Comunicado ao Mercado

Basileia, 16 de março de 2016

Dufry apresenta forte desempenho em ano transformacional

Em 2015, a Dufry registrou um sólido desempenho operacional e financeiro: a receita líquida aumentou 46,3%, atingindo CHF 6.139,3 milhões e o EBITDA totalizou CHF 723,8 milhões, com margem EBITDA de 11,8%. A Dufry continuou a provar sua capacidade de geração de caixa ao registrar fluxo de caixa operacional, antes de efeitos da aquisição, de CHF 491,6 milhões. O *covenant* Dívida Líquida/EBITDA ficou em 3,92x em relação ao novo limite acordado de 4,50x.

A prioridade em 2015 foi a integração e a entrega de sinergias da Nuance, a qual foi concluída ao final do ano, conforme planejado. Combinada com a aquisição da World Duty Free, consolidada a partir de agosto de 2015, a integração da Nuance resultou em um ano transformacional para a Dufry em vários aspectos. A Dufry anunciou uma nova estrutura de Grupo, apresentou um novo modelo operacional do negócio e renovou sua identidade corporativa assim como seus valores.

Do ponto de vista estratégico e operacional, as duas aquisições transformacionais reforçam a liderança global da Dufry no varejo de viagem aeroportuário, com uma participação de mercado de 24% e espera-se que gerem sinergias totais de CHF 175 milhões, das quais uma primeira parcela de CHF 34 milhões já está refletida nos resultados de 2015.

Resultados de 2015

Receita Líquida

A receita líquida registrou um crescimento de 46,3% e atingiu CHF 6.139,3 milhões em 2015, versus CHF 4.196,6 milhões reportados um ano antes. O crescimento orgânico foi -5,3%, resultado do desempenho em mesmas lojas de -5,6%. O crescimento orgânico para o ano foi consideravelmente afetado pela volatilidade cambial das moedas nos mercados emergentes, que reduziu o poder aquisitivo de consumidores em determinados países emergentes, notavelmente os brasileiros e russos. O crescimento orgânico desconsiderando esses dois grupos de consumidores foi de 4,0%, evidenciando o desempenho positivo da vasta maioria das operações. Mudanças no escopo, que incluem a consolidação da Nuance e da WDF, adicionaram 51,8% para o crescimento da receita líquida, enquanto a conversão cambial foi de -0,2%, resultado de fatores opostos: a apreciação do Franco Suíço em relação ao Euro em janeiro de 2015; e a apreciação do Dólar no período.

Na **Região Europa, Oriente Médio, África & Ásia**, a receita líquida totalizou CHF 1.010,8 milhões em 2015, em comparação com CHF 1.194,5 um ano antes. Quando mensurada em moeda local, a receita líquida permaneceu estável na região. Em moedas constantes, o desempenho foi de -8,1%.

Na Europa, o desempenho foi positivo em geral. Nas localidades onde os russos são os clientes mais relevantes, o impacto negativo da depreciação do Rublo Russo foi sentido, em especial na Rússia, e em menor escala, na Grécia. Por outro lado, as reformas em Milão Malpensa e Bérgamo contribuíram para o estímulo do crescimento na Itália, assim como a reforma da área comercial Extra-Schengen no aeroporto de Atenas. Outras operações, tais como na França e na República Tcheca, também apresentaram bons resultados.

O desempenho continuou enfraquecido na África, impactado pela instabilidade principalmente na região Norte do continente, onde se observa um fluxo de turistas que se deslocam para países mais próximos, como Grécia e Espanha. No Oriente Médio e Ásia, observou-se um crescimento na maioria das operações, que se beneficiaram do aumento estrutural do número de passageiros nessas regiões. Os destaques foram as operações no Camboja, China, Indonésia e Coreia do Sul, entre outras.

Na **Região América I**, a receita líquida cresceu 6,0%, atingindo CHF 808,4 milhões em 2015, ante CHF 763,0 milhões no ano anterior. Em moeda local o crescimento foi de 11%, enquanto em moedas constantes, o aumento foi de 1% no período. O desempenho foi positivo nos países da América Central, tanto no Caribe quanto no México. Na América do Sul, as operações mantiveram-se bem, considerando a volatilidade cambial observada no ano, o que impacta o poder aquisitivo dos consumidores locais.

A receita líquida na **Região América II**, foi de CHF 487,8 milhões em 2015, contra CHF 683,3 milhões em 2014. Em moeda local a receita na região registrou uma queda de -5%. Quando mensurada em moedas constantes, a receita registrou uma redução de -32%, em função do reflexo direto da forte desvalorização do Real frente ao Dólar norte-americano de 42% no ano. No segundo semestre de 2015, o enfraquecimento da moeda local atingiu -53%. Dado que na região os consumidores mais importantes são os próprios brasileiros, a desvalorização do Real reduz o poder aquisitivo.

