

Mundo Dufry

E-Magazine corporativo del Grupo Dufry






DUFRY

Número 8 / Febrero 2013

DUTY FREE MOSCOW

Región 1: Cuatro mercados clave en una zona de gran alcance

-  **Resultados del 3^{er} trimestre: Seguimos con resultados positivos**
-  **Promociones en nuevos mercados**
-  **Apertura de tiendas en Brasil, EE.UU. y España**



Editorial

Región 1: Excelente mezcla de mercados consolidados y nuevos

por **Xavier Rossinyol**, Director Regional de Operaciones en EMEA y Asia

En septiembre de 2012, Dufry implantó una reorganización interna para seguir aportando crecimiento sostenible a largo plazo y creación de valor para los accionistas. La remodelación de las estructuras regionales de seis a cuatro regiones se ha diseñado para asignarles más responsabilidades a las regiones y obtener así una mayor flexibilidad para ejecutar e implantar la estrategia global, con más responsabilidad en la gestión de las operaciones y el desarrollo de los negocios y un aumento del control. Junto con la descentralización, Dufry ha centralizado aquellas funciones en las que podemos aprovechar nuestra escala y crear sinergias globales, como aprovisionamiento y logística.

En la región, como en el Grupo, deseamos seguir a nuestros clientes para optimizar nuestras ventas por pasajero, lo que demuestra nuestra eficiencia. Por ello nos hemos organizado en seis unidades comerciales, para estar cerca de las operaciones diarias, cubriendo cuatro mercados clave:

- El Mediterráneo (Sur de Europa y Norte de África), la mayor zona turística del mundo, con 250 millones de turistas anuales y cada vez más visitantes de Rusia y Asia. Con la adquisición de Grecia fortaleceremos nuestro liderazgo en esta zona.
- Rusia, Europa del Este y países de la Comunidad de Estados Independientes (CEI): Ya somos líderes en este mercado y prevemos un posible crecimiento en él y un mayor número de visitantes para otros mercados de Dufry.
- Oriente Medio: Punto de expansión para los viajes entre Asia y Europa.
- Asia-Pacífico: Incluyendo la India, China y el Sudeste Asiático, el futuro de nuestro crecimiento. Ya es el principal mercado mundial de viajes y vemos muchas oportunidades para nuestro Modelo de negocio, centrado en mercados emergentes.

Cada uno de los mercados presenta dinámicas diferentes, pero hay más pasajeros que vuelan entre ellos. Usamos nuestra base de datos mundial de comportamiento del cliente para mejorar nuestra eficiencia comercial y nos adaptamos rápidamente a los cambios de productos, marketing, precios, promociones y publicidad en el perfil del cliente.



Xavier Rossinyol, Director de Operaciones

La nueva región también nos permite utilizar los recursos de zonas consolidadas para expandirnos aún más en los nuevos mercados. Además, estamos reestructurando las operaciones menos rentables para desplegar los recursos del Grupo en aquellas con una mayor rentabilidad de la inversión. Como líder de la Región 1, estoy entusiasmado con este desafío y las múltiples oportunidades de mejora ya identificadas; mejoraremos nuestras operaciones actuales al tiempo que desarrollamos otras nuevas. Personalmente, me encantan la calidad, dedicación y energía de todos los miembros del equipo. Con su entusiasmo y capacidad, lo lograremos. ■

Contenido

Editorial **2**, Noticias de Dufry **3**, Gente Dufry **5**, Bien Hecho **6**, Reportaje principal **7**, Tienda destacada **8**

Símbolos y secciones:



Editorial

Declaraciones y anuncios del CEO/COO/CFD, editoriales, noticias, hitos, compromisos y nuevos acuerdos de la empresa, cambios en la gestión.



Noticias regionales

Nuevas tiendas o renovadas, conceptos, contratos, actividades promocionales, premios, iniciativas y noticias locales.



Reportaje principal

Tema principal o entrevista con algún personaje destacado normalmente este tema ocupa la imagen de portada. Se resalta alguna actividad, negocio o momento especial.



