

# DUFRY WORLD

WorldClass.WorldWide.

**RIVISTA  
AZIENDALE**  
NUMERO 29  
Dicembre 2018



**APERTURA DEL NEGOZIO DI NUOVA GENERAZIONE AL T3 DI LONDRA HEATHROW. MAGGIORI INFORMAZIONI SUL NEGOZIO PREFERITO A **PAGINA 20****

 Filiera sostenibile **14**

 Intervista con  
Tobias Meyer **6**

 Forum by Dufry **12**

# Solida generazione di flussi di cassa e risultati resilienti

Nei primi nove mesi del 2018 Dufry ha continuato a crescere e abbiamo registrato risultati positivi. Il nostro fatturato è cresciuto del 4,6% e ha raggiunto 6.560,7 milioni di CHF, con una crescita organica del 3,1%. Mentre la maggior parte delle nostre attività ha mostrato una performance positiva, in tre mercati specifici - Spagna, Brasile e Argentina - abbiamo affrontato qualche difficoltà durante la stagione estiva il che ha condizionato lo sviluppo complessivo della nostra crescita organica.

Nonostante le difficoltà sopra menzionate, siamo riusciti a incrementare ulteriormente il nostro EBITDA, pari a 806,5 milioni di CHF, con un incremento dell'8,5% rispetto allo stesso periodo dello scorso anno, e abbiamo migliorato la nostra redditività operativa portando il nostro margine EBITDA al 12,3%. In positivo, abbiamo inoltre confermato la nostra forte capacità di generazione di cassa: il free cash flow ha raggiunto il livello record di 618,7 milioni di CHF nei nove mesi, con un incremento del 33,1 % rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente.

**Ottimi progressi con il Business Operating Model (BOM).** L'implementazione del nuovo Business Operating Model (BOM) sta procedendo bene e le prime efficienze di 33,0 milioni di CHF si sono concretizzate nei risultati del terzo trimestre più rapidamente del previsto, il che è un segnale molto positivo e sostiene la nostra performance. Attualmente, il BOM è stato lanciato in 46 paesi, 23 dei quali hanno già completato la prima certificazione. E 11 di questi (7 in Africa, Messico, Nicaragua, Australia e Svizzera)



hanno superato brillantemente anche la seconda certificazione. Nonostante questo sviluppo complessivamente positivo, è fondamentale che tutti noi rimaniamo concentrati per completare il processo di implementazione come previsto entro la fine dell'anno.

Al di là della celere realizzazione delle efficienze di cui sopra, il lancio anticipato del BOM sta mettendo Dufry in una posizione più forte e solida e ci rende maggiormente in grado di affrontare situazioni difficili come quelle segnalate nell'ultimo trimestre. Crea inoltre la base su cui possiamo operare come azienda efficiente, indipendente da fattori esterni.

## Espansione continua della struttura e riprogettazione dei negozi

Nei primi nove mesi abbiamo investito considerevolmente nell'ulteriore ampliamento della nostra struttura e nella ristrutturazione di importanti attività, entrambi elementi chiave per la nostra crescita organica. In questo contesto ci sono state aperture per 18.300 m<sup>2</sup>, mentre altri 27.700 m<sup>2</sup> di spazi commerciali sono stati ristrutturati. Tra gli altri, vorrei citare l'apertura dei nostri negozi duty-free presso la stazione ferroviaria ad alta velocità MTR di Hong Kong, nonché i nuovi negozi duty-free aperti all'aeroporto di Perth in Australia. Un'ulteriore traguardo è stato raggiunto con l'inaugurazione ufficiale di ulteriori negozi di nuova generazione situati nel terminal 3 di Heathrow e nel terminal 3 di Cancun, che presentano in modo convincente gli elementi della nostra strategia digitale e offrono ai clienti un'esperienza di acquisto altamente innovativa. Infine, ma non meno importante, nei primi nove mesi abbiamo anche aperto altri 36 negozi nella nostra divisione nordamericana, che include nuovi spazi commerciali negli aeroporti di Boston Logan e Chicago Midway.

## Aumentare il nostro impegno nella Corporate Social Responsibility

La storia chiave di questo numero si concentra sui nostri sforzi per incrementare ulteriormente il nostro impegno di responsabilità sociale d'impresa con nuove collaborazioni a sostegno di iniziative in tutto il mondo, oltre al continuo supporto che forniamo all'iniziativa ONU #YouNeedToKnow. Quest'anno abbiamo deciso di fare un ulteriore passo avanti e di portare i nostri sforzi anche alla nostra catena di fornitura chiedendo ai fornitori di riconoscere il nostro Codice di condotta per i fornitori, che abbiamo sviluppato all'inizio di quest'anno. In una prima fase ci siamo rivolti ai nostri principali fornitori e la stragrande maggioranza ci ha già confermato il loro apprezzamento. Leggete l'articolo completo sulla nostra catena di fornitura.

## Forum - collegare i punti digitali

Forum è il nuovo magazine online di Dufry rivolto ad un pubblico esclusivo, glamour e di fascia alta di viaggiatori. Forum by Dufry si allaccia alle nostre altre iniziative digitali come Red by Dufry e Prenota & Ritira e serve da veicolo di collegamento con i nostri potenziali clienti quando pianificano il loro viaggio e anche prima. Forum aiuta a costruire il desiderio e l'inclinazione a fare acquisti con noi e a cambiare la percezione del cliente e a posizionare i negozi Dufry come il luogo dove trovare le ultime tendenze e lanci per le principali categorie di prodotti; trovate l'indirizzo della rivista online nell'articolo e date un'occhiata. ■

Divisione

## D3 Le nuove boutique delle marche Cartier e Montblanc all'aeroporto internazionale di Shanghai Hongqiao

Dufry, in stretta collaborazione con le prestigiose marche di Cartier e Montblanc, ha aperto in ottobre due boutique di lusso presso l'aeroporto internazionale di Shanghai Hongqiao nell'area partenze.

Con un ingresso ampio e accogliente, la boutique Cartier, situata nel Terminal 2, è la prima ad essere inaugurata con il nuovo concept aeroportuale, che trova un sottile equilibrio tra tradizione e modernità. Gli interni contemporanei con la loro calda tavolozza di colori, mettono in mostra le creazioni della Maison, tra cui gioielli, orologi, accessori e profumi.

La boutique Montblanc Boulevard si trova anch'essa nel Terminal 2 e si presenta nell'attraente Neo Concept. I clienti che visitano il negozio scopriranno l'intera gamma

Montblanc, compresi orologi, articoli per la scrittura, piccoli oggetti di pelletteria e accessori. Aree dedicate sono state assegnate ad ogni categoria di prodotto e i clienti possono rilassarsi e navigare in tutta comodità grazie al personale esperto. Queste boutique uniche completano la nostra forte presenza nel settore del lusso all'interno dell'aeroporto di Shanghai Hongqiao, dove attualmente operiamo con marche come Hermes, Ferragamo, Bally, Zegna, Shang Xia e Versace. ■

### Chi siamo

**Editore:** DUFYR AG, Brunngässlein 12, 4010 Basel, Svizzera  
**Team editoriale sede centrale:** Julián Díaz, José Antonio Gea, Andreas Schneider, Javier González, Jordi Martín-Consuegra, Salvatore Arico, Renzo Radice, Jorge Muñoz, Lubna Haj Issa  
**Design, stesura testi e coordinamento di processo:** Match Communications, Zurique **Produzione:** Match Communications, Zurigo e x-site, Basilea **Lingue pubblicate:** inglese, francese, italiano, portoghese e spagnolo

emagazine.dufry.com  
 dufry.com

Cari colleghi, non esitate a inviarci le **vostre storie, notizie e ogni altro contributo** a l'indirizzo **suggestions@dufry.com** in modo che possiamo creare ancora di più una rivista da parte dei dipendenti per i dipendenti.

