

Mundo Dufry

Revista corporativa eletrônica do Grupo Dufry






D U F R Y

Número 6 / Abril 2012

Hudson News

Aniversário da Hudson Group: 25 anos inovando

-  Resultados totais anuais de 2011
-  Programas de formação na Itália e no Brasil
-  Programas de formação na Itália e no Brasil



Um amigo dos viajantes – desde 1987

Editorial por Joseph DiDomizio

Há 25 anos atrás, o conceito Hudson News, baseado numa ideia muito simples, era proporcionar aos viajantes produtos que eles desejavam e necessitavam para tornar sua viagem de avião ou de trem mais fácil e agradável. Especialmente importantes eram as revistas, os livros e um vasto leque de artigos de viagem.

O fundador do Hudson Group Retail foi meu pai, Mario DiDomizio. Mario tinha sido contratado e trabalhava de perto com o falecido Robert Cohen, que estava na altura à frente da Hudson County News, uma companhia de distribuição de jornais, revistas e livros na área metropolitana de Nova Iorque – infelizmente, o senhor Cohen faleceu recentemente, a 1 de fevereiro de 2012, na sequência de doença prolongada.

Como tinha experiência na área dos supermercados, Mario sabia bem como desenhar lojas vocacionadas para as vendas de impulso e produtos básicos de conveniência. Junto com sua equipe, ele reformulou a banca de aeroporto, criando frentes de loja abertas, alas amplas e um ponto centralizado de balcões de venda, perfeito para a comercialização de produtos de impulso. À medida que as alterações iam sendo feitas, os lucros aumentavam.

Agora que a Hudson está celebrando seu 25º aniversário, nós continuamos inovando: snacks e comidas alternativas e mais saudáveis, produtos de marca em todas as categorias e a rápida expansão de um novo e fascinante conceito de produto, os eletrônicos.

Desde a aquisição da Dufry em 2008 e da integração da organização da Dufry como Região América do Norte, a Hudson reuniu também um invejável portfólio de marcas de retalho



Joseph DiDomizio, Presidente e Diretor Executivo do Grupo Hudson

especiais e assumiu agora a operação do negócio duty-free da companhia na América do Norte.

Mas esta Região América do Norte, tão diversificada e dinâmica, tem ainda como principal objetivo, do fundo do coração, fazer jus ao que um de nossos clientes nos chamou há pouco tempo atrás no Twitter: o melhor amigo do viajante!

Conteúdo

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

Conteúdo das secções



Editorial

Declarações e anúncios do Director Executivo (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.



Loja Favorita

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

SOBRE

Editor: DUFY AG, Hardstrasse 95, 4020 Basileia Suíça **Equipe Editorial da Sede:** Julian Díaz, José Antonio Gea, Xavier Rossinyol, Jordi Martín-Consuegra, Javier Gonzalez, Lubna Haj Issa **Equipe de Conteúdo Regional:** Marcus Griffin (HQ), Emorine Franck (R1), Tijani Djaziri (R2), Celine Heinrich (R3), Madelin Moreno (R4), Tiago Gloria (R5), Laura Samuels (R6) **Coordenação de Design, Escrita de Texto e Processo:** Match Communications, Zurich; Itziar Marañón, Roland Sennhauser, Christian Staub **Produção:** Match Communications, Zurich e x-site, Basileia **Linguas de publicação:** inglês, francês, italiano, português e espanhol **Website:** <http://emagazine.dufry.com>

A Dufry é um varejista mundial de viagens com 13.500 pessoas servindo clientes em mais de 1.200 lojas em 46 países.



Notícias Regionais

Notícias Dufry

Excelente performance da Dufry em 2011

Em 2011, a Dufry registrou um aumento do volume de negócios de 16,5% a taxas FX constantes e a margem bruta subiu pelo oitavo ano consecutivo para 58,2%. O EBITDA aumentou 26,9% a taxas FX constantes, atingindo 435,5 milhões de CHF e a margem EBITDA cresceu 100 pontos base para 14,1%. O crescimento real contribuiu com 7,5 pontos percentuais para o aumento do volume de negócios em 2011, o que constitui uma excelente performance, se considerarmos o impacto negativo da agitação política no Norte de África, das tempestades de neve nos EUA e da falência da Mexicana no México.