Na **Região Estados Unidos & Canadá**, a receita líquida apresentou crescimento de 8,3% em 2015 (3,6% em moedas constantes), totalizando CHF 1.043,2 milhões ante os CHF 963,1 milhões em 2014. A Hudson continua reportando crescimento sustentável, tanto em mesmas lojas quanto em novas concessões. Outros formatos de lojas, tais como as lojas *duty free* e as lojas de grife, vêm aumentando sua importância na região.

A receita líquida da **Nuance** alcançou CHF 1.337,9 milhões, em comparação com uma receita líquida consolidada de CHF 536,6 milhões registrada em um período de quatro meses em 2014. O crescimento orgânico apresentou desempenho em linha com o Grupo. A maioria das operações mostrou um desempenho positivo, como Portugal e Austrália. A Turquia e a Rússia foram impactadas tanto por um número mais baixo de passageiros quanto pela redução do gasto de passageiros russos.

A receita líquida da **World Duty Free** foi de CHF 1.410,0 milhões, de agosto a dezembro de 2015. O crescimento orgânico pro-forma no período foi de 9,6%. Ao mesmo tempo em que no Reino Unido o desempenho foi ligeiramente positivo no período, apesar da valorização da Libra Esterlina, na Espanha observou-se um sólido crescimento através da combinação do forte aumento no número de passageiros com o aumento da substituição de turistas que nos anos anteriores tinham outros países como destino, como por exemplo a Tunísia e o Egito. As operações na América do Norte, Oriente Médio e Ásia apresentaram um bom desempenho, enquanto a América Latina teve um desempenho estável devido a volatilidade das moedas na região.

Resultados Financeiros

O **lucro bruto** totalizou CHF 3.574,7 milhões em 2015, em comparação aos CHF 2.463,6 milhões um ano antes, representando um crescimento de 45,1%. A margem bruta foi de 58,2% em 2015 contra 58,7% em 2014, devido a consolidação da Nuance e da World Duty Free. Excluindo o impacto das aquisições, a margem bruta teria atingindo 59,1%.

As **despesas comerciais** totalizaram CHF 1.684,0 milhões em 2015, ante CHF 1.023,3 milhões no ano anterior. Como porcentual da receita líquida, resultou em 27,4% em 2015, comparado aos 24,4% em 2014. A mudança é resultado da consolidação da Nuance e da World Duty Free.

Despesas com pessoal e gerais como percentual da receita atingiram 13,9%, representando uma redução de 0,6% em comparação a 2014. As despesas gerais como percentual da receita também resultaram em uma redução de 1% para 5,1%. Para ambas as contas, a melhoria deveu-se à consolidação da Nuance e da WDF, além das eficiências alcançadas nas reorganizações das operações do Brasil e Rússia.

O **EBITDA**[1] totalizou CHF 723,8 milhões, um crescimento de 25,6% em relação aos CHF 576,5 milhões reportados em 2014. A margem EBITDA foi de 11,8% em 2015, comparado a 13,7% em 2014. Em 2015, uma primeira parcela em torno de CHF 34 milhões, relativa às sinergias resultantes da Nuance foi incluída nos resultados.

A **depreciação**, como percentual da receita líquida, permaneceu estável em 2,2% em 2015 em comparação com 2,1% em 2014. Em termos absolutos, essas despesas somaram CHF 135,8 milhões em 2015, versus CHF 88,2 milhões no exercício anterior. A **amortização** foi CHF 148,3 milhões superior ao valor registrado em 2014, atingindo CHF 309,0 milhões em 2015, resultante da amortização adicional proveniente das aquisições da Nuance e da World Duty Free. Além disso, devido a contabilização linear da amortização, a sazonalidade no resultado no trimestre irá aumentar em 2016.

A **linearização** totalizou CHF -29,2 milhões em 2015. A linearização é uma despesa não-caixa, derivada das operações na Espanha. Esse valor é originado a partir da diferença entre o mínimo garantido médio em todo o período da concessão e o mínimo garantido a pagar no período. Também inclui o efeito não-caixa do pré-pagamento da concessão na Espanha. A linearização irá variar ao longo do ano devido à sazonalidade.