Divisione **3, 10, 13, 17**

Persone **6**

WorldClass **12**

Sotto i riflettori **14**

Negozi preferito **20**

## HQ National Future Day 2018

Di Sultan Gürsoy

Il National Future Day 2018 si è svolto l'8 novembre 2018 presso la sede centrale di Dufry a Basilea, Svizzera. Il team delle Risorse Umane ha accolto alunni delle scuole medie, di età compresa tra gli 11 e i 13 anni, che hanno accompagnato i genitori al lavoro.

Il National Future Day è un'iniziativa a livello nazionale che si svolge da molti anni in Svizzera e ha lo scopo di promuovere una prospettiva professionale e una pianificazione della vita per ragazze e ragazzi, indipendentemente dal sesso. L'esperienza delle diverse possibilità professionali disponibili presso la sede centrale di Dufry, oltre a consentire l'esplorazione dei diversi percorsi professionali a loro disposizione, offre ai giovani studenti una visione preziosa e stimolante.

I ragazzi hanno avuto l'opportunità di vedere dietro le quinte l'azienda del travel retail e di approfondire la conoscenza di Dufry e di alcuni dei suoi reparti come il Category Management, l'Information Technology, il Trade e

Digital Marketing e la Supply Chain. I rispettivi team hanno presentato il loro lavoro quotidiano ai giovani visitatori, ai quali è stata data anche l'opportunità di svolgere alcuni piccoli compiti. Dopo un pranzo tutti insieme, hanno potuto continuare ad aiutare i genitori in ufficio.

L'evento è stato un grande successo e i bambini hanno avuto una giornata emozionante e informativa presso la sede centrale di Dufry. ■



Philippe Moryl, Global Category Management Head Confectionary, Food, Souvenirs & Toys presenta il suo lavoro quotidiano agli alunni della scuola.



I bambini hanno avuto l'opportunità di sperimentare sui tablet gli strumenti digitali che Dufry offre.



Sultan Gürsoy (a sinistra), HQ e Global Functions Human Resources Assistant, che è stato il responsabile dell'attuazione del National Future Day con i giovani partecipanti.

## D3 Inaugurazione di nuovi negozi all'aeroporto di Belgrado

L'8 ottobre 2018 Dufry Belgrado ha festeggiato l'inaugurazione di due nuovi negozi e di una caffetteria all'aeroporto Nikola Tesla. Simo Carevic, Country General Manager Serbia, e Sasa Vlasisavljevic, CEO e General Director dell'aeroporto Nikola Tesla, hanno inaugurato i nuovi negozi duty-free.



Simo Carevic, Country General Manager Serbia (a sinistra), e Sasa Vlasisavljevic, CEO e General Director dell'aeroporto Nikola Tesla (a destra), hanno inaugurato i nuovi negozi duty-free.

Il negozio principale situato nel Terminal 1 è l'esclusivo negozio duty-free nel nuovo terminal dell'aeroporto di Belgrado. I viaggiatori troveranno un assortimento di prodotti di bellezza, alcolici e dolci, nonché autentici souvenir serbi. Accanto al negozio principale e alla sala fumatori, i passeggeri possono concedersi una pausa di relax nella caffetteria "Pamaro" che offre una vasta gamma di cibi e bevande. È stato aperto un negozio Last Minute nell'ala C, l'unico nel suo genere in aeroporto, che offrirà ai clienti tutte le categorie principali.



Il team Dufry insieme ai rappresentanti dell'aeroporto Nikola Tesla in occasione dell'inaugurazione.

È stato creato un ambiente di shopping contemporaneo e di livello mondiale con una collezione di marche internazionali e prodotti locali, al fine di aumentare ulteriormente la crescita delle vendite e la soddisfazione dei clienti e di contribuire a rafforzare la posizione di Dufry come il più grande travel retailer in Serbia. ■

## D2 The Glenlivet: l'esclusiva Single Cask Edition

L'ultima rara edizione in botte singola di rovere americano di The Glenlivet, la Single Cask Edition, è stata lanciata a settembre nel quinto negozio di nuova generazione di Dufry presso il Terminal 3 dell'aeroporto London Heathrow e nei negozi World of Whiskies di Heathrow. Destinato ad essere un oggetto ambito dai collezionisti, sono disponibili solo 222 bottiglie di questo single malt di Speyside. Selezionata a mano da una singola botte di rovere americano di primo riempimento dal team di esperti artigiani di The Glenlivet, la Single Cask Edition è un omaggio al ricco patrimonio di esperienze e competenze di The Glenlivet. Non ci sono mai due botti uguali e il risultato è un'esperienza di degustazione rara e particolare. Ogni Single Cask Edition è numerata singolarmente e presentata in una scatola di legno artigianale per riecheggiare l'artigianalità che si ritrova nel whisky all'interno. ■

## D2 Most Outstanding Global Travel Retailer

Dufry è stato riconosciuto come "Most Outstanding Global Travel Retailer - Europe" nell'edizione 2018 dei Global Excellence Awards organizzati dalla rivista Acquisition International (AI). Questi premi sono stati lanciati per riconoscere e premiare sia le aziende che i singoli individui il cui impegno per prestazioni eccellenti e durature li ha visti leader non solo nel proprio settore o industria, ma in tutto lo scenario aziendale globale. Attraverso questi premi, AI Magazine presenta le aziende che dimostrano innovazione, crescita e miglioramento continuo, oltrepassando al contempo i limiti di ciò che in precedenza si riteneva possibile, per i colleghi del loro settore. I vincitori sono selezionati in base ad un rigoroso processo di valutazione da parte degli specialisti della rivista AI e i vincitori del premio sono scelti esclusivamente in base al merito e alla performance aziendale o individuale degli ultimi 12 mesi. ■



Solo 222 bottiglie sono disponibili e saranno vendute nei principali negozi World Duty Free e World of Whiskies in tutti i terminali di Heathrow.

# Meglio chiamare Tobias

**In questo numero di Dufry World conosceremo Tobias Meyer, General Counsel Corporate & Chief Compliance Officer di Dufry. Con un fantastico bagaglio culturale, tra cui l'aver frequentato la Scuola Ufficiali dell'esercito svizzero, Tobias dirige la funzione di compliance di Dufry e si occupa di tenere gli affari e i dipendenti di Dufry "fuori dai guai"; cosa che non è riuscito a fare per sé, quando non ha scollegato l'allarme antifurto dell'ufficio di Miami, quando è andato lì per una videochiamata mattutina con Basilea! Ne riparleremo più avanti!**

Di Jorge Muñoz

**Molto è cambiato nell'azienda e nel settore in generale da quando sei entrato in Dufry nel 2011... Quali sono i tuoi momenti salienti dopo questi anni?**

Ci sono stati tantissimi momenti importanti. Un di questi momenti che ancora oggi continua è sicuramente quello di aver fatto parte dello sviluppo dell'Ufficio legale in questi ultimi anni: abbiamo costruito un team per stare al passo con la rapida crescita dell'azienda e delle sue esigenze e allo stesso tempo abbiamo avuto e abbiamo l'ambizione di servire meglio i nostri clienti ogni anno. Si tratta di una sfida quotidiana e continua e al tempo stesso di una fase importante.

Ho avuto anche la fortuna di lavorare sulla sequenza di acquisizioni che abbiamo fatto, tutte con le loro sfide. Se dovessi sceglierne una in particolare, sarebbe sicuramente l'acquisizione del World Duty Free Group, non solo perché è stata la più importante, ma anche perché per me si è chiuso un ciclo personale: nel 2007 lavoravo in uno studio legale svizzero per Dufry come avvocato esterno e ho trascorso un paio di "notti" sulla candidatura di Dufry al business del duty free inglese. Non l'abbiamo vinto allora, quindi chiudere l'accordo nel 2014 è stato molto soddisfacente.