As aquisições contribuíram com 6,7% para o aumento do volume de negócios. Em agosto de 2011, a Dufry adquiriu diversas lojas duty free em aeroportos, designadamente na Argentina, Uruguai, Equador, Armênia e Martinica, assim como uma plataforma logística na África do Sul. Além disso, a expansão do espaço de varejo da Dufry através de novas concessões gerou um aumento líquido do volume de negócios de 2,3%. As novas aquisições e a expansão de espaços representam conjuntamente mais de 20 000 m² de espaço de varejo. O grupo assinou ainda importantes contratos para explorações a abrir em 2012, nomeadamente, o primeiro contrato da Dufry na Índia e uma nova localização na China, no aeroporto de Chengdu. Mas isso não é tudo: em janeiro de 2012, a Dufry adquiriu ainda um varejista de viagem na Rússia.

Como sublinhou Julián Díaz, Diretor Executivo do Grupo Dufry: "A Dufry registrou uma performance muito forte em 2011", acrescentando ainda: "Para 2012, já lançamos as bases para a expansão de nossa presença na Região Eurásia. A integração e alavancagem dos novos negócios será uma prioridade."

Basileia: Relógios de alta qualidade

Em fevereiro, a Dufry lançou uma nova marca de relógios em sua loja principal no EuroAeroporto de Basileia-Mulhouse, dedicando-lhe todo um canto especial. A marca em questão é a Frédérique Constant Genève, que se estabeleceu em sua forma atual em 1988. Aletta Bax e Peter Stas lançaram sua primeira coleção em 1992, compreendendo seis modelos equipados com movimentos suíços

e montados por um relojoeiro em Genebra. Sua filosofia é chegar tanto aos conhecedores como a uma vasta gama de entusiastas apreciadores de uma elevada qualidade e relógios clássicos, mas intemporais, a preços sensatos.

Itália: Lançamento do programa de formação "Out in Front"

Entre 24 e 26 de janeiro de 2012 foi lançada em Itália a fase piloto de um novo programa de formação. Ele se chama 'Out in Front'

e permite a todos os supervisores e gerentes de loja se tornarem "Formadores Dufry Certificados", ensinando-lhes um estilo de liderança equilibrado e técnicas de treinamento de seus vendedores profissionais na prática do dia a dia. "Foi grande o empenhamento e a vontade de experimentar", comentou Anni Maley, Diretora Global de Formação e Desenvolvimento da Dufry.

"O melhor de tudo foi a participação total dos gerentes de loja Marco Zaccaria, Roberto Geniale, Diego Marro, Adele Giussani, Tiziana D'Aleo, Marco Piciollo, Davide Damoli, Claudia Castellucci e Anna Maria Salla!" Graças à boa recepção e retorno conseguidos, a Dufry irá continuar este programa de formação. ■

França: A boutique Hermès em Nice sobe ao pódio

A Dufry França conseguiu um excepcional 2011, com aumento das vendas no Aeroporto de Nice. A equipe local aceitou um excitante desafio lançado pela Hermès e ultrapassou de longe os objetivos pretendidos. Nossa loja Hermès se conta agora entre as lojas Hermès líderes ao nível da indústria do varejo de viagem mundial. O profissionalismo, entusiasmo e qualidade da equipe conjunta Dufry e Hermès nesta localização estão na base do seu sucesso. ■



A exitosa loja Hermès no Aeroporto de Nice.