Bien hecho

Historias de éxito, temas locales de fondo, casos de buenas prácticas.



Gente Dufry

Presentación de un empleado por algún motivo especial: Nuevas ideas, buen trabajo, intereses especiales o un hobby original.



Tienda destacada

Un establecimiento nuevo o redecorado. Contraportada de la versión para imprimir de la revista.

PIE DE IMPRENTA

Editor: DUFY AG, Hardstrasse 95, 4020 Basel Switzerland **Equipo editorial:** Sede central: Julián Díaz, José Antonio Gea, Andreas Schneider, Jordi Martín-Consuegra, Javier González, Lubna Haj Issa **Equipo editorial regional:** Emorine Franck (R1), Tijani Djaziri (R1), Marcus Griffin (R2), Madelin Moreno (R2), Tiago Gloria (R3), Laura Samuels (R4) **Diseño, redacción, edición y coordinación:** Match Communications, Zurich; Itziar Marañón, Roland Sennhauser, Christian Staub **Producción:** Match Communications, Zurich and x-site, Basel **Esta revista se publica en:** Inglés, Francés, Italiano, Portugués y Español **Página web:** <http://emagazine.dufry.com>

Dufry es una empresa internacional de comercio minorista para viajeros con 14.000 empleados que atienden a clientes a través de más de 1.200 tiendas situadas en 43 países.

Noticias
Regionales

Noticias de Dufry

Sede Central-Resultados 3^{er} trimestre: Nueve meses, un récord

En los nueve primeros meses de 2012, las ventas de Dufry crecieron un 25,8% hasta 2.363,9 millones CHF con un aumento del índice de utilidad bruta de 80 puntos básicos hasta alcanzar el 58,8% en este período. El EBITDA aumentó un 40,5% hasta 360,2 millones CHF y el margen EBITDA mejoró 160 puntos básicos, hasta alcanzar la cifra récord del 15,2%.

Las ventas de la Región EMEA y Asia crecieron un 22,1%. El buen comportamiento de la región se debió principalmente al crecimiento de las operaciones de Sorong en el Norte de África y Rusia. Las operaciones de Dufry en Francia, Suiza, España, China y Sharjah mostraron un buen rendimiento con un crecimiento de dos cifras. Las adquisiciones de operaciones en Martinica y Armenia en 2011 y en Rusia en 2012 contribuyeron al aumento de las ventas en la región. La clausura de las operaciones de Singapur tuvo un impacto negativo.

Las ventas de la Región América I aumentaron un 78,4%. Las empresas adquiridas en agosto de 2011 (Argentina, Uruguay y Ecuador) añadieron un 66,1% al aumento de las ventas. Las operaciones en México siguieron mostrando buenos índices de crecimiento. Las operaciones en el Caribe Británico siguieron siendo débiles a causa de los cambios en el perfil del pasajero y diferentes itinerarios de las líneas de cruceros. Las operaciones en Argentina y Uruguay se vieron afectadas por la quiebra de la aerolínea uruguaya Pluna en julio.

La Región América II presentó un crecimiento del 2,7%. Las operaciones de Brasil siguen viéndose afectadas por la desaceleración económica del país, así como por las limitaciones de capacidad de algunos aeropuertos brasileños. Las ventas de la Región Estados Unidos y Canadá aumentaron un 18,3%. Las ventas siguen presentando un crecimiento sólido gracias a la constante adaptación y la introducción de nuevos productos y asociaciones. ■

Sede Central: Dufry patrocina la Copa Mundial de los Niños de la Calle "Road to Rio 2014"