Infine, ma non meno importante, mi sono innamorato in Dufry e ora sono felicemente sposato con una ex collega. Quindi, tante ragioni per essere grati, davvero!

**Ultimamente sei stato nominato Chief Compliance Officer. Per quelli di noi che non sono così addentro al mondo legale... cos'è la "compliance" e perché è così importante ultimamente?**

Compliance è un neologismo recente. Il numero di norme e regolamenti che le aziende devono rispettare aumenta ogni anno, come pure l'azione esecutiva delle autorità di regolamentazione: di conseguenza, si può leggere quasi quotidianamente sui giornali di violazioni e multe imposte alle aziende. La compliance è un insieme di politiche, controlli e attività di formazione volti a tenerci al riparo da violazioni normative e legali. Riguarda, tra l'altro, la lotta alla corruzione, le norme sulla privacy dei



Tobias Meyer, General Counsel Corporate & Chief Compliance Officer, ha una vita emozionante e stimolante da Dufry.

dati, nonché un luogo di lavoro con pari opportunità e senza molestie. Colgo l'occasione per fare riferimento ad un video di recente pubblicazione che riassume la funzione della compliance di Dufry che si può vedere sul Dufry Gate nella sezione "Compliance" oppure si può semplicemente cliccare sul link [qui](#).

**La compliance è un nuovo termine per burocrazia? In che modo le aziende come Dufry possono beneficiare di questa funzione?**

Credo che si parli di burocrazia quando l'azione di un'organizzazione è ostacolata dall'insistenza su procedure inutili. Questo potrebbe essere il caso di alcune organizzazioni, ma di certo non ha a che fare con la compliance di Dufry. Lo scopo del programma di compliance di Dufry è quello di tenere ogni dipendente e Dufry stesso fuori dai guai e di garantire un ambiente di lavoro equo e rispettoso. Credo che abbiamo trovato soluzioni pragmatiche ma efficaci per Dufry e che abbiamo trovato il giusto equilibrio. Se posso fare un paragone con il calcio, la compliance è parte della difesa di una squadra, non segna alcun gol (cioè non aumenta le vendite), ma aiuta ad evitare gol contro di noi (come multe, perdita di punti vendita in franchising per non conformità, ecc.).

**Credo che tutti comprendiamo che ogni paese ha il proprio microcosmo giuridico. Diversi quadri giuridici, leggi, ecc. che aggiungono molti livelli di complessità alla gestione della tua area di responsabilità. Cosa rende l'ufficio legale veramente globale?**

Questa è una delle parti più affascinanti del nostro lavoro: essenzialmente diamo consulenza sulle leggi di più di 60 diverse giurisdizioni. Per affrontare questa sfida, un team eterogeneo è fondamentale. Il nostro ufficio è composto da avvocati di 16 diverse nazionalità in 10 città (con sede a Miami, che a sua volta è un melting pot) e forniamo consulenza in 9 lingue a livello professionale. Ancora più importanti, a mio avviso, sono le "soft skills", cioè una mentalità culturalmente sensibile con la curiosità e la volontà di comprendere a fondo le particolarità di una giurisdizione e di una cultura straniera. Richiede un po' di umiltà. Oltre al nostro team interno, nel corso degli anni abbiamo anche sviluppato una solida rete di studi legali esterni in tutto il mondo, che comprendono il nostro settore e le nostre specifiche esigenze. In alcune giurisdizioni è stato ed è piuttosto difficile trovare una consulenza affidabile.

**Dove vedi l'Ufficio legale e di governance tra cinque anni?**

Già oggi siamo responsabili di oltre 1.000 contratti di concessione, più di 700 contenziosi pendenti, circa 400 filiali, più di 1.000 registrazioni di marchi e più di 1.000 contratti e altri documenti legali che vengono rivisti e firmati ogni anno. Credo che Dufry continuerà a crescere, così come questi numeri e la complessità per gestire adeguatamente le questioni giuridiche. Stiamo affrontando la questione attraverso la tecnologia e vorremmo automatizzare e standardizzare ulteriormente il nostro processo di lavoro. Numerose iniziative digitali sono già in atto o in corso di realizzazione, come il software per la firma elettronica, la fatturazione elettronica e il live-tracking delle spese legali, un sofisticato sistema di gestione dei documenti e un gran numero di accordi e liste di controllo standardizzati. Anche se è "difficile fare previsioni, soprattutto per il futuro", credo che l'uso della tecnologia ci farà progredire ulteriormente e renderà il nostro processo di lavoro più facile e veloce.

**Hai studiato a Berkeley, nelle università di San Gallo, Zurigo e Budapest... e hai anche frequentato la Scuola Ufficiali dell'esercito svizzero! C'è qualcosa che hai imparato alla Scuola Ufficiali che ti è stato utile per progredire nella tua carriera?**

L'esercito è un po' un ambiente speciale, ma due esperienze mi hanno sicuramente aiutato in seguito: in primo luogo, l'opportunità di comandare le persone in giovane età. Ho commesso alcuni errori di leadership quando ho comandato il mio plotone da cui ho imparato. L'altro è una certa resilienza e sicurezza in situazioni difficili: in alcune manovre si è responsabili senza quasi aver dormito per un certo numero di giorni e ci si rende conto che questo, pur essendo molto impegnativo, non è la fine del mondo! Una maratona notturna di lavoro per un'operazione di M&A mi ha lasciato in seguito piuttosto indenne. Probabilmente non è necessario entrare nell'esercito per scoprirlo, ma nel mio caso è stata una delle cose da ricordare.

**Qual è stata la situazione più insolita che hai vissuto durante il tuo periodo trascorso con Dufry?**

Una volta avevo una videoconferenza la mattina presto nell'ufficio di Miami. Quando sono arrivato in ufficio (che si trova nello stesso edificio del magazzino) non ho disattivato correttamente il sistema di allarme, cosa di cui purtroppo non mi sono reso conto! Quindi poco dopo un minuto dall'inizio della videoconferenza è scattato l'allarme. Non sono riuscito a fermarlo e subito è arrivata la polizia, convinti che fossi uno scassinatore, che rubava la merce dal magazzino e volevano arrestarmi! Mi ci è voluto un bel po' di tempo per convincerli. Gli altri partecipanti della videoconferenza, Xavier Rossinyol e credo anche Luis Marin, si sono molto divertiti per lo spettacolo! ■

## IN UN MINUTO:

**Un piatto:** Spezzatino di vitello alla Zurighese. Un modo simpatico per dire: frittelle di patate e carne di vitello tritata, un piatto svizzero molto tradizionale che non trovo negli Stati Uniti.

**Un libro:** "Grazie per essere arrivato tardi" di Thomas Friedman

**Una città:** San Francisco

**Un film:** "Codice d'onore", un dramma legale con Jack Nicholson e Tom Cruise.

**Un hobby:** Collezione vecchi manifesti di viaggio. Alcuni sono appesi nel nostro ufficio di Miami; se mai verrai a Miami, ti faccio fare volentieri un breve tour.

**Un leader:** Winston Churchill

Wall of Fame



**Matilde Ramirez**  
Country Tax Specialist  
(Spagna)

Se conosceste Matilde, vorreste sicuramente che vi comprasse il prossimo biglietto della lotteria. Matilde vanta una lunga tradizione di lotterie vinte nell'ufficio di Madrid! Ma lei è in questa edizione della Wall of Fame di Dufry per una ragione diversa: la sua dedizione per le buone cause. Ha trascorso gli ultimi tre mesi organizzando un evento di paddle per raccogliere fondi per il progetto M1, un programma di ricerca dell'Organizzazione spagnola per la sclerosi multipla. E quando metti tanta passione come lei, niente può andare storto! La prima edizione di questo Torneo di beneficenza di paddle è stata un successo a tutti gli effetti: ha ricevuto la copertura mediatica della TV locale e della stampa nazionale e ha coinvolto oltre 150 partecipanti, oltre a molti altri che sono arrivati per vedere il torneo. Sono stati raccolti i fondi necessari per questa organizzazione benefica che, sì, in qualche modo ha vinto la lotteria con Matilde!



