley, Responsable de la formation et du développement monde chez Dufry. « La meilleure partie a été la participation entière des responsables de boutique Marco Zaccaria, Roberto Geniale, Diego Marro, Adele Giussani, Tiziana D'Aleo, Marco Piciollo, Davide Damoli, Claudia Castellucci et Anna Maria Salla ! » Suite aux bons retours, Dufry poursuivra ce programme de formation. ■

France : La boutique Hermès de Nice monte sur le podium

Dufry France a accompli une année 2011 exceptionnelle avec une augmentation des ventes à l'aéroport de Nice. L'équipe locale a relevé un défi passionnant amorcé par Hermès et les résultats ont de loin dépassé les objectifs. Notre boutique Hermès est maintenant déclarée comme l'une des principales boutiques Hermès du secteur du commerce de passage dans le monde entier. Le professionnalisme, l'enthousiasme et la qualité de l'équipe commune Dufry et Hermès sur cet emplacement font partie de son succès. ■



La boutique à succès Hermès à l'aéroport de Nice.



Nouvelles régionales

Maroc : Ouverture de boutiques Hudson News

Dufry augmente le nombre de ses boutiques Hudson News au Maroc avec l'ouverture de sept boutiques entre janvier et mars 2012. Elles sont situées à : Rabat (30m²), Marrakech (60m²), Agadir (62m²), Fes (36m²), Tanger (25m²), Oujda (44m²) et Casablanca (101m²). Cette dernière boutique est dans le Terminal 2, une autre ouvrira en 2013 dans le Terminal 1. ■



Sept nouvelles boutiques gérées par Dufry au Maroc.

Russie : Dufry acquiert une entreprise de commerce de passage leader

Le 10 janvier, Dufry a acquis 51% du Groupe Regstaer, qui détient des exploitations duty-free à l'aéroport international Sheremetyevo de Moscou en Russie et produit des ventes annuelles dépassant 50 millions USD. La transaction a également inclus un accord commercial et d'achat pour l'exploitation du Groupe Regstaer à l'aéroport Vnukovo à Moscou. ■



Dufry se développe sur l'attrayant marché russe.

République dominicaine : Double présence

Dufry a accru son empreinte en République dominicaine. Au cours des derniers mois, cinq boutiques ont été remaniées et six nouvelles boutiques seront ouvertes au deuxième trimestre 2012, trois à Saint Domingue et trois autres à Porto Plata. En incluant les nouvelles boutiques, Dufry exploitera un total de 15 boutiques en République dominicaine, ce qui offre

une large gamme de produits dans les différents concepts de boutiques de Dufry : Mode, Hudson News, produits locaux, un fumoir et l'offre habituelle Duty-Free. 40 nouveaux employés rejoindront l'équipe dominicaine qui comprendra un nombre total de 115 employés. ■

Brésil : Le projet social accorde un diplôme à 30 étudiants

Le 18 novembre 2011 a eu lieu la remise des diplômes de la 17^{ème} promotion du projet social brésilien. Plus de 300 personnes ont assisté à l'événement, parmi elles des étudiants, des parents, les autorités, les employés de Dufry



Nous sommes engagés avec les jeunes talents brésiliens.

et des professeurs volontaires. M. Humberto Mota, Président de Dufry Brésil, et M. José Carlos Rosa, Directeur de l'exploitation de la région Amérique du Sud de Dufry, ont prononcé des discours pour féliciter les étudiants qui ont reçu leurs diplômes. Les étudiants ont été parrainés par le Ministre de l'Aviation Civile, M. Wagner Bittencourt, qui a partagé son succès comme un exemple pour eux. ■

Brésil : eCommerce pour les meilleures marques de boisson

Le site Web de DufryShopping a été lancé au mois de janvier 2012 dans le but d'offrir les meilleures marques de boisson via un site Web avec des prix très attractifs pour le marché brésilien. Le site Web offre une gamme de caractéristiques attractives : Les clients peuvent gérer leur liste de souhaits, suivre les commandes, choisir des trousseaux cadeau, parmi de nombreux autres avantages. En outre, les marchandises sont livrées à domicile dans les états suivants : Rio de Janeiro, São Paulo, Minas Gerais, Paraná, Rio Grande do Sul, Santa Catarina e Amazonas. « L'idée est d'être le premier cité des sites Web d'eCommerce pour la distribution de boisson au Brésil. Plus tard, le projet pourra être étendu aux autres catégories », explique Tiago Gloria de Dufry Brésil. ■



