

# Mundo Dufry

Revista corporativa eletrônica do grupo Dufry



DUFRY

Número 8 / fevereiro 2013

## DUTY FREE MOSCOW

### **Região 1: Quatro mercados fundamentais, uma área a perder de vista**

 **Resultados do 3º trimestre: continuamos com resultados positivos**

 **Promoções em novos mercados**

 **Lojas abertas no Brasil, nos EU e na Espanha**

[www.dufry.com](http://www.dufry.com)



Editorial

# Região 1: Uma boa articulação entre novos mercados e mercados consolidados

por **Xavier Rossinyol, Diretor Geral de Operação da Região EMEA & Ásia**

No mês de setembro de 2012, a Dufry implementou um processo de reorganização interna com o objetivo a longo prazo de poder continuar registrando um crescimento sustentável e criando valor para os acionistas. A redução do número de estruturas de seis para quatro se destina a confiar responsabilidades acrescidas às regiões, de forma a aumentar a flexibilidade de execução e implementar a estratégia global, com maior responsabilidade no gerenciamento das operações e no desenvolvimento comercial, aumentando ao mesmo tempo os níveis de controle. A par desta descentralização, a Dufry centraliza aquelas funções, como o aprovisionamento e a logística, em que podemos alavancar nossas potencialidades e criar sinergias globais.

Tanto ao nível da região como ao nível do Grupo, queremos acompanhar nossos clientes, para maximizar nossas vendas por passageiro, indicador de nossa eficiência. Por essa razão, estamos organizados em seis unidades comerciais, para estar perto das operações do dia-a-dia, e cobrimos quatro mercados fundamentais:

- Mediterrâneo (Sul da Europa e Norte de África): a maior região turística do mundo, com 250 milhões de visitantes por ano. Com a aquisição da Grécia iremos fortalecer nossa liderança nesta área.
- Rússia, Europa Oriental e países da antiga CEI: já detemos uma forte liderança neste mercado e lhe reconhecemos potencial tanto para crescer ainda mais como para aumentar o número de visitantes a outros mercados Dufry.
- Médio Oriente: um ponto fulcral nas deslocações entre a Ásia e a Europa.
- Ásia-Pacífico: incluindo a Índia, a China e o Sudeste Asiático, o futuro de nosso crescimento. Este é já o maior mercado de viagens a nível mundial e vemos muitas oportunidades para nosso modelo comercial, focado nos mercados emergentes.

Cada um dos mercados pode ter dinâmicas diferentes, mas há cada vez mais passageiros voando entre eles. Nós recorremos à nossa base de dados global sobre o comportamento dos clientes para aumentar nossa eficiência de varejo: quando o perfil dos clientes muda, ajustamos rapidamente o sortimento, o merchandising, os preços, as promoções e a publicidade.



Xavier Rossinyol, Diretor Geral de Operações

A nova região nos permite igualmente usar os recursos de zonas mais consolidadas e nos expandir ainda mais nos novos mercados. Além disso, iniciamos um processo de reestruturação das operações com desempenhos mais fracos, de modo a que os recursos do Grupo sejam aplicados onde o retorno do investimento seja maior. Como líder da Região 1, estou muito entusiasmado com este desafio e com as muitas oportunidades já identificadas e..., nós iremos certamente ter melhor desempenho em nossas operações atuais, ao mesmo tempo que crescemos nas novas. Estou pessoalmente muito satisfeito com a qualidade, a dedicação e a energia de todos os elementos da equipe. Graças ao seu entusiasmo e competência, vamos conseguir. ■

## 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, Andreas Schneider, Jordi Martin-Consuegra, Javier Gonzalez, Lubna Haj Issa **Equipe de Conteúdo Regional:** Emorine Franck (R1), Tijani Djaziri (R1), Celine Heinrich (R1), Marcus Griffin (R2), Madelin Moreno (R2), Tiago Gloria (R3), Laura Samuels (R4) **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 **Línguas de publicação:** inglês, francês, italiano, português e espanhol **Website:** <http://emagazine.dufry.com>

A Dufry é um varejista mundial de viagens com 14.000 pessoas servindo clientes em mais de 1.200 lojas em 43 países.





