

Dufry Monde

Magazine d'entreprise en ligne du groupe Dufry



DUFRY

Publication 11 / Décembre 2013

Rythme rapide de Dufry au Brésil

-  Les résultats sur neuf mois accélèrent la croissance du chiffre d'affaires
-  Projet social au Brésil : Centre de formation administrative (CTA)
-  De magnifiques boutiques au paradis de Bali



Le Brésil, prêt pour d'énormes défis

José Carlos Rosa : Directeur d'exploitation R3 Brésil et Bolivie.

Il semble que nous vivions le moment du Brésil. La Coupe du Monde de football aura lieu en 2014, les Jeux Olympiques en 2016. Et il y a un objectif clair des autorités de promotion du développement des affaires qui a apporté d'énormes opportunités, comme la privatisation des principaux aéroports du pays. Dans ce contexte stimulant et extrêmement attrayant, Dufry a mis en place un ambitieux projet d'expansion, avec des stratégies différentes pour bénéficier de la dynamique dans un pays qui représente environ 20% du BAIIA du Groupe.

Le 3 septembre 2013, notre société a annoncé la signature de contrats à long terme à Guarulhos (São Paulo), Brasília, Viracopos et Natal pour exploiter des espaces duty free et duty paid au cours des 10 prochaines années. Cela signifie une augmentation de près de 20 000 m² de l'espace de vente au détail sur ces sites.

Dufry étudiera également les opportunités potentielles dans différents canaux, tels que le duty free en boutique à la frontière, le marché duty paid (pour le marché des voyages intérieurs) avec l'introduction du concept Hudson. Dans le même temps, nous profitons de certains événements uniques comme la Coupe du Monde de la FIFA, dont Dufry exploitera les boutiques officielles dans le pays.

Tous ces défis sont accompagnés de contraintes de temps. Néanmoins, je suis positif en ce qui concerne notre avenir proche parce que l'équipe que je dirige est très motivée et prête à atteindre nos objectifs.



C'est le moment du Brésil, mais c'est surtout le moment que le peuple brésilien ainsi que l'équipe brésilienne de Dufry attendaient pour prouver leur capacité à travailler dur, avec des délais et des normes de haute qualité, tout comme ceux d'une entreprise de premier plan telle que Dufry. ■

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.



Employés Dufry

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, Brunnengässlein 12, 4010 Bâle Suisse **Éditorialistes Siège social :** Julian Díaz, José Antonio Gea, Andreas Schneiter, Jordi Martin-Consuegra, Javier Gonzalez, Lubna Haj Issa **Rédacteurs par régions :** Tijani Djaziri (R1), Marcus Griffin (R2), Tiago Gloria (R3), Laura Samuels (R4) **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 17 000 personnes servant des clients dans plus de 1 400 boutiques à travers 45 pays.



Nouvelles
régionales

Nouvelles Dufry

QG : Résultats de Dufry sur les neuf premiers mois – Accélération de la croissance du chiffre d'affaires

Dufry a augmenté son chiffre d'affaires de 14 % au cours des neuf premiers mois de 2013 à 2 688,7 millions de CHF, avec une croissance au 3^{ème} trimestre de 21 %. Le BAIIA a atteint 386,0 millions de CHF et la marge du BAIIA s'est établie à 14,4 % sur les 9 mois. Le flux net de trésorerie provenant des activités d'exploitation a augmenté de 21 % et a atteint 346,6 millions de CHF.

Le chiffre d'affaires du Groupe a atteint 2 688,7 millions de CHF contre 2 363,9 millions de CHF pour les neuf premiers mois de 2012. En Région Europe, Moyen-Orient, Afrique et Asie, le chiffre d'affaires a augmenté de 50,9 % pour atteindre 894,9 millions de CHF. Les activités acquises en Grèce en avril 2013 ont réalisé de solides performances et les opérations de Dufry en Chine ainsi qu'au Cambodge ont continué sur leurs excellents résultats. En Afrique, les opérations en Egypte ont été affectées par la situation politique, alors que les performances au Maroc ont continué à être fortes.

