



D U F R Y

Novas Concessões no Brasil

03 de Setembro 2013



As informações contidas nesta apresentação podem envolver projeções, expectativas, crenças, planos, intenções ou estratégias futuras. Essas declarações prospectivas envolvem riscos e incertezas. Todas as declarações prospectivas incluídas nessa apresentação são baseadas nas informações disponibilizadas pela Dufry AG (“Companhia” ou “DAG”) a partir da data desta apresentação, e não nos responsabilizamos por atualizar tais declarações. Fatores que poderiam afetar as declarações prospectivas da Companhia incluem, dentre outros: tendências do PIB mundial, concorrência nos mercados onde a Companhia opera, mudanças desfavoráveis no tráfego de passageiros aéreos, mudanças desfavoráveis nas políticas de tributação de mercadorias e restrições na venda de *duty-free* em países onde a Companhia opera.



1. Panorama

2. Detalhes dos Novos Projetos

3. Considerações Financeiras e Estratégicas



1. Panorama



1 A Dufry assinou contratos com todos os operadores aeroportuários privados por 10 anos

2 Início de uma nova fase no Brasil

- 19.700 m² de área de vendas comparados aos 6.100 m² anteriores
- Melhores instalações equivalentes aos melhores padrões de qualidade
- Novas marcas e maior variedade

3 São Paulo: Contrato de Longo Prazo para T3

- T3: 7.000 m² para lojas *duty free* e 200 m² para lojas *duty paid*
- 2 lojas de varejo de viagem em geral, 15 lojas de grife e 1 Hudson *duty paid*

4 Brasília and Natal: Redesenhando toda área de vendas

- 4 lojas *duty free*: 1.100 m² em Brasília / 600 m² em Natal
- 4 lojas *duty paid*: 1.900 m² em Brasília / 500 m² em Natal
- 5 lojas Hudson *duty paid*: 400 m² em Brasília / 100 m² em Natal

5 Viracopos: Grande desenvolvimento para o aeroporto

- 2 lojas *duty free* totalizando 400 m² (200 m² no desembarque e 100 m² embarque)/ 1 *duty paid* (100 m²)
- 2014: a área de vendas irá aumentar em quase 50% quando o novo terminal estiver pronto

6 Goiânia – Primeira loja *duty paid*

- Contrato de 5 anos para operar loja de 100 m² no Aeroporto de Goiânia

7 Desenvolvimento da estrutura para a futura instalação no Brasil

- Introduzir os novos conceitos de *duty paid* e Hudson *duty paid*; expandir para novos canais, como lojas de fronteira
- Joint venture com a Brasif para operar o negócio *duty free* dos contratos recém assinados e desenvolver futuramente este segmento no Brasil¹

Nota:

(1) Sujeito a aprovação do Conselho Administrativo de Defesa Econômica - CADE



- 1 Contratos de longo prazo com todos os aeroportos privatizados no Brasil**
 - Todos contratos baseados em processos licitatórios ou negociações diretas

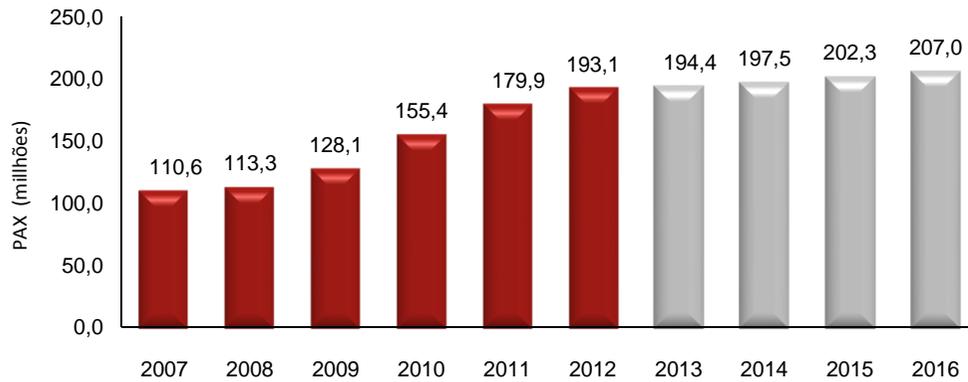
- 2 Melhora na infraestrutura com uma maior e melhor área de vendas**
 - Aumento da produtividade e do gasto por passageiro