Es un placer para Dufry y Street Child United anunciar que el Grupo Dufry patrocina la próxima Street Child World Cup (SCWC), que se celebrará en Río de Janeiro, Brasil, en marzo de 2014. La Street Child World Cup actúa como catalizador para que personas, empresas y gobiernos de todo el mundo contribuyan a proteger los derechos de millones de niños que viven y trabajan en las calles. Además del torneo de fútbol, SCWC acoge un



congreso internacional y un programa artístico para ofrecerles a los niños una plataforma donde hablar de los problemas a los que se enfrentan. El Director General de Dufry, Julián Díaz, dijo: "Es un orgullo para Dufry ayudar a los más necesitados: los niños desfavorecidos. La Street Child World Cup utiliza el poder del fútbol para darles a los niños de la calle el apoyo y protección a los que todos los niños tienen derecho. Ningún niño debería vivir en la calle". ■

Europa: La primera empresa con tres tiendas en el Aeropuerto Reina Sofía

Dufry ha recibido dos nuevas concesiones en el Aeropuerto Reina Sofía, en la isla española de Tenerife. Se abrirán el 12 de diciembre y ambas se hallan en la Terminal 1 (zona de salidas). Dufry dispone actualmente de tres tiendas con 1.508 m². Una de las tiendas, llamada "Sweet Treats", tiene 144 m² y vende chocolate y dulces de marcas conocidas como Lindt o Nestle. La segunda tiene 164 m² y se llama "Discover Canary Islands. Gourmet and Delicatessen". Esta tienda vende productos locales de primera como ron miel, vinos, salsas canarias y quesos. ■

Latinoamérica: Máxima puntuación en Cliente Misterioso para el equipo comercial de Puerto Rico

La tienda número 21 de Dufry, situada en la Terminal B del Aeropuerto Internacional Luis Muñoz Marín, recibió la máxima puntuación, 150, en la 3^a tanda de visitas del Programa de Cliente Misterioso de Dufry. Es la primera vez que una tienda obtiene dicho resultado. Durante la visita, se examinó el aspecto de la tienda, el surtido de productos, la atención al cliente y el servicio de caja. Los "clientes misteriosos" calificaron el aspecto, servicio y conocimiento del producto de los empleados, las promociones y servicios generales como Atención al Cliente, Retorno y Programas de Satisfacción. ■

Brasil: Apertura de dos nuevas tiendas en Sao Paulo y Curitiba

En agosto de 2012 se abrió una nueva tienda de 67,5 m² en el Aeropuerto Internacional Curitiba Afonso Pena de Brasil. Tras dicha apertura, Dufry dispone de tres tiendas allí (2 tiendas libres de impuestos y 1 con impuestos). Además, en octubre, nuestra empresa amplió su presencia en el Aeropuerto Internacional de Guarulhos (São Paulo), el mayor aeropuerto de Brasil, con un flujo de más de 30 millones de pasajeros en 2011. Esta tienda, de 116 m², está en la Terminal 4. Actualmente Dufry dispone allí de nueve



Noticias Regionales

tiendas libres de impuestos y cuatro con impuestos. “En Curitiba tenemos un equipo de dos supervisores de tienda y cuatro dependientes bajo la dirección de Renato Lopes. En São Paulo, hemos incorporado a seis empleados y dos supervisores a nuestro personal de ventas, bajo la dirección de Camila Veneziani”, añade Tiago Gloria, de Brasil. ■

Brasil: Aumento del 50% del espacio comercial en el Aeropuerto Internacional de Guarulhos

El 16 de noviembre de 2012, Dufry firmó un contrato con el Aeropuerto Internacional de Guarulhos en Sao Paulo para renovar sus contratos de tiendas libres de impuestos en el mismo hasta 2016. Dufry dispone actualmente de ocho tiendas libres de impuestos en el aeropuerto con una superficie total de espacio comercial de 4.500 m². El contrato también prevé que Dufry aumente su espacio comercial en 2.100 m². Se espera que las nuevas operaciones empiecen en el segundo trimestre del año próximo. La expansión de la superficie comercial se ubicará en la zona de llegadas y salidas de la Terminal 2, añadiendo casi un 50% más de espacio comercial a las actividades de Dufry en este aeropuerto. Dicha ampliación le permitirá a Dufry aumentar su gama de productos y ofrecerle a sus clientes las mejores marcas internacionales y una experiencia de compras única. ■