**Evangelos Vourdougiannis**  
Cashier - Sales  
Professional  
Evzoni BS (Grecia)

Evangelos lavora per la nostra azienda dal 2014. In passato, però, è stato un calciatore professionista, avendo fatto parte per molti anni del campionato professionistico del suo paese. Risulta evidente che la mentalità agonistica e lo spirito di squadra che lo sport gli ha insegnato, sono stati messi in pratica nel suo successivo percorso professionale. Domenica 14 ottobre, Evangelos ha partecipato ad una partita amichevole organizzata dal team di Naoussa a sostegno del veterano calciatore internazionale Nikos Kizeridis, affetto da una grave malattia. "Quando il team di Naoussa mi ha suggerito di unirmi a loro, non ho esitato a dire di sì! Noi atleti - attivi e veterani - dovremmo dare l'esempio per dimostrare come possiamo aiutare e sostenere il nostro prossimo". Non è la prima volta che risponde positivamente ad una richiesta di aiuto, né sarà l'ultima. Concentrarsi sulle Nostre Persone! è un valore fondamentale della nostra azienda. E sembra che sia anche uno dei valori di Evangelos...

**Natasha Ghafur**  
Country Retail  
Project Manager  
(Regno Unito)



Natasha dovrebbe essere orgogliosa di essere la nostra dipendente che ha raggiunto le più alte quote... per lo meno quando si tratta di altitudine! Lo scorso ottobre ha preso un volo da Londra a Kathmandu e poi un piccolo volo interno per Lukla, atterrando all'aeroporto Tenzing-Hillary. Si tratta di una piccola pista d'atterraggio che è la porta d'ingresso alla regione dell'Everest che merita una googlata, allora capirete come non sia stata d'aiuto con la sua nota paura di volare! Una volta atterrata lì, ha avuto inizio il lavoro difficile, con 14 giorni consecutivi di cammino di circa 8 ore al giorno fino al campo base dell'Everest e poi sul Kala Pattar, raggiungendo i 5.545 m. Accamparsi lungo il percorso è stato probabilmente uno dei problemi più difficili da affrontare, dato che le temperature notturne arrivavano fino a -15... tutti i giorni! E comunque tutto questo non poteva competere con l'emozione di realizzare un sogno! Natasha ha pianificato e si è preparata per questo viaggio per mesi e, condividendo questo progetto con amici e colleghi, ha raccolto oltre 1.400 sterline per McMillian Cancer Support, una ONG britannica!

**Mónica Saura**  
Global Retail  
Operations Analyst  
(Spagna)



La storia di Monica è un esempio di una carriera spinta dalla dedizione e dalla passione. Ha iniziato la sua carriera con noi come assistente alle vendite in World Duty Free in Spagna nel 2006. Subito dopo è stata Supervisor e Customer Service Manager, guidando l'implementazione delle migliori pratiche di customer service in Spagna. Ha partecipato alla definizione della visione del cliente e dei principi guida di Dufry integrati nel progetto ONEDUFY. Nel gennaio 2016 Monica è entrata a far parte del team operativo Global Retail ed è di supporto alle attività su tutta la rete geografica di Dufry nel loro percorso per implementare il BOM. Per tutti noi, è un grande esempio di una persona che ha iniziato in prima linea e che ora sta condividendo le conoscenze e il know-how acquisito per ispirare altri colleghi: guardate questo spazio perché ci siano più persone come Monica in futuro!

Wall of Fame



**Yakima Selph**  
Assistant General Manager  
Aeroporto internazionale di  
Myrtle Beach (USA)

Conosciuta come Keiz dai suoi amici e colleghi, Yakima Selph è diventata uno dei membri più preziosi del team Hudson Group a Myrtle Beach quando l'uragano Florence ha colpito la Carolina a settembre, lasciando migliaia di persone bloccate senza energia e senza un tetto. Durante l'impatto della tempesta, Keiz ha ricevuto una chiamata che un Supervisor era bloccato in una stazione di servizio e aveva in programma di dormire nella sua auto per la notte, perché la strada su cui stava guidando era chiusa a causa delle forti inondazioni. Keiz sapeva che la cosa non era una buona idea, e ha passato le ore successive a chiamare gli hotel della zona, il 911 e le stazioni di polizia vicine per vedere se qualcuno poteva aiutarlo, ma senza riuscirci. Alla fine è riuscita a mettersi in contatto con il capo dei vigili del fuoco della città, che ha fornito al nostro Supervisor le indicazioni per le strade non allagate, conducendolo infine ad un rifugio nelle vicinanze dove ha trascorso la notte. Siamo così felici di avere persone come te nella famiglia del Gruppo Hudson, Keiz!



**William Coats**  
Operations General  
Manager  
Zurigo (Svizzera)

Nella sua ricerca di un settore con un maggiore contatto con i clienti, William ha iniziato il suo viaggio con Dufry nel 2014 come Country Finance Manager. Ma quando ha lasciato l'azienda chimica con cui aveva lavorato per anni per entrare nel settore delle vendite al dettaglio, non poteva aspettarsi di essere coinvolto in "un ambiente pieno di opportunità professionali e personali quasi infinite" come descrive questi quattro anni a Dufry. Dalla conduzione di processi di integrazione chiave e progetti di sviluppo aziendale, alla gestione delle esigenze quotidiane di un'attività, William è sempre stato all'altezza delle sfide!

Nel maggio 2017 ne ha colto una speciale, assumendo il ruolo di Operations General Manager nella gestione dell'aeroporto di Zurigo. Ha fatto parte del team che ha lavorato alacremente con l'aeroporto di Zurigo per le trattative per la proroga a lungo termine del contratto, che comprendeva un progetto

commerciale innovativo e l'ambizioso rinnovamento dei nostri negozi in questo aeroporto, compresa l'apertura di quattro Negozi di nuova generazione (due alle partenze e due agli arrivi). Uno sforzo faticoso ma molto gratificante, dove William ha avuto la possibilità di lavorare fianco a fianco con un grande team di professionisti. In qualità di Operations General Manager ha guidato il suo team e il rapporto con l'aeroporto sempre con un occhio di riguardo ai numeri e alle persone, oltre a mettere al primo posto l'azienda; ma più in generale come una grande famiglia dove l'opinione di tutti è rispettata e il dialogo congiunto è la chiave per il successo futuro. Il viaggio si è concluso nel luglio di quest'anno, quando William ha ripreso un lavoro part-time nel reparto contabilità, il che gli permette di avere il tempo necessario per altri progetti al di fuori del lavoro, che lo appassionano.

**Dimitrios Logaras Graikousis**  
Sales assistant  
Madrid (Spagna)



"Quello che non ti uccide ti rende più forte". Questo non è un tormentone di Dimitrios o Dimitris, come la maggior parte dei suoi colleghi chiamano uno dei nostri addetti alle vendite a Madrid, che non è né una ex star del calcio né un talento locale. Tuttavia, la storia di Dimitri è una storia di successo personale e merita un po' di spazio in questa Wall of Fame. Subito dopo aver superato un attacco di cuore, gli è stata diagnosticata quella terribile malattia che, per mancanza di consapevolezza, paura o solo per sentirsi al sicuro, nessuno vuole nominare. La vita stava mettendo di nuovo alla prova Dimitris.

