

Dufry Monde

E-Magazine azienda del gruppo Dufry



DUFRY

Numero 13 / Ottobre 2014

DUTY FREE STORE



NUANCE



 **Nuance e Dufry rendono ogni viaggio un'esperienza. Insieme.**

www.dufry.com



Editoriale

Un'acquisizione che cambia la Dufry e il mercato della vendita al dettaglio dei prodotti da viaggio

di Julián Díaz, Dufry CEO

Il 9 settembre Dufry ha concluso l'acquisizione del Gruppo Nuance. Insieme, stiamo confermando, ancora una volta, la nostra posizione di leader sul mercato della vendita al dettaglio di prodotti da viaggio, portando il settore della vendita al dettaglio a un livello superiore. Ciò è dimostrato dalla nostra presenza combinata in oltre 60 paesi in tutto il mondo, così come presso 221 aeroporti, gestendo e facendo funzionare oltre 1700 negozi.

Le acquisizioni hanno sempre fatto parte di Dufry. Sappiamo come donare insieme la migliore conoscenza: in questo caso, la competenza della crescita di Dufry e l'efficienza dell'esecuzione con l'eccellenza della clientela Nuance. Tuttavia, l'acquisizione di Nuance è unica – le dimensioni e lo scopo dell'operazione saranno senza dubbio una sfida. Tuttavia, grazie alla nostra esperienza, sono fiducioso che il processo di integrazione avverrà facilmente. Ci aspettiamo che la transizione avvenga gradualmente nei prossimi 18-24 mesi. Inoltre, integreremo entrambe le società in sei – nove mesi. Insieme creeremo un'unica compagnia con un solo scopo e un solo modo di fare le cose.

Oggi sono fiero di poter condividere la notizia dell'acquisizione. Ciò cambierà il mercato della vendita al dettaglio dei prodotti da viaggio e condurrà Dufry in una posizione chiara di leader – in pratica ci consentirà di trasformare il settore della vendita al dettaglio dei prodotti da viaggio: da un mercato di prodotti da viaggio meno frammentato a uno più competitivo. Insieme, decideremo il corso per un futuro di grande successo. Vi invito ad unirvi al viaggio.

Grazie alla nostra esperienza e al supporto dei team di Dufry e Nuance, renderemo un successo questa integrazione.



Vorrei dare il benvenuto a tutti i nostri colleghi di Nuance presso la comunità di Dufry e, in quanto parte di questa ampia organizzazione mondiale, siete i benvenuti a partecipare a questa nuova Dufry. ■

Contenuto

Editoriale **2**, Notizie regionali **3**,
Le persone di Dufry **5**, Missione
compiuta **6**, Sotto i riflettori **7**,
Preferiti **8**

Contenuto delle sezioni



Editoriale

Affermazioni e annunci da parte di CEO/COO/ CFO, editoriali, fatti & cifre, pietre miliari, responsabilità aziendale, cambi di gestione.



Notizie regionali

Negozi nuovi o modificati, concetti, contratti, attività promozionali, premi, notizie o risultati locali di rilievo.



Sotto i riflettori

Storia principale o intervista con personaggi di spicco (solitamente in linea con l'immagine di copertina). Enfasi su attività speciali, imprese, occasioni.



Missione compiuta

Storie di successo, storie di ambientazione locale, casi di migliore prassi.



Le persone di Dufry

Presentazione di un impiegato per un motivo particolare: nuove idee, produttività sul lavoro, interessi particolari, hobby speciale.



Preferiti

Negozio nuovo o ristrutturato di recente (es. negozio del mese). Quarta di copertina della versione PDF stampabile.

CHI SIAMO

Editore: DUFY AG, Brunneggässlein 12, 4010 Basilea Svizzera **Team editoriale Sede Centrale:** Julian Díaz, José Antonio Gea, Andreas Schneider, Jordi Martin-Consuegra, Javier Gonzalez, Lubna Haj Issa **Team contenuto regionale:** Tijani Djaziri (R1), Marcus Griffin (R2), Tiago Gloria (R3), Laura Samuels (R4) **Design, stesura testi e coordinamento di processo:** Match Communications, Zurigo **Produzione:** Match Communications, Zurigo e x-site, Basilea **Lingue pubblicate:** Inglese, francese, italiano, portoghese e spagnolo
Sito Web : <http://emagazine.dufry.com>

Dufry è una società operante nel settore del travel retail a livello globale, con circa 21.500 impiegati al servizio di clienti in oltre 1.700 negozi dislocati in oltre 60 paesi.