Humberto Mota, Presidente Asesor Regional, Antonio Miguel Marques, Director General del Aeropuerto Guarulhos y Julián Díaz, Director General de Dufry

Brasil: Buenas implantación del nuevo Sistema de Gestión de Almacenamiento

En agosto de 2012 se implantó un nuevo sistema de almacenamiento para aumentar la eficiencia operativa de almacenamiento y agilizar la disponibilidad de los productos en el punto de venta. Este proyecto, gestionado por Roberto Baence, empezó en 2011. Como Tiago Gloria informa desde Brasil, los resultados han sido muy positivos: “El almacén

está funcionando de un modo mucho más fluido, con una Tasa de Abastecimiento de Pedidos del 99,5% a las tiendas de AIRJ. Es una buena tasa, teniendo en cuenta que sólo hace 10 meses que se implantó el sistema y un rendimiento cercano al 90%, pero hay buenas perspectivas de mejora a corto plazo”. ■



Dufry continúa su expansión en Brasil.

Norte América: Apertura de la primera tienda aeroportuaria de Kitson en la Terminal 7 de LAX

Kitson, la tienda de moda del exclusivo Robertson Boulevard (con varias delegaciones en Los Angeles y alrededores) se ha convertido en el establecimiento favorito de muchas estrellas de Hollywood. El éxito de la tienda se basa en la idea de que comprar debería ser divertido y el sentido lúdico será un componente esencial de la nueva tienda Kitson de la Terminal 7 del Aeropuerto Internacional de Los Angeles (LAX). Los clientes de Kitson están siempre a la caza de algo genial: lo último en moda sexy, bolsos y accesorios para hombre, mujer, bebés, niños y adolescentes... además de artículos para el hogar, regalos, juguetes, juegos, etc., incluyendo la famosa línea de Kitson de bolsos de marca. ■



Nueva tienda de Kitson en la Terminal 7 del Aeropuerto de LAX.



Noticias
Regionales

Norte América: Una asociación de empresas de Dufry aterriza en Seattle

Una asociación de empresas liderada por Dufry ha ganado un concurso para gestionar concesiones de tiendas libres de impuestos en el Aeropuerto Internacional de Seattle-Tacoma (SEA). La concesión consiste en tres tiendas situadas en el Satélite Sur, la Terminal Central y el Vestíbulo A del aeropuerto. Las tres nuevas tiendas, que suman 650 m² de espacio comercial, ofrecerán productos locales de calidad, superventas de cosméticos y fragancias, bebidas alcohólicas, tabaco, ropa y accesorios de lujo: joyas, relojes y gafas de sol de marcas de prestigio internacional como Bally, Eddie Bauer, Emporio Armani y Montblanc. El contrato vence en siete años. ■

Norte América: Hudson anota en el Aeropuerto Internacional Louis Armstrong de Nueva Orleans

La renovación del programa de concesiones de ventas del Aeropuerto Internacional de Nueva Orleans Louis Armstrong (MSY) está en pleno apogeo. Una asociación de empresas encabezada por el Grupo Hudson ha abierto la primera de 18 nuevas tiendas en el aeropuerto, que se prepara para la Super Bowl XLVII en el Mercedes-Benz Superdome en febrero. En septiembre abrió la tienda de New Orleans Saints, un emotivo homenaje en negro y dorado al equipo favorito de Nueva Orleans, seguido de Perlis, la tienda de ropa cajun para hombres, mujeres y niños conocida por su emblemático logotipo de la langosta. El aeropuerto inaugurará en los dos próximos meses 10 nuevos quioscos de prensa, incluyendo múltiples puestos de las marcas Hudson News, Essence News y Westwin News. En las próximas semanas se abrirán tiendas especializadas, como una tienda que combina un Hudson Booksellers y un Dunkin' Donuts, dos tiendas Creole Kitchen, dos tiendas Jazz Essence y una tienda In-Motion. ■

Martha Barrios



Gente Dufry



Martha Barrios,
Directora de Tienda

Martha Barrios, Directora de Tienda de La Isla Shopping Mall (Cancún)

Mundo Dufry (MD): ¿Desde cuando trabaja para Dufry?