Lungi dal rinunciare e gettare la spugna, la determinazione e la fede di Dimitri lo hanno spinto ad andare avanti ed è stato una vera ispirazione per il resto dello staff dell'aeroporto di Madrid. Il lavoro stesso e il team sono stati una grande risorsa e supporto e Dimitri è molto grato all'azienda e al team. Li ha ripagati con dedizione, determinazione e duro lavoro, anche se doveva essere in aeroporto alle 4.30 per l'apertura del negozio. Tutti gli sforzi e l'impegno di Dimitri hanno indubbiamente contribuito a creare un ottimo posto in cui lavorare e fare acquisti a Madrid.

## Wall of Fame



**Dori Dozier**  
Systems Administrator  
Information  
Technology  
(USA)

Dori è un collega che offre sempre un servizio con un sorriso. Nel corso del periodo di permanenza in Dufry, ha trascorso una meravigliosa avventura! Il suo viaggio è iniziato nell'aprile 2014 con il gruppo Hudson dove ha lavorato all'inizio come collaboratore temporaneo con il gruppo di Information Technology. Con l'aiuto dei suoi 'compagni' (colleghi) dell'azienda, ha sviluppato i suoi punti di forza, ha acquisito conoscenze chiave su tutte le varie discipline, ed è cresciuto nel suo ruolo di System Administrator, nell'informatica. In questo modo si è meritato un viaggio all'Annual Vendor Show and Management Seminar del Gruppo Hudson nel dicembre 2017 per supportare il team di Corporate Communications non solo nell'organizzazione dell'evento dal punto di vista tecnologico, ma anche nel fornire un supporto. Svolgere un ruolo di così alto profilo in questa grande impresa è stato un enorme incentivo alla fiducia e ha ulteriormente sviluppato l'attuale e profondo impegno di Dori nel suo ruolo. Quando non risolve le situazioni (un disco rigido rotto alla volta), Dori armeggia con la tecnologia in altri modi, giocando a "Mr. Fix It" sia in ufficio che a casa. E sebbene sia responsabile dei sistemi delle divisioni con sede in Nord America, il suo cuore appartiene al selvaggio

West. John Wayne è il suo eroe! Dori è una risorsa insostituibile per il nostro team!

**Ana Zambrano**  
General Manager  
Aeroporto internazionale  
di Myrtle Beach (USA)



Sapendo che l'uragano Florence era stato considerato una tempesta di categoria 4 prima di approdare sulla costa orientale a settembre, Ana Zambrano ha adottato misure preventive per garantire che i membri del suo team di Myrtle Beach fossero al sicuro e informati. Non solo è rimasta in costante contatto con i sei membri del team che non stavano evacuando le loro case, ma ha anche fatto in modo che i pallet d'acqua fossero in attesa all'aeroporto quando i membri del suo team sono tornati, dato che tutti i negozi ne erano rimasti privi. Il North American Support Center ha istituito una linea telefonica diretta per garantire che tutto il personale fosse informato, e quando Ana ha ricevuto notizia che uno dei membri del suo team era diabetico e a corto di medicine, ha lavorato con il nostro team HR per assicurarsi che fosse in contatto con un medico per ottenere i farmaci necessari. È chiaro che Ana è un esempio ed è una vera incarnazione dei nostri valori fondamentali. Siamo davvero orgogliosi!

## Divisione

## HQ Dufry vince il premio come miglior retailer ai Sunglasses Awards

In occasione del decimo anniversario dell'annuale Sunglasses Workshop & Awards tenutosi a Cannes durante la fiera TWFA in ottobre, Dufry ha ottenuto il primo premio come miglior retailer, in un concorso che ha registrato il record di partecipazione. Dufry ha vinto nella categoria "Rivenditore di occhiali da sole dell'anno (oltre 2 miliardi di dollari)". Il team Dufry, guidato da Manuela Facheris, Global Category Management Director for Fashion and

Luxury, ha ricevuto il premio "Sunglasses Retailer of the Year" durante una cerimonia di premiazione, sponsorizzata e giudicata dai principali fornitori di occhiali da sole De Rigo, Essilor, Kering Eyewear, Luxottica, Marchon, Marcolin, Maui Jim e Safilo. Quest'anno, i vincitori del 2017 non hanno potuto partecipare alla stessa categoria di premi, ma sono stati invitati a passare il testimone ai vincitori del 2018. In generale, nell'ultimo decennio gli occhiali da sole sono diventati una componente chiave del segmento moda e accessori. La categoria degli occhiali da sole è cresciuta negli ultimi tre anni consecutivi nel settore del travel retail. ■

## 2 milioni di sterline per One Water

**Nel mondo ci sono ancora 884 milioni di persone che non hanno accesso ad acqua potabile sicura e oltre 2 milioni di persone muoiono ogni anno per malattie trasmesse dall'acqua. One è una marca di bevande etiche rivoluzionarie che finanzia progetti sostenibili per l'acqua pulita in alcune delle comunità più povere del mondo. World Duty Free ha venduto One Water nei propri negozi nel Regno Unito dal 2007 e una parte del denaro di ogni bottiglia d'acqua venduta va a finanziare il lavoro fondamentale della One Foundation.**

### Di Ema Murphy

Nell'agosto 2018, World Duty Free ha raggiunto lo straordinario traguardo di raccogliere 2 milioni di sterline dalle vendite di One Water nei propri negozi. Nel corso degli anni, i dipendenti di World Duty Free sono stati selezionati per un viaggio in Malawi nell'ambito di un programma di incentivazione del personale per premiare i negozi che hanno mostrato la maggiore crescita in termini di vendite. I dipendenti selezionati per il viaggio sono dei veri sostenitori della marca, e i viaggi sono un'occasione per loro di vedere il lavoro che One Water ha fatto. I viaggi in Africa sono un ottimo modo per continuare ad ispirare il nostro personale ad essere coinvolto e a sostenere One Water.

Dopo aver raccolto oltre 17,4 milioni di sterline, One Water punta ora a raccogliere 20 milioni di sterline entro il 2020 e World Duty Free ha promesso di continuare a sostenere il progetto e si è impegnata a raccogliere altre 250.000 sterline entro il 2020. Come negli anni precedenti e per celebrare il loro nuovo obiettivo di raccolta fondi, One Water ha avuto uno stand al recente Liquor and Confectionery Roadshow di World Duty Free. Organizzati annualmente negli aeroporti di Manchester e Heathrow, si tratta di eventi di apprendimento e sviluppo in cui 21-26 marche hanno l'opportunità di confrontarsi con circa 450 dipendenti. Con partecipanti da ogni aeroporto del Regno Unito, questa è un'eccellente esposizione per le marche per mostrare le merci attuali e prioritarie e le novità per il prossimo anno. Per sensibilizzare e sostenere questo nuovo obiettivo di raccolta fondi, One Water aveva in mostra un grande pannello su cui i dipendenti sono stati invitati ad attaccare 'farfalle' su una pompa dell'acqua. Le farfalle sono state personalizzate con messaggi di supporto a One Water e questo non solo ha incoraggiato i dipendenti ad interagire con la marca, ma anche a garantire il loro sostegno personale per raggiungere il nuovo obiettivo di donazione. È stata una grande opportunità per One Water di incontrare i nostri dipendenti, informarli sulla marca e ribadire i loro obiettivi. La marca ha beneficiato enormemente del Roadshow, soprattutto perché ha potuto comunicare il

nuovo obiettivo direttamente ai dipendenti facendogli capire come possono aiutare a raggiungere l'obiettivo di One Water in negozio. Inoltre, i partecipanti hanno avuto un VIP presente ai Roadshow, in quanto il fondatore di The One Brand, Duncan Goose, ha tenuto un discorso e ha mostrato un cortometraggio per congratularsi e ringraziare il personale per il duro lavoro svolto per raggiungere l'obiettivo e per aver raccolto così tanti fondi fino ad oggi. One Water è un ottimo esempio di come le marche possano utilizzare opportunità come il Liquor and Confectionery Roadshow per rafforzare la partnership e il coinvolgimento nei punti vendita. World Duty Free è entusiasta di continuare a sostenere questa valida causa. ■



I viaggi in Malawi fanno parte di un incentivo per il personale a testimoniare gli sforzi di One Water.