Le chiffre d'affaires dans la région Amérique I s'est établi à 569,6 millions de CHF de janvier à septembre, contre 575,8 millions de CHF pour la même période de 2012 : il y a eu une nette amélioration en Uruguay, le Mexique et l'Argentine poursuivent leurs solides performances et dans les Antilles britanniques, la situation reste sur une faible performance. Le chiffre d'affaires de la région Amérique II s'élève à 519,8 millions de CHF au cours des neuf premiers mois de 2013 contre 548,3 millions de CHF pour la même période de 2012. La forte volatilité du réal brésilien par rapport au dollar américain a continué à freiner de nouveaux progrès dans cette région.

Dans la région États-Unis et Canada, le chiffre d'affaires s'élève à 659,0 millions de CHF pour les neuf premiers mois de 2013, soit une croissance de 7,3 %. L'entreprise continue d'enregistrer de bons résultats grâce à une combinaison de croissance du trafic passagers et une hausse des dépenses par passager, de nouvelles concessions et des expansions. Jusqu'à présent en 2013, l'espace de vente au détail net s'est vu accorder 3700 m² supplémentaires. ■

Asie : Nouvelles concessions à Taiwan, en Corée et en Chine

Ces derniers trimestres, Dufry a sensiblement développé sa présence en Asie et a ajouté de nouvelles concessions en Corée du Sud et en Chine. En Corée du Sud, Dufry

exploitera des boutiques duty free à l'aéroport international de Busan. En Chine, Dufry a reçu des concessions de boutiques duty free de luxe à l'aéroport Beijing Capital et la Société associera également ses forces à Shenzhen Duty Free à l'aéroport international Bao An de Shenzhen. En outre, le 16 septembre, Dufry et Taiwan Land Development Corporation (TLDC) ont signé un contrat de 12 ans pour l'exploitation d'espaces duty free sur l'île taïwanaise de Kinmen. Avec la première phase devant ouvrir ses portes au cours du premier semestre 2014, la joint-venture Dufry-TLDC exploitera tout l'espace duty free de vente au détail totalisant 3 000 m² dans la Wind Lion Plaza. Avec ces dernières signatures de contrats, Dufry va accroître sa présence à 14 000 m² dans la région, exploitant 140 boutiques sur 14 sites, en Extrême-Orient, au Moyen-Orient et en Asie centrale. Les nouveaux projets contribueront à un chiffre d'affaires combiné d'environ 250 millions de CHF par an. ■



La Wind Lion Plaza sur l'île taïwanaise de Kinmen est un ambitieux projet dans lequel Dufry exploitera tout l'espace duty free de vente au détail.

Asie : Boutique Ferragamo à Shanghai

La boutique Salvatore Ferragamo au terminal 2 de l'aéroport Hongqiao de Shanghai, avec sa magnifique décoration et son offre complète de produits, occupe 167 m² de la première section du Luxury Boulevard. Le projet « Luxury Boulevard » met en avant la présence de marques de luxe



La boutique Salvatore Ferragamo à Shanghai a obtenu de très bons résultats pour ses cinq premiers mois.



Nouvelles régionales

de premier plan au T2 de l'aéroport Hongqiao. Grâce aux membres diligents et professionnellement formés du personnel ainsi qu'à l'équipe d'exploitation locale, la boutique a connu une forte dynamique des ventes au cours des cinq derniers mois. ■

Amérique I : Développement d'une boutique à traverser à Puerto Vallarta

La rénovation de la boutique de Vallarta devrait être terminée en mars 2014. Le projet consiste en la création d'une boutique à traverser dans un espace de 632 m². L'objectif principal est que la conception architecturale de la boutique, les couleurs, les sols, les plafonds, le mobilier personnalisé et les zones promotionnelles permettent d'améliorer l'expérience d'achat. Le plan commercial comprend les catégories « de base », tabac (avec un espace humidificateur), alcool, confiserie et parfums ainsi que les CEI, bijoux de mode, montres, lunettes de soleil et textiles. Il y aura aussi une zone appelée « Discover Mexico » avec une gamme de produits d'artisanat et de bijoux mexicains. ■



La nouvelle boutique à traverser de Puerto Vallarta permettra d'améliorer l'expérience d'achat du passager.