Notícias  
Regionais

## Notícias Dufry

### Sede - Resultados do 3º trimestre: Nove meses, um recorde

Nos primeiros nove meses de 2012, o volume de vendas da Dufry aumentou 25,8 %, para CHF 363,9 milhões. e a margem bruta 80 pontos-base, para 58,8 %, durante o mesmo período. O EBITDA cresceu 40,5 %, para CHF 360,2 milhões, e a margem EBITDA melhorou em 160 pontos-base, atingindo um recorde de 15,2%.

O volume de vendas da região EMEA & Ásia aumentou 22,1 %. O excelente desempenho dessa região se ficou devendo ao forte crescimento das operações no Norte de África e na Rússia. As operações da Dufry na França, Suíça, Espanha, China e Sharjah revelaram um vigoroso desempenho, com um crescimento de dois dígitos. A aquisição de operações em Martinica e na Armênia, em 2011, e na Rússia, em 2012, contribuíram para o aumento do volume de vendas na região. O encerramento das operações em Singapura teve um impacto negativo.

A região América aumentou seu volume de vendas em 78,4 %. As companhias adquiridas em agosto de 2011 (Argentina, Uruguai e Equador) contribuíram em 66,1 % para o crescimento do volume de vendas. As operações do México continuam apresentando taxas de crescimento saudáveis. As operações no Caribe Britânico se mantiveram fracas, devido a uma alteração do perfil dos passageiros e dos itinerários dos navios de cruzeiro. As operações na Argentina e no Uruguai foram afetadas pela falência, em julho, da companhia aérea uruguaia Puma.

A região América II registrou um crescimento de 2,7 %. As operações no Brasil continuam sendo influenciadas pelo abrandamento econômico do país, assim como pelas restrições em termos de capacidade em certos aeroportos brasileiros. A região Estados Unidos & Canadá aumentou seu volume de vendas em 18,3%. O volume de vendas continua revelando um crescimento sólido graças à constante adaptação, ao ajuste do sortimento e à introdução de novos produtos e parcerias. ■

### Sede: A Dufry patrocina a Street Child World Cup «Road to Rio 2014»

A Dufry e a Street Child United têm o prazer de anunciar que o Grupo Dufry é um dos patrocinadores da próxima Street Child World Cup – SCWC (Copa do Mundo da Criança de Rua), que será disputada no Rio de Janeiro, Brasil, em março de



2014. A Street Child World Cup atua como um catalisador, para que indivíduos, empresas e governos em todo o mundo se empenhem mais na proteção dos direitos de milhões de crianças que vivem e trabalham nas ruas. Além do torneio de futebol, a SCWC organiza uma conferência internacional e um programa de artes, para dar às crianças uma plataforma onde falar sobre os problemas que enfrentam. O Diretor Executivo da Dufry, Julian Díaz, comentou: «A Dufry se orgulha de ajudar aqueles que mais precisam: as crianças desamparadas. A Street Child World Cup usa o poder do futebol para dar às crianças de rua o apoio e proteção a que todas as crianças têm direito. Nenhuma criança deveria ter de viver na rua.» ■

### Europa: A primeira empresa a ter três lojas no Aeroporto Rainha Sofia

Foram concedidas à Dufry duas novas concessões no Aeroporto Rainha Sofia, na ilha espanhola de Tenerife. Elas serão inauguradas a 12 de dezembro e se situam ambas no Terminal 1 (zona de partidas). A Dufry passa assim a operar três lojas, com um total de 1 508 m<sup>2</sup>. Uma das lojas, chamada Sweet Treats, tem 144 m<sup>2</sup> e oferece chocolates e doces de marcas bem conhecidas, como a Lindt e a Nestlé. A segunda tem 164 m<sup>2</sup> e se chama Discover Canary Islands. Gourmet and Delicatessen. Esta loja oferece produtos locais de primeira qualidade, como ronmiel (rum com mel), vinhos, molhos canários e queijos. ■