#DutyFreeNomad  
FORUM by DUFY

## Lasciatevi ispirare – Forum by Dufry

Anche se fa parte del nostro gruppo da qualche mese e chiunque può visitare il sito web, Forum by Dufry vedrà il suo esordio ufficiale il 15 dicembre. Concepito come una piattaforma online innovativa e dinamica rivolta ad un pubblico esclusivo, glamour e di fascia alta di viaggiatori, Forum by Dufry è il nostro nuovo magazine online. È stato creato come veicolo di collegamento con i nostri potenziali clienti quando pianificano il loro viaggio e anche prima.

Il lancio di Forum by Dufry si basa sul nostro obiettivo di rendere lo shopping in aeroporto un'esperienza speciale e coinvolgente ed è strettamente legato ad altre iniziative come Red by Dufry, Prenota & Ritira e all'intera strategia digitale che stiamo implementando.

### Cosa posso trovare su Forum by Dufry?

In poche parole, ispirazione per il tuo prossimo viaggio: prodotti nuovi ed esclusivi, storie di celebrità e influencer, esperienze fantastiche in-store, attivazioni di negozi... l'idea migliore è quella di passare un po' di tempo a consultare il Forum per sé stessi visitando <https://forum.shopdutyfree.com> dove si possono trovare:

- **Una vetrina unica** dove le migliori marche presentano prodotti esclusivi e nuovi che si possono trovare solo nei negozi duty free.
- **Brand Stories**, uno spazio per scoprire la storia di ogni marca in modo coinvolgente e dinamico e per conoscere gli ultimi lanci e informazioni dettagliate sugli altri prodotti.

- **Cosa dicono gli esperti della marca:** la voce e le raccomandazioni di celebrità e influencer di tutto il mondo
- **Servizi speciali**, compresi Prenota & Ritira e RED by Dufry e i benefici associati a questi servizi.
- **Travel & Lifestyle:** Una rete di persone che la pensano allo stesso modo, accomunate dal desiderio di sperimentare nell'ambito della moda, del lusso, dei viaggi e della bellezza in modo contemporaneo e interattivo.

### Perché Forum by Dufry?

Per capire un po' il contesto e da dove è nata questa iniziativa, dobbiamo rileggere l'intervista di Javier González nel Dufry World 26, quando ha presentato la strategia digitale di Dufry e come stiamo ottimizzando le nostre capacità di e-commerce. Sì, sappiamo che Forum by Dufry non è un sito web di vendita pura. Tuttavia, ha un ruolo importante all'interno della nostra strategia. Con Forum by Dufry iniziamo a dialogare con il cliente prima che arrivi in aeroporto. Mettendo in evidenza ciò che si

può trovare nei nostri negozi, raggiungiamo due obiettivi: da un lato, costruiamo il desiderio e l'inclinazione a fare acquisti da noi, mostrando ai viaggiatori ciò che possono trovare nella loro prossima visita a un negozio Dufry. E, cosa ancora più importante, possiamo cambiare la percezione del cliente e posizionare i negozi Dufry come il luogo dove trovare le ultime tendenze e lanci per le principali categorie di prodotti. Forum by Dufry non pretende di essere il prossimo Harper's Bazaar! Tuttavia, se Harper's fu la prima rivista di moda al mondo quando fece il suo debutto nel 1867 e da allora ha sempre ispirato "le donne che sono le prime ad acquistare il meglio, dal casual alla couture", come hanno affermato i suoi redattori, Forum si impegna a seguire un percorso simile, fungendo da ispirazione per i molti viaggiatori dello shopping che passano per i nostri negozi.

### Non solo per i clienti finali

Basta scorrere alcune pagine del Forum by Dufry per capire che questa iniziativa è stata accolta molto bene dai nostri brand partner. In Forum by Dufry vedono una straordinaria opportunità di confrontarsi con una delle nicchie di clienti più interessanti, i viaggiatori, e una

piattaforma per posizionarsi in un ambiente molto stimolante e ambizioso.

### Unendo i puntini

Il passo successivo è quello di rendere Forum by Dufry il luogo dove i viaggiatori trovano i prodotti più trendy, più nuovi ed esclusivi, insieme a consigli di viaggio e storie di celebrità in maniera sistematica. Ciò contribuirà ad avvicinare i clienti potenziali a Dufry e ad influire in modo duraturo sulla percezione che i clienti hanno degli acquisti duty free. Forum by Dufry è integrato nell'applicazione RED by Dufry e viene comunicato ai clienti Dufry nelle e-mail RED by Dufry. Viene anche promosso sui siti web di Prenota & Ritira in modo che le persone possano conoscere meglio i prodotti che sono interessate ad acquistare. Forum by Dufry viene diffuso attraverso i social media, in quanto i contenuti del Forum possono ora essere utilizzati attraverso le diverse piattaforme di comunicazione esistenti in Dufry. Nel mese di dicembre, puntiamo ad aumentare la portata e la visibilità di Forum by Dufry e stiamo chiedendo a tutti i membri di Dufry di visitare la pagina [forum.shopdutyfree.com](http://forum.shopdutyfree.com) e di seguirci su Instagram: [@ForumByDufry](https://www.instagram.com/ForumByDufry).

Divisione

## D5 EDGIE Awards 2018 – Riconoscimento in tre categorie

In occasione del prestigioso evento EDGIE Awards 2018 del 27 settembre, Marketplace PHL, il partner privato del Comune di Philadelphia che coordina la gestione del programma di punti vendita in franchising presso l'aeroporto internazionale di Philadelphia, ha premiato il negozio Kiehl's gestito da Hudson Group



Il negozio Kiehl's è stato premiato in due categorie.



Gli Edgie Awards 2018 sono stati un triplice successo per Dufry.

in due categorie di premi: 'Merchant of the Year' e 'Highest Regard for Customer Service'. Inoltre, Asimena Pasteros, Specialty Manager è stata premiata come Impiegata dell'anno. La cerimonia di premiazione si è svolta in occasione di un banchetto in cui Lauren Rago, General Manager dei negozi del Gruppo Hudson all'aeroporto di Philadelphia e il suo team hanno festeggiato il loro successo. Ogni anno, gli EDGIE Awards premiano i retailer che dimostrano un impegno esemplare per l'eccellenza nel servizio clienti ai passeggeri di PHL. Inoltre, quest'anno Philadelphia Marketplace ha commemorato il suo rapporto ventennale con i partner concessionari dell'aeroporto di Philadelphia.



## Partendo dalla fonte: Filiera sostenibile

**Siamo un'azienda sostenibile. Ci prendiamo cura dei nostri dipendenti, offriamo buone condizioni di lavoro, combattiamo la corruzione e la concussione e ci assicuriamo di rispettare le norme e i regolamenti nei 65 paesi in cui operiamo e lavoriamo duramente per ridurre il più possibile il nostro impatto ambientale. Tuttavia, il dovere di diligenza e sollecitudine di ogni azienda non si limita a questo e si ripercuote anche su partner commerciali e fornitori...**

### Di Jorge Muñiz

Secondo una ricerca della società di consulenza McK-insey & Co., circa 1,8 miliardi di persone dovrebbero entrare nella classe globale dei consumatori entro il 2025. Rispetto al dato del 2010, si tratta di un aumento del

75%. Si prevede che la spesa per i consumi crescerà ulteriormente, poiché il reddito delle famiglie, e in particolare la quota del bilancio familiare per i beni di consumo, cresce a un ritmo più rapido. Ciò significa che probabilmente dovremo fronteggiare circa due decenni di crescita sostenuta nel settore dei consumi.