Notícias Regionais

Marrocos: Abertura de lojas Hudson News

A Dufry aumentou o número de suas lojas Hudson News em Marrocos, inaugurando sete lojas entre janeiro e março de 2012. Elas estão situadas em Rabat (30m²), Marraquexe (60m²), Agadir (62m²), Fez (36m²), Tânger (25m²), Oujda (44m²) e Casablanca (101m²). Esta última loja situa-se no Terminal 2, mas em 2013 será inaugurada outra no Terminal 1. ■



Sete novas lojas gerenciadas pela Dufry em Marrocos.

Rússia: A Dufry adquire um dos líderes em varejo de viagem

A 10 de janeiro a Dufry adquiriu 51% do Grupo Regstaer, que detém a exploração de duty-frees no Aeroporto Internacional Sheremetyevo de Moscou na Rússia e gera vendas anuais que excedem 50 milhões de USD. A transação incluiu igualmente um acordo comercial para aquisição da operação do Grupo Regstaer no Aeroporto Vnukovo de Moscou. ■



A Dufry está crescendo no atrativo Mercado russo.

República Dominicana: Dupla presença

A Dufry aumentou sua presença na República Dominicana. Nos meses passados, cinco lojas foram remodeladas e seis novas lojas serão inauguradas no segundo trimestre de 2012, três delas em Santo Domingo e as outras três em Puerto Plata. Contando com as novas lojas, a Dufry passará a operar um total de 15 lojas na República Dominicana, oferecendo uma vasta gama de produtos nos vários conceitos de loja

Dufry: moda, Hudson News, produtos locais, uma sala de fumo e a oferta normal em duty free. 40 novos empregados irão se juntar à equipe dominicana, que passará a contar com um total de 115 elementos. ■

Brasil: Graduação de 30 estudantes do projeto social

No dia 18 de novembro de 2011 teve lugar a graduação da 17ª graduação no quadro do projeto social brasileiro. Mais de 300 pessoas assistiram ao evento, entre as quais estudantes, pais, autoridades, empregados da Dufry e professores voluntários.



Nós temos um compromisso para com os jovens talentos brasileiros.

Humberto Mota, Presidente da Dufry Brasil, e José Carlos Rosa, Diretor de Operações da Região América do Sul da Dufry, fizeram discursos congratulando os estudantes que receberam seus diplomas. Os estudantes tiveram como patrono o ministro da Aviação Civil, Wagner Bittencourt, que compartilhou com eles sua história de sucesso como um exemplo a seguir. ■

Brasil: Comércio eletrônico de bebidas das melhores marcas

A página web DufryShopping foi lançada em janeiro de 2012 com o objetivo de oferecer bebidas das melhores marcas através de um sítio eletrônico com preços muito atrativos para o mercado brasileiro. Este sítio eletrônico apresenta uma série de aspetos bastante interessantes: os clientes podem, entre outras coisas, gerenciar sua "lista de desejos", seguir as encomendas e escolher conjuntos de oferta. Além disso, as encomendas são entregues ao domicílio nos seguintes estados: Rio de Janeiro, São Paulo, Minas Gerais, Paraná, Rio Grande do Sul, Santa Catarina e Amazonas. "A ideia é nos tornarmos a página web de comércio eletrônico



Notícias Regionais

"top of mind" para o varejo de bebidas no Brasil", explica Tiago Glória da Dufry Brasil. ■

América do Sul: Integrando Recursos Humanos

A equipe de Recursos Humanos da Região América do Sul se reuniu no Rio de Janeiro no passado mês de novembro. O objetivo era partilhar conhecimentos acerca dos procedimentos padrão em RH e práticas regionais com os diretores de RH das novas companhias adquiridas na Argentina, Uruguai e Equador. O treinamento foi ministrado por Wagner Rezende (Diretor de RH para a América do Sul) e sua equipe. Os participantes foram Daniel Crinigan, Guillermo Rimoldi, Sara Santana, Ana Laura Fernández e Ana María García. Eles falaram e refletiram sobre temas como carreiras, uso de páginas web para fins de RH, métodos de recrutamento, avaliação do desempenho, Academia de Vendas Dufry, análise de dados estatísticos (HR KPI's), entre outros. Tiveram igualmente oportunidade para partilhar boas práticas e visitar as lojas duty free do Rio. No final do treinamento foi acordado um plano implementação. ■