Notizie
regionali

Dufry News

HQ: Dufry accelera la crescita organica nel secondo trimestre del 2014

Nella prima metà del 2014, il fatturato di Dufry ha raggiunto 1.707,9 milioni di CHF ed è cresciuto del 6,7% a tassi FX costanti e del 2,4% se convertiti in franchi svizzeri. La crescita organica è accelerata nel secondo trimestre al 5,0% dal 2,2% del primo trimestre, in cui hanno svolto un ruolo importante le nuove concessioni così come i miglioramenti in tutte le società dell'America Latina, in particolare nei Caraibi, Uruguay e Brasile, con segnali di miglioramento. Gli USA e il Canada e l'EMEA e l'Asia hanno seguito un andamento positivo del Q1. L'EBITDA ha raggiunto 221,4 milioni di CHF nel primo semestre del 2014 e il margine EBITDA ha raggiunto il 13,0% in questo periodo e il 14,2% nel secondo trimestre.

Il fatturato nella regione EMEA e Asia è aumentato del 12,9% in CER e ha raggiunto 552,1 milioni di CHF durante l'anno a giugno. Europa, Francia, Italia e Svizzera hanno mostrato buone prestazioni. L'Europa orientale. La Serbia e l'Armenia hanno continuato anche a dare buoni risultati, mentre in Russia, il rublo russo e la situazione politica in Ucraina hanno influenzato gli affari. Anche il rendimento in Africa ha continuato a essere influenzato dalla situazione politica della regione. In Medio Oriente e Asia, le attività esistenti hanno avuto delle buone prestazioni.

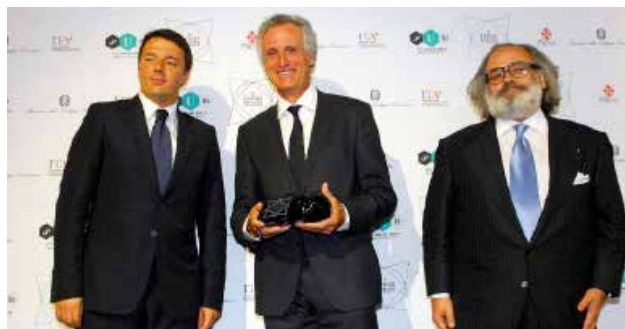
Il fatturato nella regione America I è rimasto costante in CER e ha raggiunto 357,3 milioni di CHF nel primo semestre del 2014. Il rendimento della regione è aumentato in Q2 (4% della crescita in CER).

Il fatturato nella regione America II ha raggiunto 318,4 milioni di CHF. Nel secondo trimestre la crescita del fatturato in CER ha avuto un momento positivo del 3,7% rispetto al -9% del primo trimestre. Anche le vendite misurate in reais brasiliani sono aumentate al 9% nel periodo ma la svalutazione della valuta locale ha continuato a mascherare la crescita del fatturato se misurato in USD. A maggio Dufry ha aperto gran parte dei negozi previsti in Brasile e si aspetta di vedere un impatto positivo sulle vendite nei trimestri successivi.

Il fatturato nella regione Stati Uniti e Canada è salito al 13,4% con tassi FX costanti. L'azienda continua a rendere guidata fortemente dal lancio del nuovo formato Hudson e dall'espansione della compagnia grazie a nuove concessioni. ■

HQ: Premio per Dufry a «Pitti Uomo 86» a Firenze

Dufry ha ricevuto il premio "Firenze capitale della moda" durante la cerimonia di apertura di "Pitti Uomo 86," l'evento fieristico internazionale più importante che porta in passerella la moda maschile e le tendenze contemporanee, tenutosi a Firenze dal 17 al 20 giugno 2014. Nello storico Palazzo Vecchio a Firenze, il Primo Ministro italiano, Matteo Renzi, ha premiato Dufry e altri due importanti rivenditori scelti personalmente da Stefano Ricci, presidente del "Centro di Firenze per la Moda Italiana," con questo premio dedicato. Il CEO Julian Diaz ha partecipato ai festeggiamenti di apertura e ha ricevuto il premio per conto di Dufry. ■



Il CEO Julián Díaz tra il Primo Ministro italiano, Matteo Renzi (sinistra) e il Presidente del "Centro di Firenze per la Moda Italiana", Stefano Ricci.