C'è però una cosa che può rallentare la crescita di un'azienda, e questa è la scarsa performance di sostenibilità, misurata in termini di impatto ambientale e sociale. Per gestire la loro azienda, i produttori devono avere accesso a fonti di energia e risorse naturali affidabili ed economicamente sostenibili, oltre a disporre dei permessi e del sostegno necessari da parte dei consumatori, degli investitori e delle autorità di regolamentazione che consentano loro di svolgere la loro attività. Gestire un'azienda sostenibile diventa quindi più una necessità che un'aspirazione reputazionale.

### Responsabilità di Dufry

Forse saprete che quest'anno Dufry ha pubblicato il suo primo rapporto sulla sostenibilità redatto secondo gli standard internazionali. E ciò ha rappresentato un grande passo avanti in termini di trasparenza con gli stakeholder. Tra tutte le aree su cui Dufry ha un impatto (ambiente, consumatori, dipendenti) abbiamo identificato quelle più rilevanti (materialmente) per la nostra azienda, con l'obiettivo di monitorare il nostro impatto e condividere con i nostri stakeholder ciò che facciamo per garantire che l'impatto che abbiamo su di loro è positivo.



Il risultato complessivo è stato buono ed è stato accolto favorevolmente dagli stakeholder: dagli investitori agli aeroporti e ai brand partner, tutti hanno riconosciuto che ciò si basa sulla reputazione di Dufry. Tuttavia, affermare semplicemente che la nostra azienda è "sostenibile" o "verde" non è più sufficiente. Soprattutto nel mondo iperconnesso in cui viviamo!

Dufry ha la responsabilità non solo di garantire che siamo buoni cittadini d'impresa, ma anche di assicurare che le persone con cui facciamo affari facciano la loro parte.



### A che punto siamo in questo momento

Con oltre 1.000 fornitori che lavorano con Dufry, e un numero imprecisato di referenze di prodotti o SKU (stock keeping unit), non esiste un rivenditore, o un'azienda, al mondo con risorse sufficienti per rintracciare la provenienza di tutti i prodotti venduti sui loro scaffali. Quindi cosa può fare un'azienda come Dufry? Non esiste una

risposta semplice. Tuttavia, si registra una crescente preoccupazione per le questioni relative alla sostenibilità su base globale e in tutti i settori industriali.



È un consenso generale a fare impresa in modo sostenibile. Gli sforzi sono iniziati molti anni fa; tra le tappe più importanti nel cammino verso un mondo più sostenibile vi è il Global Compact delle Nazioni Unite, un'iniziativa per incoraggiare le imprese di tutto il mondo ad adottare politiche sostenibili e socialmente responsabili, che è stato introdotto nel 2000.



Su questa base, i 17 obiettivi globali fissati dall'Assemblea Generale delle Nazioni Unite nel 2015 (gli Obiettivi di Sviluppo Sostenibile, SDG) sono stati un altro passo



avanti nel dimostrare la determinazione dei governi e delle aziende a operare in modo più sostenibile.



E come sapete, Dufry sostiene gli SDG delle Nazioni Unite da due anni con diverse attività nei nostri negozi. Gran parte del lavoro svolto finora a livello internazionale, gioca a nostro favore. Molti di questi 1.000 fornitori con cui lavoriamo hanno messo in atto meccanismi in modo da garantire una gestione aziendale sostenibile; questo significa, tra l'altro, proteggere i propri dipendenti, garantire un commercio equo, ridurre l'impatto negativo sull'ambiente, garantire salari equi e condizioni



di lavoro dignitose, eliminare la corruzione e le pratiche di lavoro abusive. Esiste anche un consenso generale sulla necessità di porre particolare enfasi sulle filiere per garantire che queste buone pratiche non si applichino solo nelle fabbriche, ma anche all'origine delle singole filiere. Come parte della nostra responsabilità, abbiamo iniziato a interpellare i nostri fornitori, per assicurarci che stiano prendendo tutte le precauzioni necessarie. Tutto ciò si è concretizzato con la creazione di un Codice di condotta per i fornitori, in cui chiediamo ai fornitori di



tutte le categorie di prodotti se rispettano gli standard commerciali accettati, come descritto dal Global Compact delle Nazioni Unite, per quanto riguarda:

- Etica e integrità
- Pratiche e condizioni di lavoro
- Rispetto dell'ambiente e sostenibilità
- Sicurezza dei prodotti

Nel contempo, accettando il presente codice di condotta, accettano di informare immediatamente Dufry qualora rilevino attività che possano contravvenire ai principi del presente codice. Lo stesso approccio è stato adottato da alcuni dei nostri fornitori che, nello stesso spirito di ricerca di partner commerciali affidabili, hanno adottato un approccio simile con Dufry, chiedendoci quale sia il nostro approccio nei confronti degli argomenti sopra menzionati.



#### Il futuro

Il raggiungimento di un ambiente aziendale più sostenibile è uno sforzo titanico che richiede il sostegno di tutti gli stakeholder coinvolti. L'introduzione di questo Codice di condotta per i fornitori rappresenta per Dufry un importante passo avanti. Abbiamo iniziato contattando i fornitori più importanti a livello globale, chiedendo loro di riconoscere il nostro codice e abbiamo ricevuto conferma dal 78%. Questo sforzo congiunto dei team di Global Procurement, Global Compliance Office e Corporate Communications è un primo passo importante e vincente che continuerà, con l'obiettivo di coprire una più ampia percentuale dei nostri fornitori. ■



## D5 La linea premium di caramelle della stella del tennis Maria Sharapova - Sugarpova

**Il Gruppo Hudson è il rivenditore esclusivo negli Stati Uniti per le vendite della linea di caramelle premium della campionessa internazionale di tennis Maria Sharapova, Sugarpova. Le caramelle sono disponibili in tutti gli Stati Uniti presso i negozi Hudson e Hudson News, insieme ai concept localizzati del Gruppo Hudson dei prodotti essenziali per il viaggio, dei prodotti da minimarket e dei dolci. L'eccellente marca addolcisce il viaggio dei passeggeri, offrendo una lussuosa interpretazione dei classici che conoscono e amano.**

Di Kristen M. Clonan

Intervista con Maria Sharapova:

**Ci parli del suo brand, Sugarpova.**

Sugarpova nasce dal desiderio di condividere un piccolo assaggio del mio stile di vita con i miei fan e con i consumatori che amano le caramelle. Dato che il viaggio è una parte importante della mia vita quotidiana, mi è sembrato naturale portare Sugarpova nel Gruppo Hudson. Sono davvero entusiasta di vedere questa collaborazione decollare.

**Sappiamo che Lei ha un debole per i dolci, quindi quando ha una pausa tra un torneo e l'altro, qual è il suo dolcetto preferito?**

Adoro i cioccolatini russi. Sono wafer di cioccolato avvolti perfettamente in divertenti disegni avvolgenti. E i tartufi con ciliegia al rum di Sugarpova sono il mio piacere proibito da quando abbiamo lanciato i tartufi.

**Sugarpova ha recentemente lanciato un'espansione della sua linea di cioccolato. Quali sono alcune delle sue caramelle al cioccolato preferite che i viaggiatori estivi ameranno?**

Le gommose ricoperte di cioccolato recentemente lanciate sono state un successo da quando ne ho regalate dei campioni ai miei amici. E non vedo l'ora di regalarle quest'estate.



Le caramelle Sugarpova sono delle delizie di alta qualità che è un piacere mangiare.

**Ci dica cosa preferisce?**

- **Nuovo libro preferito?** Sto per leggere "Attraversare i muri" di Marina Abramovic.
- **Viaggio estivo: Destinazione di viaggio preferita e perché?** Costiera Amalfitana, in Italia in estate. Ci sono gemme nascoste che sono ancora sconosciute, così come hotel di charme sulle rocce.
- **Aeroporto: L'aeroporto preferito per viaggiare da/per, e perché?** LAX perché è a soli 20 minuti di distanza da casa.