Outros resultados operacionais (líquido) totalizou CHF -117,1 milhões, dos quais CHF -77,4 milhões são devidos a custos de reestruturação da Nuance e a custos de transação relacionados à aquisição da WDF. Custos de reestruturação não recorrentes de outras operações incluindo Brasil e Rússia totalizaram CHF 7,4 milhões. O **EBIT** foi de CHF 132,7 milhões contra CHF 208,9 milhões no ano anterior.

O **resultado financeiro (líquido)** aumentou em CHF 20,0 milhões e totalizou CHF 179,5 milhões em 2015, em comparação aos CHF 159,5 milhões em 2014. Esse aumento é devido ao nível mais elevado da dívida líquida assim como custos de transação não recorrentes de CHF 31,9 milhões relacionados à aquisição da WDF.

A **despesa com imposto de renda** foi positiva em CHF 10,1 milhões em 2015, frente a uma despesa de CHF 20,4 milhões em 2014. Em 2015, o impacto foi devido aos custos de transação e financiamentos relacionados à aquisição, bem como os impostos diferidos.

O **lucro líquido** alcançou CHF -36,9 milhões em 2015. Excluindo os custos não recorrentes relacionados às aquisições da Nuance e da World Duty Free, o lucro ajustado pela amortização relacionada à aquisição atingiu CHF 292,1 milhões e o lucro por ação ajustado ficou em CHF 6,38, em comparação aos CHF 6,60 reportados em 2014 (também após a exclusão dos custos não recorrentes).

[1] EBITDA antes de Outros resultados operacionais

Sólida estrutura financeira

O **fluxo de caixa operacional líquido** antes dos efeitos da aquisição, alcançou CHF 491,6 milhões em 2015, comparado aos CHF 405,1 milhões um ano antes. Em 2015, os investimentos atingiram CHF 164,6 milhões, versus CHF 197,6 milhões em 2014. O fluxo de caixa livre atingiu CHF 338,4 milhões, excluindo os custos relacionados à aquisição da Nuance e da World Duty Free.

A **dívida líquida** totalizou CHF 3.957,9 milhões ao final de dezembro de 2015 (2014: CHF 2.354,4 milhões). O principal *covenant*, Dívida Líquida/EBITDA ajustado, ficou em 3,92x ao final de 2015.

Prioridades da Dufry daqui para frente: integrar WDF, focar na geração de caixa e na desalavacagem, assim como impulsionar o crescimento orgânico

Julían Díaz, CEO do Grupo Dufry, comentou: "O ano de 2015 foi um ano transformacional para Dufry, caracterizado principalmente pela integração total da Nuance e a aquisição da World Duty Free. Ao mesmo tempo que essas aquisições nos permitiram alcançar novos níveis de crescimento, elas também criaram a necessidade de mudanças estruturais e organizacionais. Adicionalmente à nossa dedicação de construir a nova Dufry, focamos fortemente em estimular o crescimento orgânico em um ambiente econômico desafiador impactado pelas fortes variações cambiais. Nesse contexto, abrimos 189 novas lojas, representando 18.700 m² de novas áreas de vendas.

2016 será um ano importante e com muitos desafios. A prioridade clara será a integração da WDF. Queremos aproveitar a oportunidade de formar a mais forte equipe no setor de varejo de viagem, e simultaneamente implementar o novo modelo operacional de negócio, identificando ganhos de eficiência e criando valor a partir das sinergias. Desde o quarto trimestre de 2015, estamos desenvolvendo um plano específico de ação voltado à integração, e já demos início à sua execução, com expectativa de conclusão em meados de 2017.

Em linha com as aquisições passadas, a desalavancagem também é uma prioridade para nós. Além do processo de integração e das sinergias relacionadas, iremos monitorar de perto os custos, capital de giro e investimentos para estimular a geração de caixa. Nosso objetivo é desalavancar a Companhia para nossa meta de 2-3x Dívida Líquida/EBITDA dentro dos próximos 18-24 meses.

Com o objetivo de acelerar o crescimento orgânico, a Dufry também promoveu uma série de iniciativas, que apresentaram fortes resultados e terão continuidade no ano de 2016. Dentre essas iniciativas, as mais importantes são os projetos de reforma e o plano de marcas, que demonstraram sua capacidade em promover vendas adicionais. Além disso, desenvolvemos várias atividades orientadas para os clientes, em caráter de projeto piloto, tais como o programa de fidelidade "Dufry Red" ou o "voucher VIP", que também serão expandidas. Adicionalmente, também já assinamos contratos garantindo 19.600 m² de área de vendas adicionais a ser inaugurada durante o ano de 2016 e iremos focar em capitalizar nosso forte portfólio de projetos potenciais adicionando as oportunidades de novas concessões disponíveis no mercado.