EMEA: Grandi risultati per il nuovo negozio in Corea

Il 15 marzo Dufry ha aperto un negozio di 400 mq presso il Busan Gimhae International Airport in Sud Corea. Dal momento dell'inaugurazione le vendite hanno raggiunto 2.7 milioni di USD. La maggior parte dei clienti sono coreani (65%), seguiti da cinesi (15%) e giapponesi (10%). Un totale di 100 persone lavora presso questo negozio. Busan è la seconda metropoli più grande della Corea, dopo Seoul, con una popolazione di circa 3.6 milioni di abitanti. Nel 2012 il Busan Gimhae International Airport ha gestito 4 milioni di passeggeri internazionali.

Dufry ha creato una compartecipazione aziendale in Corea con un partner locale, chiamato Dufry Thomas Julie. È specializzata nella fornitura di prodotti coreani sui canali gratuiti di Dufry. In ottobre 2013, Dufry ha vinto una gara per 436 mq e potrà godere dell'esclusività sulla vendita di Tabacchi e Liquori. Dufry gestisce anche altri settori importanti come Moda e Accessori, Orologi e Gioielli, Pasticceria, Souvenir e prodotti elettronici. ■



Notizie
regionali

EMEA: Un nuovo negozio Hudson ha aperto presso il Pulkovo Airport di San Pietroburgo

Dufry Russia è fiera di annunciare l'apertura di un nuovo negozio di beni essenziali da viaggio duty paid con il marchio Hudson, situato nella zona arrivi del Nuovo terminal Pulkovo 1 Airport a San Pietroburgo. Il negozio ha aperto le sue porte ai clienti il 9 maggio con un'area complessiva dedicata agli acquisti di 116 mq. Il periodo di affitto del negozio dura fino al 2019. Il team del luogo, formato da nove impiegati, lavora per offrire ai clienti un'ampia varietà di prodotti pronti ai viaggiatori, prodotti provenienti da marchi internazionali e nazionali.

Le categorie che lo caratterizzano sono: pasticceria, bevande analcoliche, libri e snack, articoli per la cosmesi e la salute, bagagli per viaggiare, valigie, ecc. ■

EMEA: Hudson arriva in Spagna alle Isole Canarie

A novembre 2014, Dufry aprirà nove negozi per un'area complessiva di 1.229 mq nelle Isole Canarie: due a Lanzarote, due a Fuerteventura, quattro a Gran Canaria e uno nel nord di Tenerife Nord. Inoltre questo è il primo passo di Hudson in Spagna. Il Brand Manager dell'area è Luis Padrón, che lavora alla Dufry dal 2008. L'Area Retail Manager è Rafael Lucena, che è alla Dufry dal 2007. ■



Le Isole Canarie, la meta turistica più importante della Spagna, sarà il primo luogo del paese che implementerà il concetto Hudson.

America I: Rafforzare il partenariato con Norwegian Cruise Lines

Tre mesi fa, Dufry ha formato un accordo per rinnovare per almeno 5 anni il partenariato con Norwegian Cruise Lines per gestire i negozi di regali su un totale di 11 navi della Norwegian Cruise Line. L'offerta era per le nove navi esistenti della flotta più un'opportunità di fare un'offerta per le due nuove navi: la NCL Escape e la NCL Bliss, che saranno varate nel 2015 e nel 2017. Entrambi sono "Giganti del mare" – quasi il doppio della capacità di una qualsiasi delle navi esistenti della linea, con

ognuna la possibilità di trasportare più di 4.200 passeggeri. "Vorrei ringraziare tutti coloro che sono stati coinvolti nel processo per il loro prezioso contributo, ha affermato Gary Clarke, DCOO della Flagship business unit 11." Da adesso dobbiamo lavorare duramente per migliorare i servizi per gli ospiti, per portare a termine il nostro piano aziendale, per raggiungere le vendite e i profitti e per far crescere ulteriormente l'azienda."