### América Latina: pontuação perfeita de «Cliente Mistério» para a equipe de vendas de Porto Rico

A loja Dufry n.º 21, situada no Terminal B do Aeroporto Internacional Luis Muñoz Marín, recebeu a pontuação perfeita de 150 na 3ª visita da Wave do programa «Cliente Mistério» da Dufry. É a primeira vez que uma loja consegue esse resultado. O aspeto da loja, a provisão de produtos, o serviço de atendimento e o serviço de pagamento foram analisados durante a visita. Os «clientes mistério» classificam os empregados pela sua aparência, serviço e conhecimentos acerca dos produtos, promoções e serviços globais, como os programas Serviço de Clientes, Devolução e Satisfação. ■

### Brasil: Abertura de duas novas lojas em São Paulo e Curitiba

Em agosto de 2012, foi inaugurada uma nova loja de 67,5 m<sup>2</sup> no Aeroporto Internacional Afonso Pena, em Curitiba. Com esta inauguração, a Dufry fica operando três lojas (duas duty freehand e uma duty paid). Além disso, em outubro de 2012, nossa empresa expandiu sua presença no Aeroporto Inter-



### Notícias Regionais

nacional de Guarulhos, em São Paulo, o maior aeroporto do Brasil, com um fluxo de mais de 30 milhões de passageiros em 2011. Esta loja de 116 m<sup>2</sup> se situa no Terminal quatro. Agora a Dufry tem ali um total de nove lojas duty free e quatro duty paid. «Em Curitiba nós temos uma equipe formada por dois supervisores de loja e quatro vendedores, sob a direção de Renato Lopes. Em São Paulo nosso pessoal de vendas conta com seis empregados e dois supervisores de loja, sob a direção de Camila Veneziani», acrescenta Tiago Glória, do Brasil. ■

### Brasil: Aumento de 50 % do espaço de varejo no Aeroporto Internacional de Guarulhos

A 16 de novembro de 2012, a Dufry assinou um acordo com o Aeroporto Internacional de Guarulhos em São Paulo para a renovação, até 2016, de seus contratos de varejo duty free no aeroporto. Esse acordo prevê igualmente um aumento de 2 100 m<sup>2</sup> do espaço de varejo da Dufry. Se espera que as novas operações se iniciem no segundo trimestre do próximo ano. A expansão da área comercial terá lugar nas zonas de chegadas e de partidas do Terminal 2, acrescentando quase 50 % mais ao espaço dedicado às atividades da Dufry nesse aeroporto. O espaço ampliado de varejo irá permitir à Dufry aumentar ainda mais seu vasto leque de produtos e oferecer aos clientes internacionais as marcas mais vendidas e uma experiência de compras única. ■



Humberto Mota, Presidente Consultivo Regional, Antônio Miguel Marques, Diretor Executivo do Aeroporto de Guarulhos, e Julian Díaz, Diretor Executivo da Dufry

### Brasil: Boa implementação do novo sistema de gerenciamento de armazém

A fim de aumentar a eficiência operacional dos armazéns e agilizar a disponibilização dos produtos nos pontos de venda, o novo sistema de gerenciamento de armazém foi implementado em agosto de 2012. Conforme nos disse Tiago Glória, no Brasil os resultados foram muito positivos:

«O armazém está funcionando de uma forma muito mais consistente, garantindo taxas de preenchimento dos pedidos de 99,5 % às lojas do AIRJ. Essa é uma taxa excelente, se considerarmos que o sistema só foi implementado há 10 meses e apresenta um desempenho de perto de 90 %, mas com boas perspectivas de melhoria a curto prazo». ■



A Dufry prossegue em sua expansão no Brasil.