Do ponto de vista do mercado, o ano de 2016 começou mostrando a continuidade da volatilidade dos mercados, reduzindo a visibilidade. Ainda assim, nesse ano, o crescimento adicional deverá ser impulsionado principalmente pela tendência mundial positiva para o setor de varejo de viagem, com expectativa de um número crescente de passageiros estimado em 6% para esse ano. Por fim mas não menos importante, seremos beneficiados pela nossa presença geográfica altamente diversificada e a extensa rede de localidades, que contribuem consideravelmente para minimizar a exposição da Companhia frente aos impactos externos, que tipicamente são relacionados a operações que se restringem a países ou regiões de forma isolada.

Principais Indicadores do Grupo Dufry

Em milhões de CHF	2015		2014		Var.
Receita Líquida	6.139,3		4.196,6		
Lucro Bruto	3.574,7	*58,2%*	2.463,6	*58,7%*	45,1%
EBITDA (antes de outros resultados operacionais)	723,8	*11,8%*	576,5	*13,7%*	25,6%
Resultado atribuído a acionistas da controladora	-79,3	*-1,3%*	51,6	*1,2%*	
LPA ajustado (em CHF)	3,99		5,24		
Exclui custos não recorrentes relacionados à aquisição da WDF	6,38		6,60		

O relatório de 2015 da Dufry está disponível no seguinte link:
http://www.dufry.com/pt/Investors/FinancialReports/

Para maiores informações, por favor, entre em contato com:

Renzo Radice
Diretor Global de R.I. e Comunicação Corporativa
Telefone: +41 61 266 44 19
renzo.radice@dufry.com

Sara Lizi
Relações com Investidores
Telefone: +55 21 2157 9901
sara.lizi@br.dufry.com

Rafael Duarte
Relações com Investidores
Telefone: +41 61 266 45 77
rafael.duarte@dufry.com

Karen Sharpes
Relações com a Imprensa Global
Telefone: +44 0 208 624 4326
karen.sharpes@dufry.com

Mario Rolla
Relações com a Imprensa Brasil
Telefone: +55 21 2157 9611
mario.rolla@br.dufry.com

Grupo Dufry – Líder global em varejo de viagem

A Dufry AG (SIX: DUFN; BM&FBOVESPA: DAGB33) é a líder global em varejo de viagem, com cerca de 2.200 lojas *duty-free* e *duty-paid* em aeroportos, navios de cruzeiro, portos, estações de trem e áreas turísticas localizadas no centro das cidades.

A Dufry emprega cerca de 29.000 colaboradores. A companhia, com matriz na Basileia, Suíça, atua em 63 países ao redor do mundo.

Responsabilidade social
A Dufry se preocupa com as crianças e apoia projetos sociais do SOS Kinderdorf no Brasil, no Camboja, no México, no Marrocos e na Costa do Marfim. A organização SOS Children's Villages é uma organização independente, não politica e não comercial, que atende crianças órfãs e carentes no mundo todo.

Media Release

Basel, March 16, 2016

Transformational year for Dufry with strong performance

In 2015, Dufry achieved a solid operational and financial performance: Turnover increased by 46.3% and reached CHF 6,139.3 million, while EBITDA amounted to CHF 723.8 million, with an EBITDA margin of 11.8%. Dufry also continued to prove its cash generation capability with net cash flow from operating activities of CHF 491.6 million before acquisition-related cash outflows. The covenant Net debt / EBITDA remained at 3.92x, versus new agreed threshold of 4.50x.

The primary focus in 2015 was the integration and delivery of synergies of Nuance, which was completed by year-end as originally planned. Combined with the acquisition of World Duty Free, consolidated from August 2015 onwards, the Nuance integration resulted in a transformational year for Dufry in many aspects. Dufry announced a new Group structure, introduced a new business operating model and refreshed its corporate identity together with its corporate values.

From a strategic and operational perspective, the two transformational acquisitions reinforce Dufry's global leadership in airport retail with 24% market share and are expected to generate a total of CHF 175 million of synergies, of which a first tranche of CHF 34 million is already reflected in the 2015 FY results.

2015 Results

Turnover

Turnover grew by 46.3% and reached CHF 6,139.3 million in 2015, from CHF 4,196.6 million one year earlier. Organic growth was -5.3%, mainly a result of like-for-like growth of -5.6%. Organic growth for the year was significantly impacted by the volatility in emerging market currencies, which reduced the purchasing power of certain emerging market consumers, most notably Brazilians and Russians. Organic growth excluding these two customer groups was 4.0%, thus underlining the positive performance of the vast majority of our business. Changes in scope, which include the consolidation of Nuance and WDF, added 51.8%, to the turnover growth, while the FX translation impact was -0.2%, as a result of opposing factors: the Swiss Franc appreciation versus the Euro in January 2015; and the appreciation of the US Dollar in the period.