La Norwegian Cruise Lines è una dei leader sul settore del viaggio in crociera, con 47 anni di esperienza. Lo stile innovativo norvegese combinato con l'eccellenza di Dufry hanno creato un partenariato eccellente che migliorerà sempre di più. I negozi offriranno: tabacchi, profumi/cosmetici, cibo/prodotti confezionati, prodotti vari, elettronica, porcellana e cristalli, prodotti di marca, souvenir e prodotti destinazione, orologi e gioielli, borse, accessori e abbigliamento. ■

Stati Uniti e Canada: Hudson nomina Courtney Thornton VP di Partner Relations & Business Diversity

Courtney Thornton, un avvocato praticante per oltre 20 anni, è stato nominato vice-presidente di Partner Relations & Business Diversity per il gruppo Hudson. Sarà responsabile della gestione delle diversità presso i luoghi Hudson in tutto il paese, incluso l'Airport Concessions Disadvantaged Business Enterprises (ACDBEs).



Courtney Thornton sarà responsabile per la gestione della diversità presso i luoghi di Hudson in tutto il gruppo Hudson.

Courtney giunge alla Hudson dopo 16 anni come In House Counsel al New Orleans Aviation Board (NOAB). Michael R. Mullaney, EVP del gruppo Hudson del Corporate Strategy & Development, ha affermato: "Siamo onorati di dare il benvenuto a un'esperta della statura di Courtney e con la sua esperienza aeroportuale nel team di Hudson. La sua ampia conoscenza sul settore dei regolamenti e della conformità ACDBE fornisce alla nostra azienda esperienza e una guida corretta in un settore della nostra compagnia che è direttamente collegato alla nostra crescita e a un successo a lungo termine."

La Sig.ra Thornton ha aggiunto: "Sono felice di far parte del Gruppo Hudson, che ha un primato degno di nota per quanto riguarda la diversità e l'inclusione in ogni aspetto dell'azienda." ■



Anniversario d'argento



Il gruppo fedele d'impiegati celebra i loro 25 anni nella compagnia.

Sharjah è stato il luogo scelto per celebrare l'anniversario d'argento di un gruppo di impiegati di Dufry: Doris Daniel, Abdul Kader Chontham, María Luisa Aspillera, Juliet Liwag, Victoria Bulahan e Edith Navaro (nella foto precedente) hanno ottenuto il riconoscimento pubblico di questa compagnia.

25 anni come parte di una compagnia è un tempo lungo e merita di essere celebrato. Quindi Dufry ha organizzato una festa a Sharjah per onorare e ringraziare alcuni degli impiegati che hanno fatto parte dell'azienda per un quarto di secolo.

In un'atmosfera rilassata e sostenuti dai loro colleghi, Doris Daniel, Abdul Kader Chontham, María Luisa Aspillera, Juliet Liwag, Victoria Bulahan e Edith Navaro, hanno brindato alla loro storia condivisa e agli anni futuri. ■

Irene Haberthür



Irene Haberthür, Corporate Human Resources Specialist presso la sede centrale Dufry a Basilea, sta celebrando lo straordinario anniversario di 45 anni con Dufry: ha iniziato la sua avventura con l'azienda nel 1969!

Dufry World: Qual è la sua storia con la compagnia?

Sono arrivata a Basilea da Zurigo nel 1969 perché mi ero sposata. Stavo cercando un lavoro e ne ho scelto uno fra tanti. Ho scelto Weitnauer (più tardi Dufry), una compagnia con attività internazionali, poiché corrispondeva alla mia precedente esperienza in una nota catena gastronomica in Svizzera con uno staff proveniente da oltre 20 nazioni, ho iniziato con un contratto di tre anni – che si è esteso a oltre 45 anni. Ho iniziato come segretaria dell'allora direttore HR e l'ho assistito per 22 anni in diversi dipartimenti (HR e Vendite). Dopo ciò, sono diventata l'assistente di altri membri della dirigenza.