**Momenti di orgoglio dentro e fuori dal campo?**

Pochi. Uno è stato nel 2004, con la mia vittoria a Wimbledon. Un altro è stato nel 2012, con il lancio della mia azienda di caramelle, Sugarpova. E il mio più recente è la mia nuova partnership con la National Association of Women Business Owners (NAWBO) per sostenere le imprenditrici. Quando ho fondato la mia azienda, Sugarpova, avrei voluto avere un gruppo di mentori. Riconosco che sostenere le imprese di proprietà di donne condividendo competenze e preziose risorse aziendali può avere un impatto notevole sulla crescita di un'im-



La star del tennis Maria Sharapova in mezzo al team Hudson.

presa e può essere un vero e proprio catalizzatore per far progredire il successo di un'impresa. In parole povere, questa partnership riguarda le donne che aiutano le donne. ■

**D3 Nuova area commerciale duty-free al Kuwait Airport**

Dufry e il suo partner locale That Al Salasil gestiranno la nuova area commerciale duty-free nel Terminal 5 del Kuwait International Airport, inaugurato il 15 ottobre 2018 da Jazeera Airways, la principale compagnia aerea low-cost del Kuwait, che opera a livello regionale e internazionale. Coprendo 470 m<sup>2</sup>, il nuovo negozio duty-free offre oltre 3.000 articoli di prodotti alimentari, bellezza, accessori da viaggio e gioielli, oltre a offerte esclusive e novità che vengono introdotte durante tutto l'anno nelle categorie food e beauty. Con l'inaugurazione del suo nuovo Terminal 5 dedicato nel maggio 2018, Jazeera Airways offre ai viaggiatori un'esperienza di viaggio impeccabile grazie ad una capacità di oltre 2,5 milioni di passeggeri all'anno attraverso un rapido e semplice tragitto di 90 metri dal parcheggio all'imbarco. ■



Il nuovo shopping all'aeroporto internazionale del Kuwait è pronto a soddisfare le esigenze dei viaggiatori in cerca di una buona esperienza duty-free.

**D5 Festeggiamo l'inaugurazione del Las Vegas Dufry Shopping**

**Di Megan Souza**

Quello che un tempo era uno spazio vuoto e densamente trafficato, ora ha assunto una nuova entusiasmante vita propria. Il Gruppo Hudson, i suoi partner e i dirigenti dell'aeroporto internazionale McCarran di Las Vegas hanno festeggiato l'inaugurazione del Las Vegas Dufry Shopping e dei Rotunda Runway Shops nel Terminal 1 Concourse D.



Da sinistra a destra: Joseph DiDomizio, Presidente e CEO Hudson Group; Barbara Robinson-Costas (partner della joint-venture); Andres Costas (partner della joint-venture); Scott Kichline, Assistente del direttore dell'Aviation McCarran International Airport; Melissa Olivas (partner della joint-venture); Jay Brown Junior (partner della joint-venture); James Chrisley, Vicedirettore dell'Aviation Operations McCarran International Airport.

L'apertura dei negozi marca la fine di un processo pluriennale che ha preso il via quando il Gruppo Hudson si è avvicinato al team di gestione dell'aeroporto con l'idea di rilanciare un'area aperta sottoutilizzata alla base delle scale mobili della rotonda che porta ai gate D, dove i treni entrano ed escono dal terminal. L'obiettivo era quello di trasformare il luogo in uno spazio produttivo per la vendita e dare vita a questi concetti e opportunità. Quest'area ha ora un totale di cinque negozi, tre dei quali aperti nel secondo trimestre, incluso il primo negozio Swatch dell'aeroporto del Gruppo Hudson, - il concetto proprietario di occhiali da sole 5th e Sunset, e M. Fredric. Il Gruppo Hudson aveva già aperto un Tech-on-the-Go, che è il suo concetto tecnologico e ha aperto l'ultimo negozio, un Urban Decay, nell'agosto 2018.



Il primo negozio in aeroporto di Swatch per Hudson Group.

Anche all'aeroporto McCarran, il Gruppo Hudson è l'unico rivenditore duty-free e ha aperto un negozio di 557 m<sup>2</sup>, nel Terminal 1, Concourse D. Questo fa parte di un prolungamento di sette anni di successo nel 2017 e ha sostituito un negozio in prima linea di 93 m<sup>2</sup> esistente. Tuttavia, le parole "Duty-Free" e "Tax-Free" sulle vetrine dei negozi possono spesso essere un deterrente all'ingresso per i passeggeri nazionali. Per rimuovere questo ostacolo, nel Terminal 1 del McCarran, che è un

terminal ad uso misto che serve sia passeggeri nazionali che internazionali, il Gruppo Hudson ha scelto per la prima volta in Nord America di eliminare dalla vetrina le insegne "Duty-Free" e "Tax-Free", mantenendo le insegne sulle categorie chiave che possono solo essere vendute ai clienti che viaggiano sulle tratte internazionali. ■



Il Las Vegas Dufry Shopping ha un vasto assortimento di prodotti e marche in tutte le principali categorie duty-free.

**HQ Charity Water - Sostegno a una piccola centrale idroelettrica**

Il progetto Charity Water è stato lanciato nel 2014 come progetto comune tra Flughafen Zürich AG e Dufry AG. Da allora, l'acqua minerale Zürich Duty Free è stata venduta per una buona causa nei Duty Free Store dell'aeroporto di Zurigo. Proveniente dall'Adello di Adelboden, ogni bottiglia di acqua minerale viene venduta al prezzo di 2,50 franchi svizzeri e 50 centesimi vengono donati ad un'organizzazione no-profit.

Una parte dei ricavi delle vendite realizzate tra l'inizio di settembre 2018 e la fine di agosto 2019 sarà destinata allo Swiss Mountain Aid. È già stato individuato un primo progetto di aiuto insieme con la ristrutturazione di una piccola centrale idroelettrica che garantirà l'approvvigionamento elettrico di tre fattorie alpine di proprietà di quattro famiglie che si dedicano all'agricoltura di montagna sull'Alpe "Kleines Melchtal" nel cantone di Obvaldo, in Svizzera. La scorsa estate, le condizioni della centrale elettrica sono fortemente peggiorate. Per garantire l'alimentazione elettrica dei tre cottage nella prossima stagione, c'era l'urgente necessità di sostituire il generatore e la pala della turbina, poiché ogni estate questi agricoltori producono diverse tonnellate di formaggio nelle malghe. ■



## Il negozio di nuova generazione al T3 di Londra Heathrow

Il quinto Negozio di nuova generazione di Dufry è stato lanciato inaugurato ufficialmente il 17 settembre 2018 presso il Terminal 3 di Londra Heathrow. Con oltre 2.500 m<sup>2</sup> di superficie di vendita al dettaglio, il negozio, recentemente ristrutturato, è dotato della più recente tecnologia digitale, per offrire un'esperienza di acquisto altamente personalizzata ai 25.000 clienti che lo visitano ogni giorno. La tecnologia digitale contribuisce ad accrescere il coinvolgimento dei clienti "parlando" con le nazionalità più rappresentate nella loro lingua e tenendo conto delle preferenze individuali dei diversi profili di

passaggeri. All'ingresso del negozio, i passeggeri incontrano innanzitutto le due categorie chiave: quella beauty e quella dei liquori. All'interno dello spazio riservato alla bellezza di 1.000 m<sup>2</sup>, i clienti possono scoprire un'ampia gamma di marche, tra cui molte marche nuove per il negozio di nuova generazione, supportate da tecnologie digitali interattive che consentono loro di sperimentare "virtualmente" diversi look di make up o scoprire di più sui diversi prodotti nella loro lingua preferita. Il negozio di nuova generazione recentemente inaugurato al Terminal 3 di Heathrow è il primo del suo genere nel Regno Unito. ■