- 3 Grande potencial para crescimento das vendas**
 - Uma vez que toda a nova área de vendas esteja pronta e em funcionamento
 - Manter a produtividade a nível do Grupo

- 4 Preparados para o próximo passo**
 - Aumento da área de varejo dos aeroportos como plataforma para o desenvolvimento futuro
 - *Joint venture* para desenvolver novos segmentos e canais de varejo de viagem

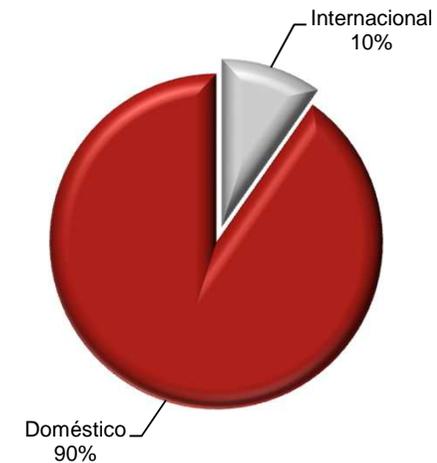


Crescimento do PAX



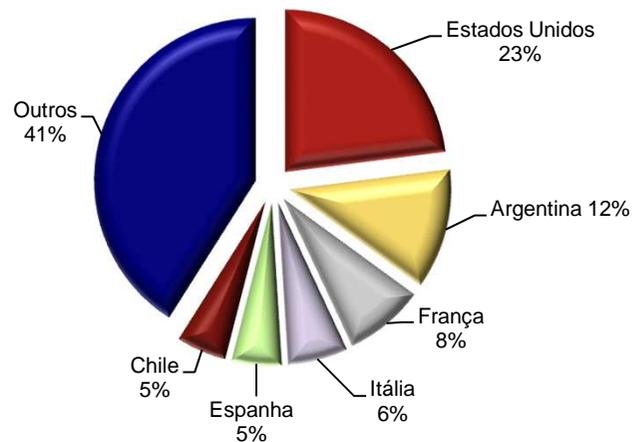
Fonte: Infraero / Air4Cast

PAX Doméstico x Internacional (2012)