Dal 2003, quando la compagnia è diventata Dufry, ho lavorato per gli uffici IT, legale e COO. Poi nel 2007 sono tornata all'HR, il dipartimento che avevo scelto, se così si può dire.

DW: Ha mai cercato altre opportunità?

Sono cresciuta con la compagnia e ho vissuto la sua storia, ho sempre provato la sensazione di essere necessaria e per questo motivo non ho mai cercato altro. Lavorare per Dufry è sempre stata una sfida dolce e amara; ci sono stati grandi cambiamenti all'interno della stessa azienda, soprattutto negli ultimi 15 anni. Ciò mi ha reso interessata e flessibile rispetto ai cambiamenti. Poi la cosa migliore che potesse accadermi: nel 2009, Dufry mi ha offerto l'opportunità di continuare a lavorare part-time dopo il mio pensionamento.

DW: Lavorerà per Dufry anche nei suoi piani futuri?

Certamente. Amo molto il mio lavoro nell'attuale team HR e mi piace tanto lavorare con persone di culture e nazionalità diverse.

DW: Come trascorre il suo tempo libero?

Faccio molto sport per tenermi in forma. Vado in bicicletta e faccio escursioni in mezzo alla natura. Viaggio e faccio molte fotografie e poi creo i miei album fotografici personali con queste immagini, amo il giardinaggio e poi il mio gatto... Ho dimenticato qualcosa? ■



Sotto i riflettori

Rendere ogni viaggio un'esperienza. Insieme.

Sulla base di un corrispettivo di 1.55 miliardi di CHF (1.73 USD), Nuance è la più grande acquisizione nella storia di Dufry. Non solo ciò trasformerà il mercato del commercio della vendita al dettaglio dei prodotti da viaggio, ma unirà insieme il nucleo prezioso di due distinte società e due team straordinari.

Dal 9 settembre, Dufry e Nuance insieme formano la più grande società di vendita al dettaglio di prodotti da viaggio. La nuova Dufry si impegna a portare la vendita di prodotti da viaggio a un livello superiore, guidata dalla visione di essere la compagnia più innovativa e più efficiente del settore. Raccolgere questa sfida significa collaborare con un partner che è "al centro di ogni viaggio", come afferma la presentazione della missione di Dufry.

In quanto ex sesto più grande rivenditore duty-free al mondo, Nuance, con sede a Zurigo, ha operazioni commerciali in 19 paesi e territori, in EMEA, Asia, le Americhe e l'Australia. La fusione con Dufry si tradurrà in oltre 1.700 negozi in più di 63 paesi in tutto il mondo.

La filosofia aziendale di Nuance rivolge la sua attenzione sulla cura particolare per i clienti. La comprensione di Nuance della vendita al dettaglio deve essere una parte indispensabile del viaggio dei clienti, una tappa fondamentale così come destinazione che i clienti cercano quando partono e arrivano. Parallelamente, come contrasto a un mondo in continuo

movimento e sempre mutevole, Nuance crea un partenariato solido e duraturo così come un'esperienza innovativa della vendita al dettaglio leader del settore.

Affrontare il viaggio, trasformare il mondo della vendita al dettaglio di prodotti a viaggio – insieme

Combinando al meglio entrambi i mondi – l'eccellenza del cliente di Nuance e competenza della crescita ed efficienza dell'esecuzione di Dufry – la nuova Dufry darà libero sfogo a un potenziale significativo. "Questa acquisizione è una continuazione della strategia di diversificazione globale che abbiamo comunicato e condotto per molti anni", afferma Julián Díaz, CEO di Dufry.

"Integrare Nuance significa probabilmente combinare la gestione e il personale di entrambe le compagnie. La dimensione di Nuance significa che il processo di integrazione sarà complesso," aggiunge Díaz. "Tuttavia abbiamo una notevole esperienza con le acquisizioni."