Martha Barrios: Trabajo aquí desde el 7 de julio de 1999.

MD: ¿Ha desempeñado otros puestos?

MB: Empecé en la empresa como cajera y después fui Supervisora de Operaciones durante 7 años. Me encargó de las operaciones de La Isla desde hace 4 años. Además, en Dufry he trabajado formando a otros compañeros como instructora certificada de Dufry (DC1).

MD: ¿Qué es lo que más le gusta de su trabajo?

MB: Lo que me gusta de mi trabajo es tratar con gente. Puedo conocer a personas de muchos lugares y eso es realmente interesante. Deseo que vuelvan a casa llevándose una buena impresión de México y de Dufry. Otra cosa que me encanta de este trabajo es la relación con mis compañeros. ¡Somos un gran equipo!

MD: ¿Qué le resulta más difícil?

MB: Para mí, lo más duro es la parte administrativa. Prefiero estar directamente en la zona de ventas, porque siempre me ha apasionado.

MD: Si tuviera que darle un consejo a alguien que empezara en un puesto como el suyo, ¿Qué le diría?

MB: Que debe tener paciencia y que es fundamental que disfrute con su trabajo.

MD: Algo que nunca se debe hacer...

MB: Subestimar las aportaciones de los demás.

MD: ¿Cómo definiría a Dufry?

MB: En Dufry tenemos el compromiso de proporcionarles a los empleados las herramientas necesarias para desempeñar bien su trabajo. Lo definiría como moderno, humano y eficaz. ■



Bien
Hecho

Ascensos en nuevos mercados

La principal fortaleza de Dufry es la iniciativa y la motivación de su gente. Por eso, algunos miembros de nuestro personal han sido ascendidos recientemente para asumir más responsabilidades.

Erik Van der Veen



El 1 de septiembre de 2012, Erik van der Veen fue ascendido a Director Comercial Regional en la recién creada Región 1. Desde su nuevo puesto, Erik se encargará de implantar el plan comercial de toda la región, así como nuevos productos; reportará a Xavier Rossinyol,

Director de Operaciones de la R1. Erik empezó en Dufry en junio de 2007 como Director Regional de Categoría en Eurasia y a continuación ascendió a Subdirector de Operaciones para Oriente Medio y la India en julio de 2008.

Fabio Di Nardo



El 1 de septiembre de 2012, Fabio Di Nardo fue ascendido a Director Financiero Regional en la recién creada Región 1. Desde su nuevo puesto, Fabio se ocupará de la integridad y exactitud económica de los sistemas financieros y de mantener los estados financieros y

los informes de gestión. Fabio trabajó anteriormente como Director Financiero Regional de Europa con sede en Milán.

Celine Heinrich



El 1 de septiembre de 2012, Celine Heinrich fue ascendida a Director Regional de RR.HH. en la recién creada Región 1. Celine dirigió anteriormente el departamento regional de RR.HH. de la región de Eurasia. Desde su nuevo puesto, Celine se encargará de dirigir la implan-

tación global de RR.HH. y las estrategias de desarrollo organizacional; reportará a Xavier Rossinyol, Director de Operaciones de la R 1. Celine se incorporó a Dufry el 4 de enero de 2009.

Mehdi Chahed



El 1 de septiembre de 2012, Mehdi Chahed fue ascendido a Director TIC Regional en la recién creada Región 1. Desde su nuevo puesto, Mehdi se encargará de implantar las TIC en toda la región, así como nuevos proyectos, y

reportará a Fabio di Nardo. Mehdi trabajó anteriormente como Director Regional TIC en África. Mehdi se incorporó a Dufry el 1 de enero de 2005.