Nouvelles régionales

Amérique du Sud : Intégration des Ressources Humaines

L'équipe des Ressources Humaines de la région Amérique du Sud a tenu une réunion à Rio de Janeiro en novembre dernier. L'objectif était de partager les connaissances sur les procédures standard RH mondiales et les pratiques régionales avec les directeurs RH des entreprises récemment acquises en Argentine, Uruguay et Équateur. La formation a été assurée par Wagner Rezende (Directeur RH pour l'Amérique du Sud) et son équipe. Les participants étaient les suivants : Daniel Crinigan, Guillermo Rimoldi, Sara Santana, Ana Laura Fernández et Ana María García. Ils ont échangé et réfléchi entre autres sur des sujets tels que la carrière, l'usage de site Web aux fins de RH, les processus de recrutement, l'évaluation de la performance, l'académie des ventes de Dufry et les indicateurs clés de performance RH. Ils ont également eu l'occasion de partager les bonnes pratiques et de visiter les boutiques Duty-Free de Rio de Janeiro. A la fin de la formation, un projet d'application a été convenu. ■

Amérique du Nord : Marque américaines emblématiques pour les passagers internationaux

Durant l'année écoulée, la région Amérique du Nord a ouvert un certain nombre d'intéressantes boutiques spécialisées de vente au détail. Vineyard Vines (Boston Logan Terminal C) ; Victoria's Secret (JFK Terminal 4 et aéroport international de Vancouver) ; Coach (Newark Liberty Terminal C) ; Michael Kors (JFK Terminaux 1) ; et Juicy Couture (JFK Terminaux 1 et 7). Elles sont surtout très courues des passagers internationaux désireux de rapporter à la maison de la lingerie, du parfum, des sacs à main, de l'habillement et des accessoires conçus aux États-Unis par l'une de ces marques américaines emblématiques. Elles sont de petite taille, entre 60 et 150m². Mais elles ne manquent pas de punch ! ■

**Voyage en Guadeloupe**

Notre dernière gagnante du quizz, Myrtille Harnist, employée d'entrepôt à l'EuroAéroport Bâle-Mulhouse, profitant de son voyage en Guadeloupe où elle a également visité la boutique Dufry. ■



Employés Dufry

Sylvie Mignot

Sylvie Mignot, Directrice générale pays pour la Côte d'Ivoire

C'est une femme en qui l'on peut se fier lors des moments difficiles. Sylvie Mignot, citoyenne française dont la carrière chez Dufry a commencé en Russie en 2004, est Directrice générale en Côte d'Ivoire. Elle y était responsable de l'entreprise pendant la crise post-électorale qui a frappé le pays l'an dernier. Elle est donc reconnaissante envers son équipe de leur attitude : « Ils ont préservé notre entreprise dans des conditions très difficiles ».

Dufry World : Combien de boutiques Dufry a-t-il en Côte d'Ivoire ? Où ?

Nous avons 4 boutiques à l'aéroport Houphoet Boigny d'Abidjan : une vendant de l'alimentation, de l'art local, du textile, des journaux et des magazines ; la plus grande proposant des parfums, des alcools et du tabac ; un petit espace dans la zone d'embarquement et un autre du côté des arrivées. Nous avons également une boutique diplomatique en centre-ville.

DW : Quelles est vos fonctions principales ?

En tant que Directrice générale pays, ma première fonction est de superviser, de former et d'engager toute l'équipe pour garantir la réussite de notre entreprise. Le succès dépend principalement de l'engagement de votre équipe. Je dirais même que mon travail est celui d'un coach sportif qui mène les joueurs à la victoire.

DW : Qu'avez-vous appris récemment dans votre fonction ?

La leçon principale que je retiens est qu'en tant qu'étranger, votre responsabilité est de comprendre et d'accepter la culture dans laquelle vous travaillez. C'est le seul moyen pour réussir à engager votre équipe.

DW : Que voulez-vous améliorer pour l'année prochaine ?

Pour cette année, j'ai espoir que la Côte d'Ivoire se rétablisse bien de la crise politique récente et donc notre entreprise devrait progresser de manière significative. ■



Réussites

Plus de 20 ans d'un travail bien fait

L'accomplissement remarquable de Roger Fordyce et Bryan Quinn, les deux dirigeants qui partagent la responsabilité de l'exploitation qui couvre le continent d'Amérique du Nord, va bien au-delà d'un demi-siècle d'expérience de la vente au détail concentrée, dont la majorité au sein du Groupe Hudson.