### América do Norte: Abertura da primeira loja de aeroporto Kitson no terminal 7 de Los Angeles

A Kitson, conhecida varejista de moda situada em pleno Robertson Boulevard (assim como em vários outros pontos de Los Angeles e seus arredores) se tornou a loja preferida de muitas celebridades de Hollywood. O sucesso da loja se baseia no conceito de que as compras devem ser uma atividade divertida e esse sentido da brincadeira é precisamente a componente fundamental da nova loja Kitson do Terminal 7 do Aeroporto de Los Angeles. Os clientes da Kitson estão sempre procurando algo de muito especial: as roupas, bolsas e acessórios mais excitantes e modernos, para homem, senhora, bebê, criança ou adolescente, etc., assim como artigos de casa, presentes, jogos, etc., incluindo a famosa linha de bolsas de grife Kitsonline. ■



A nova loja da Kitson no Terminal 7 de Los Angeles.



Notícias  
Regionais

## América do Norte: Joint venture da Dufry aterrada em Seattle

Uma joint venture liderada pela Dufry venceu um concurso público para a operação de duas concessões no Aeroporto Internacional de Tacoma, em Seattle (SEA). A concessão abrange três lojas, localizadas nas áreas South Seattle, Central Terminal e Concourse A do aeroporto. As três novas lojas, com um total de 650 m<sup>2</sup> de espaço de vendas de primeira categoria, irão oferecer produtos de alta qualidade, os tops de vendas em matéria de cosméticos e fragrâncias, bebidas alcoólicas, tabaco, confeitaria e acessórios de luxo – joias, relógios e óculos de sol de conceituadas marcas internacionais, como a Bally, Eddie Bauer, Emporio Armani e Montblanc. O prazo do contrato é de sete anos. ■

## América do Norte: A Hudson marca pontos no Aeroporto Internacional Louis Armstrong de Nova Orleães

A revitalização do programa de concessões de varejo no Aeroporto Internacional Louis Armstrong de Nova Orleães vai «de vento em popa». Uma joint venture liderada pelo Grupo Hudson abriu as primeiras 18 lojas a chegar ao aeroporto, no quadro da preparação do «Super Bowl XLVII» no Superdome da Mercedes Benz, em fevereiro. Em setembro, abriu a loja dos New Orleans Saints, uma excitante homenagem em negro e ouro à equipe favorita da cidade, seguida pela Perlis, a loja de vestuário cajun para homem, senhora e criança, conhecida pela emblemática lagosta de seu logo. Nos próximos meses, o aeroporto irá inaugurar 10 novas bancas de jornais, incluindo várias posições das marcas Hudson News, Essence News e Westwin News. Já nas próximas semanas está prevista a abertura uma loja conjunta da Hudson Booksellers e Dunkin' Donuts, duas lojas de cozinha crioula, duas lojas Jazz Essence e uma loja In-Motion. ■

# Martha Barrios



Gente Dufry



Martha Barrios, Gerente de Loja

Martha Barrios, Gerente de Loja no shopping center La Isla (Cancun)

*Mundo Dufry: Há quanto tempo você está trabalhando na Dufry?*

Martha Barrios: Eu trabalho aqui desde 7 de julho de 1999.

*MD: Você já ocupou outros cargos?*

MB: Eu comecei na empresa como caixa e mais tarde, durante 7 anos, fui Supervisora de Operações. Estou dirigindo as operações aqui em La Isla desde há quatro anos. Outra tarefa que desempenhei na Dufry foi o treinamento de outros colegas como formadora certificada (DC1).

*MD: Do que é que você mais gosta em seu trabalho?*

MB: Do que eu gosto no meu trabalho é o contato com as pessoas. Eu posso conhecer pessoas de muitos lugares e isso é muito interessante. Quero que elas regressem a casa com a melhor das impressões acerca do México a acerca da Dufry. Outra coisa da qual eu gosto muito é a relação com meus colaboradores. Nós somos uma grande equipe!

*MD: O que você acha mais difícil?*

MB: Para mim, o mais difícil é a parte administrativa. Realmente prefiro estar diretamente no setor das vendas, que sempre foi minha paixão.