Miguel Ángel Martínez



El 1 de septiembre de 2012, Miguel Ángel Martínez fue asignado como Director General en Europa y África de la Región 1. Desde su nuevo puesto, Miguel dirigirá la ejecución comercial de las Unidades de Negocio a su cargo de acuerdo con los planes comerciales y la

dirección corporativa garantizando la cuenta de resultados y los objetivos económicos; reportará a Xavier Rossinyol, Director de Operaciones de R1. Miguel empezó en Dufry en abril de 2004 como Director Ejecutivo de Dufry Túnez y a continuación ascendió a Director Regional de Operaciones en África en septiembre de 2004.

Iain Forrest



El 1 de octubre, Iain Forrest fue ascendido a Subdirector de Operaciones para la Unidad de Negocio 5 de Oriente Medio y la India. Releva a Erik van der Veen en la Unidad de Negocio y reporta a Xavier Rossinyol, Director de Operaciones de la Región 1. Iain se incorporó a Dufry en

2008 como Director General en Belgrado, Serbia.

Adrian Alan Bradshaw



El 1 de octubre, Adrian Alan Bradshaw fue ascendido a Director General en Dufry Belgrado, sustituyendo a Iain Forrest. Adrian se encargará de nuestras operaciones en Serbia y reportará a David Grady, Subdirector de Operaciones en Europa de Este de la Región 1. Se

incorporó a esta empresa en 2011 como Director del Área Minorista en Barbados.

Otros ascensos en la R1: **Ranjith Kumar**, Director Financiero en Asia, **Abdeslam Agzoul**, Director Financiero en Europa y África, **Tijani Djaziri**, Director de RR.HH. en Europa y África, **Anthony Prakasam**, Director de Desarrollo de Negocio en Asia y **Thomas Galet**, Subdirector de Operaciones en África. ■

Reportaje
Principal

Una Región de amplio alcance llena de oportunidades de expansión

El nuevo lema de la Región 1 es “Objetivo: que las cosas se hagan”; y, como demuestra la siguiente noticia, el número de inauguraciones y adquisiciones ya ha despegado. “Nuestra expansión es totalmente fiel a la estrategia y filosofía de la empresa”, señala Erik van der Veen, Director Comercial Director de EMEA y Asia.



Tienda Hudson en la India

Grecia:

El 10 de octubre Dufry firmó un contrato para adquirir el 51% del negocio minorista de viajes del Grupo Folli Follie, con la opción de comprar el 49% restante en un plazo de cuatro años. El negocio es el minorista de viajes líder en Grecia y en 2011 generó unos beneficios de 291 millones EUR y un EBITDA de 84 millones EUR, con un margen EBITDA del 29,0%. Luis Marín, Director de Control de Gestión y Fusiones y Adquisiciones, explica por qué esta adquisición ha sido tan interesante para Dufry: “Encaja en una de las zonas geográficas estratégicas de crecimiento de Dufry, el corredor mediterráneo, contribuyendo a diversificar aún más la presencia geográfica de la empresa”. Y añade algunos activos importantes en esta operación, en concreto “sus operaciones diversificadas en diferentes canales, con un sólido conocimiento técnico de canales ajenos al sector minorista aeroportuario, como tiendas y puertos fronterizos; su cartera de contratos, con términos atractivos; su exposición a viajeros internacionales; su mezcla de surtidos de productos, muy similar a la de Dufry, ofreciendo sinergias, potencial, etc.”.

Rusia:

El año pasado, Dufry se fusionó con la empresa rusa Regstaer. Como señala David Grady, Subdirector de Operaciones en Rusia, CEI y Europa del Este, esta empresa ofrece una buena oportunidad para continuar con el desarrollo de Dufry en la región: “Regstaer es una empresa bien gestionada con un equipo directivo experimentado con tiendas y establecimientos interesantes en las terminales C, E y F de Sheremetyevo. Creemos que formando equipo con ellos ayudaremos a Dufry a alcanzar sus objetivos estratégicos de un rápido crecimiento en el mercado de Rusia y CEI”.