Roger Fordyce travaille dans le Groupe Hudson depuis 1988.

Les vice-président et directeurs d'exploitation Roger Fordyce et Brian Quinn supervisent environ 650 boutiques dans plus de 70 terminaux d'aéroports et de transport : De la Nouvelle-Écosse à l'Alaska, de Miami à San Diego. Chaque climat et chaque fuseau horaire du continent américain constituent leur territoire. Par conséquent, tous deux ont été honorés pour leur longévité lors du récent séminaire de direction et salon des fournisseurs du Groupe Hudson.



Bryan Quinn a débuté à l'aéroport de LaGuardia en 1991.

Sous l'autorité de Roger et Brian se trouve une équipe d'exploitation expérimentée de cinq vice-présidents directeurs et des effectifs s'élevant à presque 5000 personnes, comprenant l'organisation entière des vice-présidents régionaux, directeurs généraux adjoints, superviseurs, personnel des ventes et personnel d'entrepôt. La supervision et la coordi-

nation de cette grande équipe exigent de l'expérience, du bon sens – et de nombreux voyages !

Roger Fordyce a rejoint l'équipe du Groupe Hudson en 1988 comme Directeur général de l'exploitation de l'aéroport de LaGuardia à New York. Il a été promu Directeur de district, supervisant l'exploitation de LaGuardia, Pensylvanie Station et Grand Central Terminal quand Hudson a acquis ces exploitations supplémentaires de terminaux de transport à New York City en

1990. En 1992, il a été nommé Vice-président des exploitations. Il est devenu Vice-président directeur des exploitations en 1996, et a été promu à sa position actuelle en 2003.



Brian et Roger (à gauche et deuxième à gauche) assistant à une séance de groupe avec les autres dirigeants d'équipe exécutifs du Groupe Hudson.

Brian Quinn a rejoint l'équipe du Groupe Hudson en 1991 comme Directeur général des exploitations à l'aéroport de LaGuardia. Il a été promu Vice-président des exploitations en 1992. Il est devenu Vice-président directeur des exploitations en 1996 et a été promu Vice-président exécutif des exploitations en 2003.



Les dirigeants ont été honorés lors du récent séminaire de direction et salon des fournisseurs du Groupe Hudson.

En 2009, après que le Groupe Hudson a fait partie de Dufry, Brian a occupé le poste de Vice-président exécutif des exploitations internationales. Pendant ce temps, il a supervisé le déploiement du format d'Hudson News hors d'Amérique du Nord. En 2010, il est retourné dans la région Amérique du Nord pour occuper son poste actuel. ■



Événement

Une entreprise bâtie sur les valeurs

Au séminaire de direction et salon des fournisseurs annuel du Groupe Hudson en décembre 2011, la filiale de Dufry a marqué son anniversaire d'argent d'une façon proactive en créant un projet à long terme d'exploitation de l'entreprise pour les 25 ans à venir.



Joe DiDomizio, président et PDG du Groupe Hudson, encourageant son équipe.

L'équipe dirigeante exécutive du Groupe Hudson – environ 250 personnes – a passé une journée entière à Las Vegas à écouter des conférenciers, travaillant ensuite ensemble pour concevoir un projet stratégique fixé sur l'avenir de l'entreprise. Le thème de la réunion était « Innovation – Les 25 années à venir ».

Dans une série d'ateliers de tables rondes, l'équipe a fait appel à ses années d'expérience et de connaissances pour faire du brainstorming et proposer des suggestions afin d'améliorer la performance dans une grande variété de domaines, de l'expérience client à l'amélioration de la productivité en passant par la découverte de nouvelles opportunités.

L'un des sujets abordé avait trait à la pénétration, ou comment augmenter le trafic pédestre dans les plus de 600 boutiques de la région. La conversion a également été traitée, ou comment augmenter la dépense par transaction. L'amélioration de l'usage des technologies émergentes a également été considérée, avec celle de la capture, de l'évaluation et de l'utilisation des idées et suggestions des plus de 5000 employés de la région Amérique du Nord.

« Des gens formidables constituent l'ingrédient le plus important pour créer les grandes entreprises », selon Joe DiDomizio, président et PDG du Groupe Hudson. « Notre équipe dirigeante exécutive expérimentée a développé le Groupe Hudson en partant de la base, le développant à partir de rien pour devenir le leader des commerces de passage après dédouanement en Amérique du Nord, avec des recettes de plus de 700 millions de dollars. Je suis certain que notre équipe connaîtra le même succès dans la planification et l'exécution de la prochaine phase ».