*MD: Se você quisesse dar um conselho útil a alguém que se esteja a iniciar numa posição como a sua, que lhe diria?*

MB: Que ele ou ela tem de ter muita paciência e que isso é fundamental para ter prazer em seu trabalho.

*MD: Me diga algo que nunca se deve fazer...*

MB: Subestimar a contribuição dos outros.

*MD: Como você definiria a Dufry?*

MB: Na Dufry existe o compromisso de facultar aos empregados as ferramentas necessárias para desenvolver um bom desempenho. Eu a definiria como moderna, humana e exitosa. ■



Conseguido

## Promoções em novos mercados

**A maior força da Dufry está na iniciativa e na motivação de sua gente. Por isso, alguns membros de nosso pessoal foram recentemente promovidos, para assumirem maiores responsabilidades.**

### Erik Van der Veen



A 1 de setembro de 2012, Erik van der Veen foi promovido a Diretor Comercial Regional da recém-criada Região 1. Nesse novo cargo, Erik será responsável pela implementação do plano comercial em toda a região, bem como por novos projetos, sob a direção de Xavier Rossinyol, Diretor Geral de Operações da R1. Erik começou a trabalhar na Dufry em junho de 2007 como Gerente Regional de Categoria da Eurásia, tendo depois sido promovido a Subdiretor Geral de Operações do Médio Oriente & Índia, em julho de 2008.

### Fabio Di Nardo



A 1 de setembro de 2012, Fabio di Nardo foi promovido a Diretor Financeiro Regional da recém-criada região 1. Nesse novo cargo, Fabio será responsável pela integridade financeira e exatidão dos sistemas financeiros, bem como pelas demonstrações financeiras e relatórios de gerenciamento. Anteriormente, Fabio era Diretor Financeiro Regional da Europa e estava sediado em Milão.

### Celine Heinrich



A 1 de setembro de 2012, Celine Heinrich foi promovida a Diretora Regional de RH da recém-criada Região 1. Anteriormente, Celine tinha dirigido o Departamento Regional de RH da região Eurásia. Nesse novo cargo, Celine é responsável pela implementação das estratégias globais de RH e desenvolvimento organizacional, sob a direção de Xavier Rossinyol, Diretor Geral de Operações da R1. Celine entrou para a Dufry a 4 de janeiro de 2009.

### Mehdi Chahed



A 1 de setembro de 2012, Mehdi Chahed foi promovido a Diretor Regional de TI da recém-criada Região 1. Nesse novo cargo, Mehdi será responsável, para além de novos projetos, pela implementação da TI em toda a região, sob a direção de Fabio di Nardo. Mehdi exerceu anteriormente o cargo de Diretor Regional de TI da África. Mehdi começou a trabalhar na Dufry a 1 de janeiro de 2005.

### Miguel Ángel Martinez



A 1 de setembro de 2012, Miguel Ángel Martinez foi nomeado Diretor Geral da Europa & África, na Região 1. Nesse novo cargo, Miguel irá dirigir as UN sob a sua responsabilidade na execução dos planos comerciais e no gerenciamento comercial, garantindo o cumprimento dos objetivos financeiros e em matéria de P&L (Lucros e Perdas), sob a direção de Xavier Rossinyol, Diretor Geral de Operações da R1. Miguel começou a trabalhar na Dufry em abril de 2004 como Diretor Executivo da Dufry da Tunísia, tendo mais tarde sido promovido a Diretor Geral de Operações da África, em setembro de 2004.

### Iain Forrest



A 1 de outubro, Iain Forrest foi promovido a Subdiretor Geral de Operações da Unidade de Negócio 5, Médio Oriente & Índia. Assume, assim, a responsabilidade pela Unidade de Negócio de Erik van der Veen, ficando sob a direção de Xavier Rossinyol, Diretor Geral de Operações da Região 1. Iain começou a trabalhar para a Dufry em 2008, como Diretor Geral em Belgrado, Sérvia.