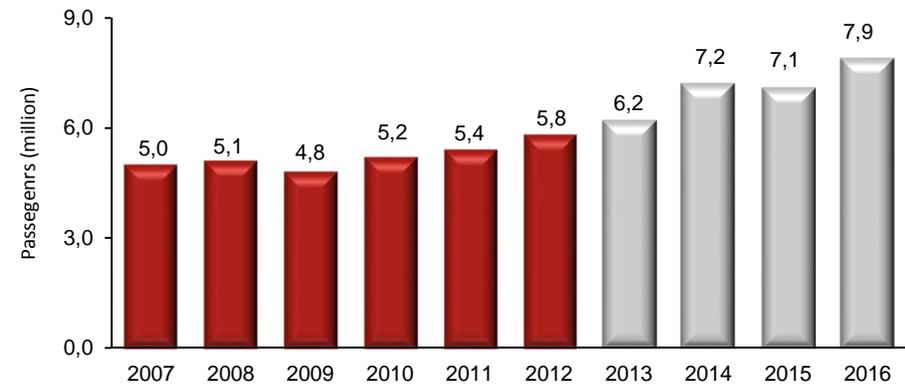
Fonte: Infraero

Principais Destinos dos Brasileiros - 2012



Fonte: Informação Interna - Dufrey

Turistas Internacionais no Brasil



Fonte: Ministério do Turismo



3. Detalhes dos Novos Projetos

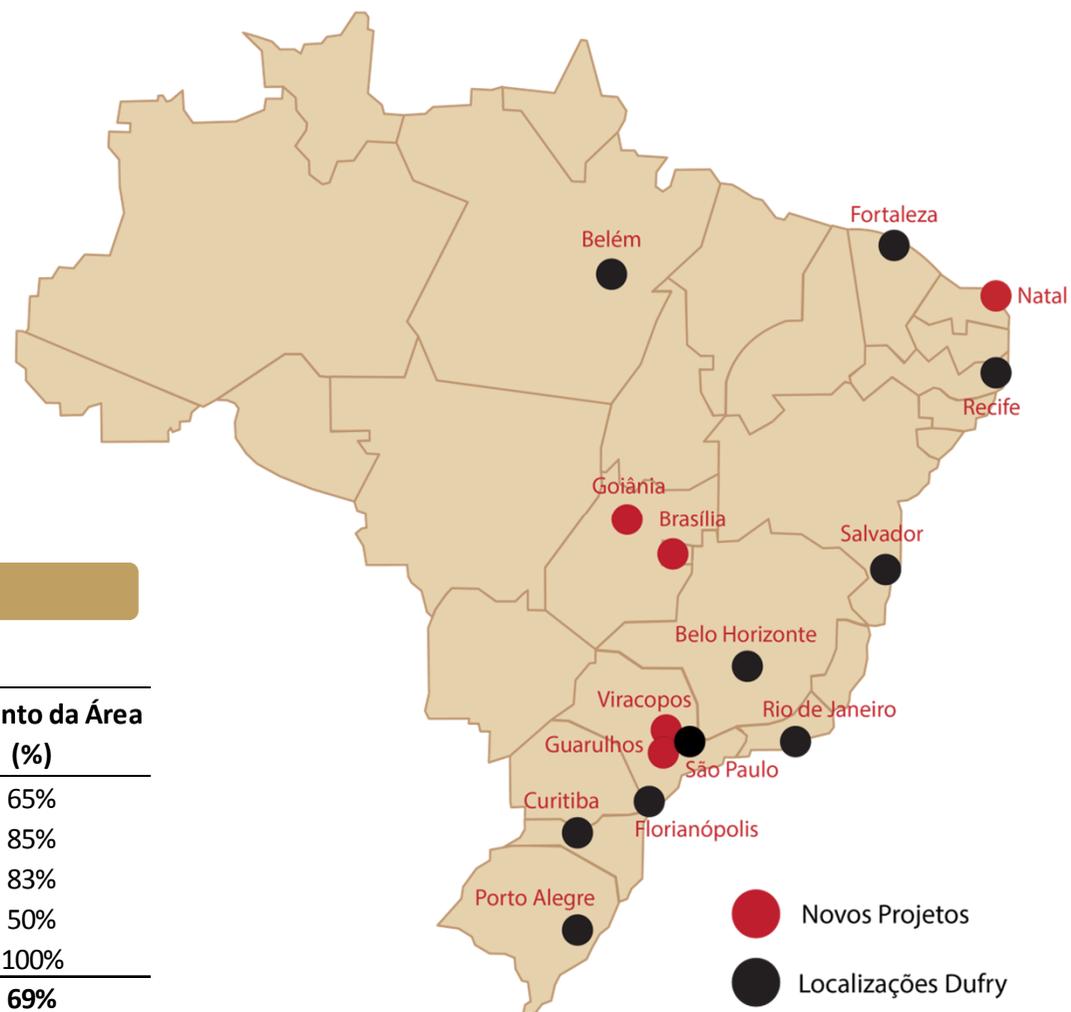


Dufry antes da Expansão

- Número de Lojas: 65
- 15 cidades
- Área de Vendas Total: 16.400 m²

Resumo dos Novos Contratos

Aeroportos	Área Atual (m ²)	Área Adicional (m ²)	Nova Área (m ²)	Aumento da Área (%)
Guarulhos	5.000	9.200	14.200	65%
Brasília	500	2.900	3.400	85%
Natal	200	1.000	1.200	83%
Viracopos	400	400	800	50%
Goiânia	-	100	100	100%
Nova Área	6.100	13.600	19.700	69%