Amérique I : Ouverture de deux boutiques à Cancun

En janvier 2014, Dufry ouvrira deux nouvelles boutiques au terminal charter de Cancun Quintana Roo. Ces boutiques Duty Paid de 97 m² et 136 m² proposent respectivement des parfums, cosmétiques et soins cosmétiques, ainsi qu'une grande variété de cigares. ■

États-Unis : Hudson reçoit les honneurs de la diversité/intégration de l'ACI-NA et de DFW

Le Conseil International des Aéroports-Amérique du Nord (ACI-NA) et l'aéroport Dallas-Fort Worth ont récemment (et séparément) honoré le Groupe Hudson pour avoir longtemps œuvré à intégrer les femmes et les minorités dans l'entreprise. L'ACI-NA représente 95 % des instances gouvernementales locales, régionales et étatiques possédant et exploitant des aéroports commerciaux aux États-Unis et au Canada, ainsi que plus de 350 entreprises liées à l'aviation. C'est la plus grande des cinq régions du monde du Conseil International des Aéroports. Concernant cette distinction, l'ACI-NA a écrit : « Le Groupe Hudson a activement mis en place un milieu de travail diversifié et d'intégration au cœur de sa culture d'entreprise. Soixante-cinq pour cent de l'effectif global d'Hudson est identifié comme appartenant à un groupe ethnique minoritaire, tout comme 40 % du personnel de management. En tant que parrain de la conférence annuelle de la diversité des affaires de l'AMAC et fervent partisan de nombreuses initiatives de bienfaisance et de développement communautaire, Hudson est un champion remarquable de l'opportunité professionnelle à travers l'ethnicité et le sexe ».

En réponse, le président et PDG du Groupe Hudson Joe DiDomizio a déclaré : « Dès le tout début du Groupe Hudson, un engagement d'intégration à tous les niveaux a fait partie de notre ADN. En particulier, nos partenariats significatifs ACDBE et avec des entreprises tenues par des minorités ont conduit à de nombreuses relations personnelles riches et très gratifiantes. Nous sommes honorés par la reconnaissance par l'ACI-NA de ce que nous considérons comme une partie très importante de notre entreprise ».

Sur une note semblable, plus tôt dans l'année, le DFW a annoncé les lauréats de ses Prix des Champions de la Diversité 2013, célébrant les efforts et les talents des nombreuses entreprises remarquables tenues par des minorités et des femmes, ainsi que des entreprises à participation majoritaire qui, ensemble, « font de DFW l'aéroport de première classe qu'il est aujourd'hui ». Parmi les lauréats se trouve HG-Regali DFW JV, une joint-venture en partenariat entre le Groupe Hudson (HG) Retail LLC et Regali, Inc., dirigé par le partenaire ACDBE Renee Dutia. Le Groupe Hudson a déclaré qu'il s'associait fièrement aux Entreprises commerciales défavorisées des concessions d'aéroport (ACDBE) pour apporter de la diversité, une participation commerciale locale et un caractère local unique aux programmes de concession de l'aéroport. ■



L'équipe Dufry Sports de haut niveau !



L'équipe Dufry Sports fait face avec plaisir aux énormes défis de l'année prochaine.

Composée du directeur général Duty Paid André Baldi, du Directeur commercial Márcio Querioz, du Spécialiste événements Thiago Salim et de la Directrice des achats Duty Paid Maria Isabel, l'équipe a atteint d'excellents résultats dans la gestion des boutiques lors d'événements liés au sport.

En tant que détaillant officiel de la Coupe des Confédérations Brésil 2013 de la FIFA, avec des points de vente dans les 6 stades de cet événement, Dufry Sports se prépare maintenant pour un plus grand défi : la Coupe du Monde Brésil 2014™ de la FIFA, qui devrait attirer plus de 1,6 million de touristes au Brésil l'année prochaine. Avec deux boutiques permanentes (1 à Congonhas/SP ; 1 à Santos Dumont/RJ), l'équipe Dufry Sports a exploité 22 boutiques/kiosques temporaires dans des stades et 2 boutiques temporaires dans des aéroports (Recife et Salvador) pour la Coupe des Confédérations de la FIFA. Plus de 300 personnes ont eu l'opportunité de travailler chez Dufry lors de cet événement et ce nombre devrait augmenter en 2014, car Dufry exploitera plus de 100 boutiques/kiosques pendant la Coupe du Monde, vendant des produits officiels.