### Adrian Alan Bradshaw



Também em 1 de outubro, Adrian Alan Bradshaw foi promovido a Diretor Geral da Dufry em Belgrado, em substituição de Iain Forrest. Adrian será responsável por nossas operações na Sérvia, sob a direção de David Grady, Subdiretor Geral de Operações da Europa Oriental, na Região 1. Ele entrou para a empresa em 2011 como Diretor de Varejo de Área, em Barbados.

### Agung Soetamin



A 1 de setembro, igualmente no quadro da reorganização global da Dufry, Agung Soetamin foi promovido a Diretor Geral da Dufry em Gana. Nessa posição, Agung será responsável por nossas operações em Gana, sob a direção de Thomas Galet, Subdiretor Geral de Operações África, na Região 1. Agung começou a trabalhar no Grupo Hudson, Inc. em 2008 como Diretor Geral no Aeroporto internacional de Seattle-Tacoma, onde gerenciava 23 lojas de varejo especializado e restauração.

Outras promoções na R1: **Ranjith Kumar**, Diretor Financeiro Ásia, **Abdeslam Agzoul**, Diretor Financeiro Europa & África, **Tijani Djaziri**, Diretor RH Europa & África, **Anthony Prakasam**, Diretor de Desenvolvimento Comercial Ásia, e Thomas Galet, Subdiretor Geral de Operações África. ■





História  
Principal

## Uma região a perder de vista cheia de oportunidades de expansão

**A nova palavra de ordem da Região 1 é «Conseguir, fazendo o que tem de ser feito». E, como mostram as notícias que se seguem, o número de inaugurações já levantou voo. «Nossa expansão é perfeitamente consequente com a estratégia e a filosofia da empresa», esclarece Erik van der Veen, Diretor Comercial da EMEA & Ásia.**



Loja Hudson na Índia

### Grécia:

A 10 de outubro, a Dufry assinou um acordo para a aquisição de 51 % do negócio de varejo de viagem do Grupo Folli Follie, ficando com a possibilidade de adquirir os restantes 49 % num prazo de quatro anos. Se trata do líder do varejo de viagem na Grécia e gerou em 2011 um volume de vendas de 291 milhões de euros e um EBITDA de 84 milhões de euros, com uma margem EBITDA de 29,9 %. Luis Marín, Diretor de Controlo Comercial e de M&A, explica porque essa aquisição foi tão importante para a Dufry: «Ela se inclui em uma das áreas geográficas estratégicas para o crescimento da Dufry, a saber, o corredor mediterrânico, contribuindo para uma ainda maior diversificação da presença geográfica de nossa empresa». Acrescenta ainda que nesta transação há ainda alguns ativos bastante significativos, nomeadamente: «suas operações diversificadas em diferentes canais, com grande knowhow em outros canais diferentes do varejo de aeroporto, como as lojas de fronteira e os portos; sua carteira de contratos, com condições atrativas; sua exposição a passageiros internacionais; a diversidade de seu sortimento de produtos, muito semelhante à da Dufry, o que representa um potencial de sinergias relevante; etc.».

### Rússia:

No ano passado, a Dufry se fundiu com a empresa russa Regstaer. Conforme assinala David Grady, Subdiretor Geral de Operações da Rússia, CEI e Europa Oriental, essa empresa oferece uma boa oportunidade para prosseguir o desenvolvimento da Dufry na região: «A Regstaer é uma empresa bem dirigida com uma experiente equipe de gerenciamento, dispendo de lojas e pontos de venda interessantes nos terminais C, E e F do Aeroporto de Sheremetyevo. Acreditamos que formando uma equipe com eles poderemos ajudar a Dufry a atingir seus objetivos estratégicos para os mercados em rápido crescimento da Rússia e CEI».