América do Norte: Marcas americanas emblemáticas para passageiros internacionais

Durante o ano passado, a Região América do Norte abriu uma série de fantásticas lojas de varejo especializadas. Vineyard Vines (Aeroporto Logan de Boston, Terminal C), Victoria's Secret (Aeroporto JFK, Terminal 4 e Aeroporto Internacional de Vancouver), Coach (Aeroporto Internacional de Newark Liberty, Terminal C), Michael Kors (JFK Terminal 1) e Juicy Couture (Aeroporto JFK, Terminais 1 e 7). Elas são especialmente frequentadas por passageiros internacionais que desejam levar para casa lingerie, perfumes, bolsas e acessórios desenhados por uma das emblemáticas marcas americanas. Suas dimensões são reduzidas, entre 60 e 150m². Mas elas têm muita coisa bem legal! ■



Viagem a Guadalupe

A vencedora de nosso último concurso, Myrtille Harnist, empregada do armazém do EuroAeroporto de Basileia-Mulhouse, durante sua viagem a Guadalupe, onde também visitou a loja Dufry. ■



Gente Dufry

Sylvie Mignot



Sylvie Mignot, Diretora Geral Nacional da Costa do Marfim

Ela é uma mulher em quem se pode confiar em tempos difíceis. Sylvie Mignot, uma cidadã francesa cuja carreira na Dufry começou na Rússia, em 2004, é Diretora Geral na Costa do Marfim. Ela se manteve ali à frente do negócio durante a crise pós-eleitoral que assolou o país no ano passado. Por isso, agradece a sua equipe a atitude que eles tiveram: "Eles seguraram nosso negócio em condições muito duras".

Mundo Dufry: Quantas lojas a Dufry tem na Costa do Marfim? Onde?

Temos 4 lojas no Aeroporto Houphoet-Boigny de Abidjan: uma de alimentos, arte local, têxteis, jornais e revistas; a maior tem perfumes, bebidas alcoólicas e tabaco; um pequeno espaço na zona de embarque e um outro do lado das chegadas. Temos também uma loja diplomática no centro da cidade.

MD: Quais são suas principais atribuições?

Como Diretora Geral Nacional minha primeira atribuição é supervisionar, apoiar e motivar toda a equipe, de modo a assegurar que os negócios correm bem. O sucesso depende sobretudo do empenhamento da equipe que você tem. Eu diria mesmo que meu papel é o de um treinador esportivo que conduz seus jogadores à vitória.

MD: O que é que você aprendeu recentemente com sua posição?

A principal lição que eu aprendi é que, se você é estrangeira, você tem a obrigação de tentar entender e aceitar a cultura em que está trabalhando. Essa é a única maneira de conseguir motivar sua equipe com sucesso.

MD: O que é que você pretende melhorar no próximo ano?

Este ano, esperamos, a Costa do Marfim irá recuperar da recente crise política e nosso negócio deverá, consequentemente, registrar um crescimento significativo. ■



Conseguido

Mais de 20 anos de trabalho bem feito

Mais de meio século de experiência acumulada em varejo, a maior parte do tempo no Grupo Hudson: essa é a grande proeza de Roger Fordyce e Bryan Quinn, os dois executivos que partilham a responsabilidade de operações que cobrem todo o continente norte-americano.



Roger Fordyce trabalha no Grupo Hudson desde 1988.

Os Diretores de Operações dos Vice-presidentes Executivos Roger Fordyce e Brian Quinn supervisionam cerca de 650 lojas em mais de 70 aeroportos e terminais de transporte: da Nova Escócia ao Alasca, de Miami a San Diego. Qualquer zona climática e fuso horário no continente americano estão em seu território. Por conseguinte, ambos foram homenageados por sua longevidade durante o último Seminário de Gerenciamento & Vendor Show do Grupo Hudson.