Dufry ha preparato un piano di integrazione con la priorità di incorporare le attività di Nuance al modello aziendale di Dufry. "Lavoreremo a stretto contatto con i team locali al fine di catturare il meglio del mondo di Nuance e Dufry," spiega Díaz. "Non ci sono modelli aziendali buoni o cattivi. Ogni modello aziendale si basa proprio su ciò che gli azionisti si aspettano da voi." ■

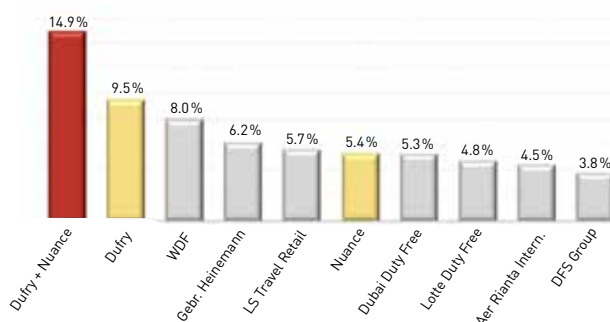




Crescere insieme geograficamente

La presenza geografica di Nuance è complementare alla posizione di Dufry sui mercati strategici chiave. Come conseguenza della transazione, la nuova Dufry emergerà con una posizione leader nel Mediterraneo, in America Latina, nei Caraibi e nel Nord America. Inoltre, l'acquisizione rinforzerà i vari affari dell'azienda in Asia con ubicazioni interessanti che forniranno una base solida per ulteriori crescite in questa importante regione.

La comunità combinata Dufry e Nuance avrà complessivamente oltre 21.500 impiegati. aiuteranno a trasformare insieme il mondo della vendita al dettaglio dei prodotti da viaggio, rendendo indimenticabile viaggio di milioni di viaggiatori. In linea con le parole del famoso filosofo cinese Laozi che "un buon viaggiatore non ha dei progetti fissi e non è intenzionato ad arrivare" conclude Díaz: "Non era in realtà il nostro obiettivo quello di diventare il leader del mercato." Ma porta certamente dei vantaggi. ■



Valutazione del settore della vendita al dettaglio aeroportuale nel 2013 attraverso la quota di mercato

Nuance in breve

- Nuance è una società di vendita al dettaglio di prodotti da viaggio e duty-free che serve oltre 31 milioni di clienti che viaggiano ogni anno
- Nuance gestisce oltre 350 negozi, soprattutto presso gli aeroporti, in 66 luoghi suddivisi in 19 paesi e territori in tutto il mondo con una superficie totale di vendita di 75.000 metri quadrati.
- Nel 2013, Nuance ha generato un fatturato di 2.085 milioni di CHF e un EBITDA di 131 milioni di CHF.
- La società ha sede a Zurigo ed è divisa in Quattro regioni: EMEA, Asia, Americhe e Australia.



Negozio preferito

Hudson atterra in Brasile

Dufry ha introdotto il concetto di prodotti essenziali da viaggio in Brasile con l'apertura, a maggio, di sette negozi a Brasilia, Guarulhos e Natal. Il primo ad essere stato aperto, è stato un negozio di 156 mq presso il Brasilia International Airport. Più tardi altri tre negozi sono stati aperti presso quest'aeroporto: due nella zona partenze e uno presso gli arrivi (area comune).

Anche presso il Natal Airport due negozi Hudson hanno aperto le loro porte a maggio: uno presso gli arrivi e uno nella zona delle partenze, ognuno di 70 mq. Ultimo, ma non per importanza, Dufry ha inaugurato a un negozio di

204 mq presso il Guarulhos Airport, al nuovo Terminal 3 internazionale. Questa è stata la parte iniziale di una forte espansione programmata per i prossimi anni.

Il concetto di Hudson News si concentra sulla vendita al dettaglio di beni da viaggio, dove il comportamento del cliente si basa sull'impulso e la convenienza dell'acquisto. I negozi offrono giornali, riviste e libri, e anche una vasta gamma di prodotti necessari come snack, souvenir, articoli per l'estetica e la salute, abbigliamento, dolci, elettronica e accessori da viaggio. ■