### China:

Desde julho de 2012, a Dufry já operou 23 lojas duty paid no terminal 2 do Aeroporto Internacional de Chengdu Shuangliu, Partidas Domésticas (lado ar). Essas lojas oferecem produtos de marcas tão conhecidas como: Emporio Armani; Armani Jeans; Hugo Boss; Gant; Ferragamo; Montblanc; Swarovski; Estee Lauder; Lancome; L'Occitane; Tag Hauer, Maurice Lacorix; Frederick Constant e Versace. Tal como explica Samuel Wong, Subdiretor Geral de Operações da Dufry (Shanghai) Commercial Co., Ltd., esta operação abre as portas à expansão da Dufry na China: «O Aeroporto de Chengdu está classificado como o 6º aeroporto da China em número de passageiros e constitui a segunda operação direta da Dufry na China. O sucesso que aqui conseguirmos no futuro irá nos catapultar para a exploração de outros aeroportos com potencial neste país. Além disso, se encontra aqui nosso primeiro Hudson na China e esperamos construir sobre essa base um modelo correto que permita lançar este conceito de loja na China».

### Índia:

Tarun Arora, Diretor Geral na Índia, informa: «Nós já abrimos 31 lojas desde abril de 2012, todas elas localizadas em estações da DMRC (Delhi Metro Railway Corporation) e a resposta dos clientes tem sido muito positiva. Vendemos alimentação, bebidas, confeitaria, livros e revistas, presentes, cartões de visita, relógios e joalheria».

### Maurício:

«A Dufry assinou em janeiro de 2012 um acordo de fornecimento e consultoria com a Mauritius Duty Free Paradise (MDFP), que ali detém a concessão de duty free. Nós somos seu principal fornecedor de mercadorias e também seu principal consultor operacional em termos de layout, sortimento, política de preços, merchandising e design das lojas», explica Miguel Ángel Martínez, Diretor Geral da Europa & África. ■



Loja favorita

## O doce sucesso de Pick & Mix

A loja de madeira castanho-escuro, fazendo realçar as embalagens coloridas dos produtos, num ambiente muito chique com 20 m<sup>2</sup>, arrebatou desde julho os viajantes que entram em nossa loja Pick & Mix no Aeroporto de Malpensa, na Itália.

Esta loja se encontra na zona walk through da Dufry e oferece produtos Lindt com o conceito pick and mix («pegue e misture»). Isso significa que os clientes podem escolher entre 28 itens diferentes, como Napolitanas, Bolas Lindor de diversos sabores, Palitos de Chocolate, Gianduiotti, etc., e compor sua própria seleção de produtos, que são depois embalados em caixas de diferentes tamanhos. Depois de terminada a seleção, os produtos são pagos ao peso, isto é, de acordo com um preço por grama. É o que nos explica Manuela Facheris, Diretora de Categoria do Grupo Dufry – Alimentação & Confeitaria / Brinquedos: «O objetivo da Dufry é explorar e implementar novos conceitos, de modo a se distinguir da concorrência e oferecer a seus clientes uma nova experiência de compras. Do ponto de vista das

vendas, a loja Pick & Mix representa atualmente 25 % do total de vendas da Lindt nesta loja». Ela salienta ainda que a atitude da equipe em Itália muito tem contribuído para a implementação tão fácil e exitosa do conceito pick & mix: «Se trata de um fator muito importante, quando novos projetos como esse estão sendo implementados».

### Varejista n.º 1 em Confeitaria no ano de 2012

O GRUPO DUFY foi votado para o 1º lugar no Varejo de Confeitaria em 2012, através de um inquérito realizado ao nível do varejo de viagem, levado a cabo pelos fornecedores de confeitaria. A Dufry está muito orgulhosa deste sucesso, pois ele reflete a grande cooperação, apoio e dedicação de nosso pessoal, na sede, regiões e mercados, para conseguir implementar profissionalmente a estratégia, acordos, planos, etc. da categoria em nossas operações. Esta é a razão pela qual somos considerados no mundo da confeitaria do varejo de viagem como parceiros profissionais. ■

Votada 1º  
em  
lugar pelos  
nossos  
fornecedores