Brian Quinn começou no Aeroporto de LaGuardia em 1991.

Sob a direção de Roger e Brian há uma equipe operacional experiente constituída por cinco vice-presidentes seniores e uma força de trabalho de quase 5 000 pessoas que abrange toda a organização, compreendendo vice-presidentes regionais, diretores gerais, subdiretores gerais, supervisores, agentes de vendas e pessoal de armazenagem. Para supervisionar e coordenar

toda esta equipe é necessária experiência, bom senso e... muitas viagens!

Roger Fordyce entrou para o Grupo Hudson em 1988 como Diretor Geral de Operações do Aeroporto de La Guardia, na cidade de Nova Iorque. Foi promovido a Diretor Distrital, supervisionando as operações em LaGuardia, Pennsylvania Station e Grand Central Terminal quando a Hudson adquiriu mais estas operações em terminais de transporte de Nova

Iorque, em 1990. Em 1992, foi nomeado Vice-presidente, Operações em 1996, sendo promovido a sua posição atual em 2003.



Brian e Roger (primeiro e segundo à esquerda) esperando o início de uma reunião com outros líderes executivos do Grupo Hudson.

Brian Quinn se juntou à equipe do Grupo Hudson em 1991 como Diretor Geral de Operações. Foi promovido a Vice-presidente, Operações em 1992. Se tornou Vice-presidente Sênior, Operações em 1996, sendo promovido a Vice-presidente Executivo, Operações em 2003.



Ambos os executivos foram homenageados no recente Seminário de Gerenciamento & Vendor Show do Grupo Hudson.

Em 2009, depois de o Grupo Hudson se ter tornado parte da Dufry, Brian trabalhou como VPE de Operações Internacionais, tendo supervisionado durante este período o lançamento do conceito Hudson News for a da América do Norte. Em 2010 regressou à Região América do Norte para assumir sua atual posição. ■



História Principal

Uma companhia contruída sobre valores

No Seminário de Gerenciamento & Vendor Show anual do Grupo Hudson em dezembro de 2011, a subsidiária da Dufry celebrou seus 25 anos de forma proativa, criando um plano a longo prazo para a administração da empresa nos próximos 25 anos.



Joe DiDomizio, presidente e Diretor Executivo do Grupo Hudson encorajando sua equipe.

A equipe de gerenciamento executivo do Grupo Hudson, constituída por cerca de 250 pessoas, passou um dia inteiro em Las Vegas escutando oradores de renome e depois trabalhando em conjunto para elaborar um plano estratégico visando o futuro da companhia. O tema do encontro foi "Inovação – Os próximos 25 anos".

Numa série de mesas redondas, a equipe invocou anos de experiência

e conhecimentos para encontrar novas ideias e apresentar sugestões para melhorar o desempenho em muitas áreas, da perspectiva do cliente ao aumento da produtividade e à descoberta de novas oportunidades.

Um dos tópicos foi a penetração, ou seja, como aumentar a procura das mais de 600 lojas de região. Outro dos tópicos foi a conversão, ou seja, como aumentar [...] gasto por transação. Foi também considerado o modo como tirar mais partido das tecnologias emergentes, assim como o modo de captar, avaliar e utilizar melhor as ideias e sugestões dos mais de 5 000 empregados da Região América do Norte.

"Grandes pessoas constituem o mais importante ingrediente para a criação de grandes empresas", diz Joe DiDomizio, Presidente e Diretor Executivo do Grupo Hudson. "Nossa experiente equipe executiva construiu o Grupo Hudson a partir do zero, até se tornar o líder do varejo de viagem duty paid em toda a América do Norte, com rendimentos de mais de 700 milhões de dólares. Tenho certeza de que nossa equipe terá o mesmo sucesso no planejamento e execução da próxima fase."