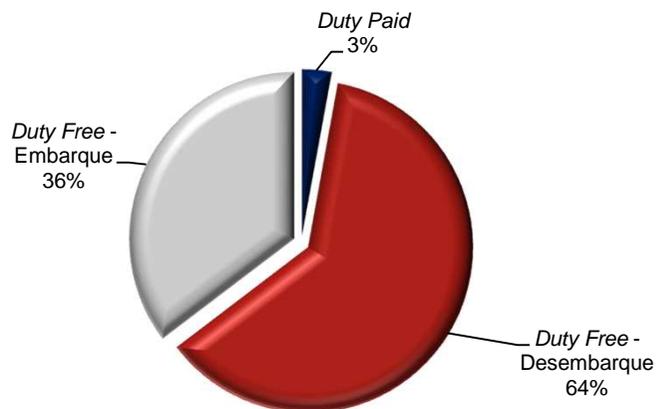


Principais Estatísticas do Aeroporto

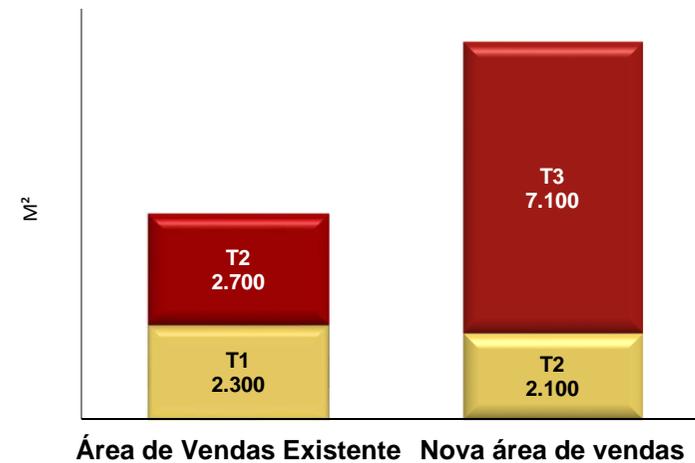
PAX	Milhões
Internacional 2012	12
Doméstico 2012	21
Total Estimado 2022	60

Nova área de vendas	14.200 m²
----------------------------	-----------------------------

Terminal 3 por Setor



Nova Área de Vendas: 14.200 m²

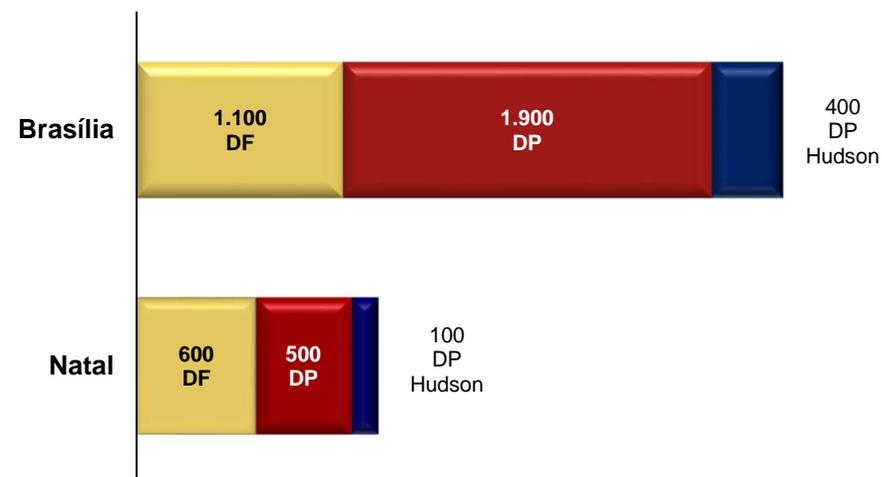




Principais Estatísticas do Aeroporto

PAX	Milhões
Brasília	
Internacional 2012	0,4
Doméstico 2012	16
Nova área de vendas	3.400 m²
Natal	
Internacional 2012	0,1
Doméstico 2012 (aeroportos existente)	3
Total Estimado 2020	5
Nova área de vendas	1.200 m²