La fusion avec Dufry en septembre 2008 a été une autre étape importante de l'histoire. « C'était un changement extrêmement réussi de compléter les compétences et les forces organisationnelles de deux grandes entreprises », a

noté Joe. Pour Dufry, l'acquisition a apporté l'occasion de se bâtir une position bien plus forte dans le segment des produits de commodité après dédouanement. Dufry a ouvert plus de 80 boutiques Hudson News autour du globe, et d'autres vont suivre. En tant que partie intégrante de Dufry, le Groupe Hudson a obtenu l'accès à une grande variété de marques de détail spécialisées et internationales extrêmement séduisantes, dont bon nombre ont été maintenant introduites dans le marché nord-américain par le Groupe Hudson.

Le Groupe Hudson dispose de gens et de valeurs

La majeure partie de l'équipe dirigeante du Groupe Hudson est dans l'entreprise depuis ses débuts. Au cours de l'événement de Las Vegas, bon nombre d'employés et de partenaires commerciaux ont été reconnus par des récompenses pour avoir occupé des postes dans l'entreprise durant 15-20-35 ans. Joe a déclaré : « Nos gens ont construit leurs carrières chez Hudson. Nos valeurs fondamentales sont les qualités qui existent en leur sein ». Ces valeurs sont : Le service, le respect, la passion, le dévouement, le travail d'équipe et l'innovation.

« A première vue, ces valeurs fondamentales peuvent sembler simples et évidentes », observe Joe. « Mais il y a une vie d'apprentissage et d'effort derrière ces mots... et le travail et l'effort de nombreux individus pour les faire adhérer à l'univers concurrentiel dans lequel nous opérons. » Le commerce de passage, notamment le segment des kiosques/produits de commodité, est effectivement une activité exigeante, un engagement de tous les instants. Les boutiques de la région Amérique du Nord ouvrent une heure avant le premier vol du matin ; elles ferment après le départ du dernier vol. Pendant les conditions météorologiques rudes et les retards, les boutiques restent ouvertes, quelquefois toute la nuit. Les employés restent parfois jusqu'au lendemain dans les hôtels de l'aéroport afin de garantir la disponibilité d'un personnel suffisant pour le rush du matin. Ceci engage la responsabilité et le dévouement de l'équipe tout entière.

Pendant cette stimulante 25^{ème} année d'anniversaire, le Groupe Hudson célèbre l'ouverture de trois belles nouvelles boutiques duty-free à Chicago O'Hare Terminal 5, qui rejoignent les boutiques duty-free de Newark, Houston, Edmonton et Seattle qui sont désormais exploitées par la région Amérique du Nord. L'année verra également le développement de douzaines de nouvelles boutiques à l'aéroport international de Los Angeles, San Diego International, Albuquerque Sunport, Dallas Love Field, Edmonton International, Boston Logan International, de même qu'une nouvelle galerie marchande de vente au détail spécialisée haut de gamme à l'aéroport McCarran de Las Vegas, accompagnée d'une extension considérable du contrat, jusqu'en 2030 ! ■



Coup de coeur

Un paradis bleu du shopping

Avec une musique agréable dans un environnement moderne où la mer bleue des Antilles brille de l'autre côté des vitrines, se trouve la boutique Cozumel de Dufry, une boutique de premier plan, qui offre une grande variété de produits aux voyageurs en croisière. Située à l'embarcadere de Puerta Maya, la boutique Cozumel a été ouverte en 2011 et marque la dernière étape de consolidation de la présence de Dufry aux Antilles mexicaines. C'est une étape importante qui a placé notre entreprise comme l'opérateur principal sur les destinations de croisière dans les Antilles. Cozumel est la destination de croisière la plus importante dans la région avec trois embarcadères internationaux et une gare maritime. Dans cette atmosphère de vacances, la boutique de 1040 m² apporte des opportunités à prix avantageux. De plus, elle inclut différents formats de vente au détail, comme un magasin d'électronique et une boutique Hudson News. Pour accompagner la grande quantité de visiteurs avec les plus hautes normes de qualité, 68 employés y travaillent, partageant leur expérience et les reflets magiques de la mer des Antilles avec leurs clients. ■