China:

Desde julio de 2012 Dufry gestiona 23 tiendas con impuestos en la Terminal 2 de Vuelos Domésticos del Aeropuerto Internacional de Chengdu Shuangliu. Estas tiendas ofrecen productos de marcas muy conocidas como Emporio Armani; Armani Jeans; Hugo Boss; Gant; Ferragamo; Montblanc; Swarovski; Estee Lauder; Lancome; L'Occitane; Tag Hauer, Maurice Lacorix; Frederick Constant y Versace. Como explica Samuel Wong, Subdirector de Operaciones de Dufry (Shanghai) Commercial Co., Ltd., esta operación es una puerta dorada para la expansión de Dufry en China: “El aeropuerto de Chengdu es el 6º aeropuerto chino en términos de pasajeros y la segunda operación directa de Dufry en China. Tener éxito aquí nos permitirá dar el salto para explorar otros posibles aeropuertos en el país. Además, aloja nuestra primera tienda Hudson en China y esperamos construir un modelo adecuado aquí para desplegar este concepto de tienda en China”.

La India:

Tarun Arora, Director General en la India, informa: “Hemos abierto 31 tiendas desde abril de 2012. Todas las tiendas están en estaciones de DMRC (Delhi Metro Railway Corporation) y la respuesta de los clientes ha sido muy positiva. Vendemos comida, bebidas, dulces, libros y revistas, regalos, tarjetas telefónicas, relojes y joyas”.

Mauricio:

“Dufry ha firmado un Contrato de Suministro y Consultoría en enero de 2012 con Mauritius Duty Free Paradise (MDFP), propietario de la concesión de las tiendas libres de impuestos allí. Somos su principal proveedor de productos y su principal consultor de operaciones en términos de imagen, productos, política de precios, formación, marketing y diseño de tiendas”, explica Miguel Ángel Martínez, Director General de Europa y África. ■



La más
valorada por
nuestros
proveedores



Tienda
destacada

El dulce éxito de Pick & Mix

Desde julio, los muebles de madera marrón oscuro de la tienda, junto con los coloridos embalajes de los productos, envuelven en 20m² de elegancia a los viajeros que entran en nuestra tienda Pick and Mix en el aeropuerto italiano de Malpensa.

La tienda se halla en la zona de paso de Dufry y ofrece productos de Lindt con un concepto "a granel". Esto significa que los clientes pueden elegir entre 28 artículos diferentes como Napolitanas, bombones Lindor de distintos sabores, bastoncitos de chocolate, Gianduiotti, etc. y hacer su propia selección de productos, cuidadosamente envuelta en cajas de distintos tamaños. Una vez hecha la selección, los productos se venden al peso, es decir, por gramos. Como explica Manuela Facheris, Directora del Grupo Dufry de la Categoría Alimentación y Pastelería/Juguetes: "El objetivo de Dufry es explorar e implantar nuevos conceptos para diferenciarse de la competencia y ofrecerle a nuestros clientes una nueva experiencia en sus compras. Desde el punto de vista

comercial, la tienda Pick & Mix representa alrededor del 25% de las ventas totales de Lindt en esta tienda. También destaca que la actitud del equipo de Italia ha sido realmente útil para lograr una implantación fluida y positiva del concepto Pick & Mix: "Es muy importante a la hora de implantar nuevos proyectos de este tipo".

Minorista de pastelería nº 1 en 2012

El GRUPO DUFY alcanzó el 1er puesto como Relación Minorista de Pastelería en 2012 en una encuesta del sector minorista de viajes realizada por proveedores de pastelería. Dufry se siente muy orgulloso de este logro, ya que refleja la fuerte cooperación, apoyo y dedicación de nuestra gente en la sede central, regiones y mercados para implantar de forma profesional la estrategia de categorías, contratos, planes etc. en nuestras operaciones. Ésta es la base para que nos perciban como un socio profesional en el mundo de la pastelería entre los minoristas de viajes. ■