Créé en 2007, Dufry Sports est chargé de la vente de produits officiels liés au sport. La première participation de la marque dans des tournois a été aux Jeux panaméricains de Rio en 2007, avec 72 boutiques dans toutes les installations sportives de l'événement, et un Megastore sur la plage de Copacabana, vendant plus de 500 produits sous licence.

Depuis lors, Dufry Sports a été présent en tant que boutique officielle lors d'autres grands événements sportifs, tels que les Stock-Car (catégorie de course automobile la plus répandue au Brésil), les Jeux Mondiaux Militaires de Rio en 2011, Novo basquete Brasil - BNB et une série d'épreuves de course à pied, comme São Silvestre, le Marathon de São Paulo, le semi-marathon de Rio et la manifestation de course à pied de Volta da Pampulha. ■

Directeur Dufry Sports



Employés
Dufry



André Baldi dirige l'équipe Dufry Sports.

Il est en charge du Duty Paid de Dufry au Brésil, l'une des activités qui devrait croître dans les années à venir. Par ailleurs, André Baldi est également Directeur de Dufry Sports, la marque spécialisée dans les boutiques destinées aux énormes manifestations sportives.

Dufry World : Depuis combien occupez-vous ce poste ?

André Baldi : Je suis responsable du Duty Paid de la R3 depuis 2009.

DW : Qu'aimez-vous le plus à ce sujet ?

AB : La partie la plus intéressante de mon travail consiste à développer de nouvelles activités et formats d'exploitation.

DW : Quel a été le plus grand défi jusqu'à présent ?

AB : Sans aucun doute la Coupe du Monde 2014 de la FIFA. Nous exploiterons près de 100 boutiques dans des lieux différents, tels que des stades, aéroports et boutiques concept dans les villes d'accueil.

DW : Comment votre équipe fait-elle face à ce défi ?

AB : Toute l'équipe est très enthousiaste à l'idée de faire partie de ce projet, avec tous les événements majeurs qui se profilent. Il y aura beaucoup de travail, mais nous y sommes tous préparés avec grand plaisir.

DW : Comment voyez-vous Dufry Sports dans cinq ans ?

AB : Les Jeux Olympiques de 2016 seront le prochain événement majeur qui va se produire à Rio de Janeiro et nous visons à y être également les revendeurs officiels. Par rapport à la Coupe du Monde 2014 de la FIFA, c'est un événement encore plus important en termes de vente au détail. En outre, nous avons des projets d'ouverture de nouvelles boutiques Dufry Sports dans les principaux aéroports brésiliens. ■



Réussites

Deux décennies d'égalité et d'opportunités pour les jeunes Brésiliens

Mis en œuvre en 1995 à Rio de Janeiro (Brésil), le CTA (Projet social de Dufry Brésil) vise à fournir une formation supplémentaire aux adolescents issus de communautés pauvres dans le quartier d'Ilha do Governador, à côté de l'aéroport Galeão. L'objectif est de les préparer au marché du travail.

Près de deux décennies de croyance au potentiel des jeunes défavorisés ont produit des résultats brillants. Grâce au Centre de formation administrative (Administrative Training Center ou CTA), plus de 500 personnes ont bénéficié de la chance d'être intégrées dans une société qui n'offre pas les mêmes opportunités à tout le monde.



Plus de 500 jeunes ont trouvé des opportunités grâce à ce projet. Nombre d'entre eux ont ensuite travaillé pour Dufry.



30 étudiants sont diplômés du CTA chaque année.

Chaque année, 30 étudiants sont diplômés du programme. Croyant en l'éducation en tant que partenaire du développement durable de la société, le CTA propose un programme varié, avec plus de 460 heures de cours. Les adolescents de 14 à 17 ans développent une vision large des enjeux environnementaux et sociaux, où la citoyenneté est une priorité. Ils étudient les droits sociaux et les relations humaines, les concepts de la vente au détail, les aspects administratifs, l'orientation professionnelle et l'anglais.