Outo marco histórico foi a fusão com a Dufry, em setembro de 2008. "Foi um passo estratégico extremamente feliz, que veio complementar as capacidades e mais valias organizativas de duas grandes organizações", referiu Joe. Para a

Dufry, esta aquisição representou uma oportunidade para construir uma posição de muito maior força no segmento de conveniência duty paid. A Dufry abriu já mais de 80 lojas Hudson em todo globo e mais estão ainda para vir. Como parte da Dufry, o Grupo Hudson ganhou acesso a um vasto leque de marcas de internacionais de varejo extremamente interessantes, muitas das quais foram introduzidas pelo Grupo Hudson no mercado norte-americano.

O Grupo Hudson se baseia nas pessoas e em valores

A maior parte da equipe de administração do Grupo Hudson está na companhia desde o início. Durante todo o evento de Las Vegas, muitos empregados e parceiros comerciais foram homenageados com prêmios de permanência de 15, 20 e 25 anos. Joe afirmou: "Nossos colaboradores construíram suas carreiras na Hudson. Nossos valores básicos são as qualidades que eles possuem." Esses valores são: serviço, respeito, paixão, dedicação, trabalho de equipe e inovação.

"À primeira vista, esses valores básicos podem parecer simples e óbvios," comenta Joe. "No entanto, por detrás dessas palavras existe toda uma vida de aprendizagem e de esforço... e o trabalho e esforço de muitos indivíduos para impô-las no mundo de grandes desafios em que operamos."

O varejo de viagem, em especial o segmento das bancas de jornais/conveniência, é, na verdade, um negócio que exige um empenho de 24 horas por dias, sete dias por semana e 365 dias por ano. As lojas da Região América do Norte abrem uma hora antes do primeiro voo da manhã e só fecham depois de o último voo ter partido. Em caso de condições meteorológicas severas e atrasos, as lojas ficam abertas, por vezes, durante toda a noite. Os empregados passam muitas vezes a noite em hotéis perto do aeroporto, de modo a assegurar a disponibilidade de pessoal adequado para a azáfama da manhã. Isto só é possível com a responsabilidade e dedicação de toda a equipe.

Durante este excitante 25º aniversário, o Grupo Hudson está celebrando a abertura de três belíssimas novas lojas duty free no Terminal 5 do Aeroporto O'Hare de Chicago, que se vêm juntar às lojas duty free de Newark, Houston, Edmonton e Seattle, agora operadas pela Região América do Norte. Este ano verá ainda a implantação de dezenas de novas lojas no Aeroporto Internacional de Los Angeles, Internacional de San Diego, Sunport de Albuquerque, Love Field de Dallas, Internacional de Edmonton, Internacional de Logan, em Boston, assim como um centro comercial de ponta de varejo especializado no Aeroporto McCarran de Las Vegas, num contrato de prazo particularmente longo: até 2030! ■



Um paraíso de compras azul

Com música agradável e um ambiente moderno, onde o azul do mar do Caribe se impõe do outro lado das janelas, a loja Dufry de Cozumel, uma loja topo de gama, oferece uma vasta gama de produtos aos passageiros dos navios de cruzeiro. Localizada no cais de Puerta Maya, a loja de Cozumel abriu em 2011 e constitui o último passo para a consolidação da presença da Dufry no Caribe mexicano. Foi um marco que colocou nossa companhia como principal operador nos destinos de cruzeiro no Caribe. Cozumel é o mais importante destino de cruzeiro na região, com três cais internacionais e um terminal de ferries. No meio desta atmosfera de férias, a loja de 1 040m² oferece boas oportunidades a bons preços. Além disso, ela inclui várias modalidades de varejo, como um CEI shop e uma loja Hudson News. Para poder atender a enorme quantidade de visitantes de acordo com os maiores padrões de qualidade, trabalham ali 68 empregados, brindando os clientes com seu trabalho e os mágicos reflexos do mar do Caribe. ■