Nova Área de Vendas: 4.600 m²



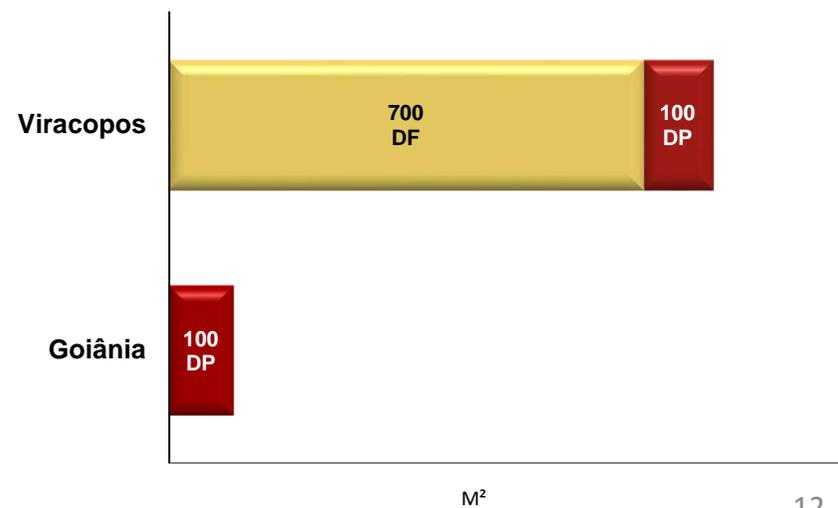
- Redesenho de toda área de varejo dos aeroportos com o aumento substancial da área de vendas
- Aumento em 3.900 m² da área de varejo nos dois aeroportos
- *Duty Paid Megastore* de 1.600 m² em Brasília
- Lojas Hudson *Duty Paid*



Principais Estatísticas do Aeroporto

PAX	Milhões
Viracopos	
Internacional 2012	0,1
Doméstico 2012	9
Total Estimado 2042	80
Nova área de vendas	800 m²
Goiânia	
Doméstico 2012	3
Nova área de vendas	100 m²

Nova Área de Vendas: 900 m²



- Grande potencial de desenvolvimento em Viracopos
- Viracopos é o segundo maior aeroporto de cargas do Brasil
- Oferta de mix de produtos para ambos aeroportos



4. Considerações Financeiras e Estratégicas



- **Previsão de finalização de todos os projetos no final de 2014**
 - **Estimativa para São Paulo no segundo trimestre de 2014**
- **Investimento total de aproximadamente USD 250 – 275 milhões**
 - **Capex e Investimentos**
 - **Capital de Giro Líquido**
 - **Valor da *joint venture***
- **Custos não recorrentes de projetos: USD 10-15 milhões**
 - **Custos com despesas iniciais**
 - **Custos relacionados ao projeto**
- **Alto crescimento de dois dígitos esperado para vendas uma vez que toda área de vendas esteja operando totalmente**
- **Aumento do EBITDA absoluto ainda em 2014 e a manutenção da margem EBITDA para o Grupo baseado no ano todo (pró forma)**



- **Brasif é o parceiro ideal para a *joint venture***
 - **Atividades em lojas de rua e na indústria de construção**
 - **Experiência no segmento *duty free***
- **A *Joint Venture* se tornará a nova plataforma das atividades *duty free* no Brasil**
- **Participação de 40% com a possibilidade de reduzir para 20% através de estrutura de compra e venda até o final de 2014**
- **Fortes parceiros para desenvolver novos canais e segmentos de varejo de viagem no Brasil**

Nota:

(1) Sujeito a aprovação do Conselho Administrativo de Defesa Econômica - CADE



- **Iniciando uma nova fase no Brasil**
 - 13.600 m² de área adicional de vendas de alta qualidade
 - Total de 19.700 m² comparados aos 6.100 m² anteriores
 - Melhores instalações equivalentes aos melhores padrões mundiais
 - Novas marcas e maior variedade
- **Contratos de 10 anos reforçam a posição da Dufry no Brasil**
- **Apresentação de novos conceitos**
 - Forte desenvolvimento do *duty paid*
 - Conceito Hudson para o Brasil
- **Desenvolvimento de futuras oportunidades em novos canais e segmentos de varejo de viagem**
 - Lojas de Fronteira
 - Outros canais
- **Forte crescimento das receitas e do EBITDA**
 - Crescimento do fluxo de passageiros internacionais no longo prazo
 - Aumento da produtividade e do gasto por passageiro
 - Capturar o potencial dos passageiros domésticos