« L'engagement social est l'un des objectifs prioritaires de Dufry. Un exemple est le CTA que l'entreprise conserve pour la formation professionnelle des adolescents qui reçoivent également des soins médicaux et dentaires, une assurance-vie, des uniformes, des manuels, des repas et des bons de transport. À la fin des cours, ces jeunes ont trouvé un emploi, nombre d'entre eux chez Dufry, où il existe déjà des responsables issus du CTA », explique Humberto Mota, Président consultatif de la Région 3. En raison de l'importance de ce projet, Dufry a été reconnu par la Fondation Abrinq, une ONG locale qui soutient les droits de l'enfant, avec le sceau « Child Friendly Company » (« Société favorisant les enfants »).

Du programme à un poste à responsabilité

Travaillant chez Dufry depuis maintenant huit ans, le superviseur de boutique Robson Valdevino est un exemple de la façon dont le CTA permet aux jeunes d'entrevoir un meilleur avenir : « J'ai d'abord connu le projet CTA quand j'avais 17 ans. Je suis devenu étudiant de la 8^{ème} classe du projet. Je me suis rendu compte que le cours pourrait être une grande opportunité pour le développement personnel et professionnel. Dès le début du cours, j'ai eu l'espoir de travailler pour l'entreprise et j'ai fait de mon mieux pour y parvenir. Peu de temps après la fin du cours, j'ai été embauché pour travailler comme employé temporaire, pendant trois mois. Après la fin du contrat, j'ai effectué mon service militaire et 10 mois plus tard, j'étais de retour au sein de la société. Après avoir occupé plusieurs postes à la base de la boutique, j'ai été invité à participer à un processus de recrutement interne pour un poste de superviseur de boutique. Et j'ai été accepté ! Maintenant, je suis superviseur de la même boutique où j'ai commencé à travailler pour l'entreprise, il y a huit ans. Aujourd'hui, je suis bénévole au CTA, enseignant mon métier à d'autres enfants, et je crois fermement que le CTA a un énorme impact sur la vie de nombreux jeunes ». ■



Robson Valdevino a participé au CTA quand il avait 17 ans. Aujourd'hui, il est superviseur de boutique chez Dufry.



Événement

Dufry Brésil, le fleuve d'opportunités

Tout comme les 200 affluents qui alimentent le puissant fleuve Amazone, un grand nombre d'initiatives a poussé le développement de Dufry au Brésil. Près de 20 000 m² répartis sur 58 boutiques nouvelles ou rénovées, des contrats d'exclusivité avec les principaux acteurs de l'aéroport Guarulhos ou la FIFA... Dufry a saisi la force de nombreuses sources pour diriger son entreprise et le marché de la vente au détail au Brésil vers une nouvelle ère.

Le 3 septembre 2013, Dufry a été fier d'annoncer la signature de contrats de 10 ans à Guarulhos (São Paulo), Brasília, Viracopos et Natal pour exploiter des espaces duty free et duty paid, ainsi que l'ouverture d'une boutique duty paid à Goiânia. Avec ces nouveaux accords, la société entre dans une nouvelle phase de développement du marché brésilien de vente au détail pour les voyageurs. Elle fournira une expérience d'achat de première classe pour les passagers au Brésil et augmentera considérablement les dépenses par passager et les ventes globales. Ces projets appuieront le développement de l'activité duty paid au Brésil, où environ 90 % de tous les passagers aériens sont en vols intérieurs et l'accroissement du secteur duty paid sera un élément important dans le développement des activités brésiliennes à l'avenir. En plus des boutiques duty free de marque, Dufry introduira au Brésil son concept de magasin de proximité Hudson avec six nouvelles boutiques à São Paulo, Brasília et Natal. Par ailleurs, les boutiques duty free à la frontière seront une toute nouvelle opportunité dans le pays. Grâce à l'expertise mondiale et locale de Dufry, ce sera un autre canal pour développer davantage l'entreprise.



Julian Diaz, PDG du Groupe Dufry ; Antonio Carlos Mata Pires (fond), Vice-président de l'OAS ; Juan Carlos Torres, Président du Conseil d'administration de Dufry ; Carlos Fernando Costa, Directeur des investissements de Petros ; Jonas Barcellos, Président des entreprises Brasif ; Humberto Mota, Président de Dufry Brésil ; Carlos Borges, Directeur de FUNCEF ; Gustavo Nunes da Silva Rocha, Président d'Invepar ; et Antonio Miguel, Président de l'aéroport GRU.

En tant que symbole de cette expansion, l'ouverture de la boutique d'arrivée du Terminal 2 de l'aéroport international Guarulhos, à Sao Paulo, se démarque avec ses 3142 m². Il s'agit de la plus grande boutique de Dufry dans le monde entier avec des équipements technologique dernier cri. Mais, comme le souligne José Carlos Rosa, Directeur d'exploitation de la Région 3 de Dufry, c'est bien plus que cela : « Guarulhos est l'aéroport le plus fréquenté d'Amérique du Sud. Le fait que sa nouvelle équipe privée de gestion ait choisi Dufry comme exploitant exclusif duty free prouve que Dufry est considéré comme le partenaire idéal pour un tel grand projet. Cela renforce notre rôle en tant que norme sur le marché de la vente au détail pour les voyageurs en Amérique du Sud ». Par ailleurs, l'année prochaine, dans le même aéroport, Dufry commencera à exploiter le Terminal 3 avec l'occupation d'une superficie totale de 7 161 m² dans des boutiques d'embarquement (1 080 m²) et des boutiques d'arrivée (4 367 m²). Le terminal comportera également une zone de 1 714 m² avec plusieurs boutiques internationales exploitées par Dufry.

Coupe du Monde

L'accord avec la FIFA pour exploiter les boutiques officielles pendant la Coupe du Monde 2014 de la FIFA constitue un autre succès. « La Coupe du Monde 2014 de la FIFA sera l'un des plus grands défis logistiques pour Dufry, pour lequel nous nous préparons et nous espérons obtenir les meilleurs résultats. Nous comptons sur l'expérience acquise dans le fonctionnement de la Coupe des Confédérations en 2013 et d'autres événements sportifs », explique Humberto Mota, Président consultatif de la Région 3, qui ajoute que Dufry « est en train de négocier avec le CIO (Comité international olympique) pour exploiter les boutiques officielles et les produits officiels aux Jeux Olympiques de Rio en 2016 ». Il résume en indiquant que l'histoire de Dufry Brésil est « une réussite croissante depuis qu'il a acheté Brasif Duty Free en mars 2006 ». Les projets et contrats annoncés montrent que le succès, mais aussi la pression seront les conditions d'une présence constante de Dufry Brésil dans un avenir proche. Il est donc essentiel, selon José Carlos Rosa, d'accomplir ce grand processus d'expansion sans perdre l'accent sur les choses les plus importantes : « Cela peut sembler être une idée romantique, mais mon objectif principal est d'obtenir le même niveau de qualité sur chaque mètre carré de chaque boutique. Le passager aura la même expérience satisfaisante d'achat dans les impressionnantes boutiques à traverser de Guarulhos que dans une boutique duty paid. C'est notre principal objectif, à la fois simple mais difficile ». ■



Un fleuron blanc à la porte du paradis

En mai dernier, Dufry a signé un accord avec Angkasa Pura I afin d'exploiter des boutiques duty free et duty paid pendant 5 ans dans le nouveau terminal international de l'aéroport international Ngurah Rai de Bali. La première de ces boutiques a ouvert le 29 octobre. Avec ses 1150 m², il s'agit de la plus grande surface gérée par Dufry en Asie et c'est le fleuron de la société à Bali.

En outre, elle bénéficie d'un fabuleux design, qui s'intègre parfaitement à l'ambiance de l'aéroport, alliant modernité et motifs traditionnels. Dufry reproduit cela dans la boutique avec un style de plafond en bois

ressemblant à des bateaux naviguant sur les vagues ; ornements dorés de style traditionnel sur les carreaux du sol et sortes de stores sur le dessus des fixations murales. En outre, la boutique n'a pas de plafond complet et elle est superbe au coucher du soleil avec un mélange de coucher du soleil naturel et d'éclairage artificiel. Dufry ouvrira à terme sept boutiques, quatre côté piste et trois autres dans la zone des arrivées. L'aéroport international Ngurah Rai a accueilli 16 millions de passagers en 2012, soit une augmentation de 12 % par rapport à l'année précédente. Les passagers internationaux ont représenté. ■