Turnover in **Region EMEA & Asia** reached CHF 1,010.8 million in 2015, from CHF 1,194.5 million one year before. When measured in local currencies, turnover was flat in the region. In constant exchange rates (CER), growth was -8.1%.

Europe performed positively in general. In locations where Russians are a relevant customer base, the negative impact of the Russian Ruble devaluation was felt, most notably in Russia, and to a lesser extent in Greece. On the other hand, refurbishments implemented at Milan Malpensa and Bergamo airports drove growth in Italy, as did the revamp of our Extra-Schengen retail space at Athens airport. Other operations such as France and Czech Republic also showed good results.

Performance continued to be weak in Africa, affected by the instability especially in Northern Africa, which has directed tourist flows to nearby destinations like Greece and Spain. In the Middle East and

Asia, growth was seen in most of the operations, benefiting from the structurally higher passenger growth in the region. Highlights were the operations in Cambodia, China, Indonesia and South Korea, among others.

Region America I's turnover grew by 6.0% to CHF 808.4 million in 2015, versus CHF 763.0 million in the previous year. Growth in local currency reached 11%, while in CER, turnover grew by 1% in the period. Performance was positive in Central America, both in the Caribbean and in Mexico. In South America, our operations held up well, considering the currency volatility seen in the year, which impacts the purchasing power of local consumers.

Turnover in **Region America II** went to CHF 487.8 million in 2015, against CHF 683.3 million in 2014. When measured in local currencies, sales in the region declined by -5%. Turnover measured in CER declined sharply by -32%, directly reflecting the massive devaluation of the Brazilian Real against the US Dollar of 42% for the year, following a peak in the second half reaching 53%. This reduces the purchasing power of the Brazilians, who represent the most important customer group.

Region United States & Canada's turnover grew by 8.3% in 2015 (3.6% in CER) and reached CHF 1,043.2 million compared to CHF 963.1 million in 2014. Hudson continued to post sustained growth, both from a like-for-like and new concessions perspective. Other formats like duty-free shops and brand boutiques gained increasing importance in the region.

Nuance's turnover reached CHF 1,337.9 million from a four months consolidated turnover of CHF 536.6 million reported in 2014. Organic growth in the business performed in line with the Group. Most operations performed well, as it was the case of Portugal and Australia. Turkey and Russia were impacted by a lower number and reduced spend of Russian passengers.

Turnover in **World Duty Free** was CHF 1,410.0 million, from August to December of 2015. On a pro-forma basis, organic growth in the period reached 9.6%. While performance in the UK was slightly positive despite of the strengthening of the British Pound, Spain posted strong growth through a strong passenger growth including higher inflow of tourists going to other destinations in previous years, such as Tunisia or Egypt. Operations in North America and MEA regions had good performance, while South America had a softer trading due to the currency volatility in the region.

Financial Results

Gross profit reached CHF 3,574.7 million in 2015, compared to CHF 2,463.6 million one year earlier, representing a growth of 45.1%. Gross margin moved from 58.7% to 58.2% year-on-year, influenced by the consolidation of Nuance and World Duty Free. Excluding the impact from acquisitions, gross margin would have reached 59.1%.

Selling expenses reached CHF 1,684.0 million in 2015, versus CHF 1,023.3 million in the previous year. As a percentage of turnover they went to 27.4% in 2015, from the 24.4% seen in 2014. The change is a result of the consolidation of Nuance and World Duty Free.

Personnel and general expenses as a percentage of turnover reached 13.9%, 60 basis points lower versus 2014. General expenses also saw a reduction as a percentage of turnover, declining by 100 basis points to 5.1%. For both lines the improvement is a consequence of the consolidation of Nuance and WDF and the efficiencies achieved from the reorganization of our operations in Brazil and Russia.

EBITDA[1] reached 723.8 million, 25.6% higher versus the CHF 576.5 million reported in 2014. The EBITDA margin was 11.8% in 2015, compared to 13.7% in 2014. In 2015, a first tranche of around CHF 34 million of Nuance synergies were already included in the results.

Depreciation, as a percentage of turnover, remained nearly stable at 2.2% compared to 2.1% in 2014. In absolute terms it reached CHF 135.8 million in 2015 from CHF 88.2 million in the previous year. **Amortization** was CHF 148.3 million higher when compared to 2014 and reached CHF 309.0 million in 2015, as a result of the additional amortization generated by the acquisitions of Nuance and WDF. Due to the linear accrual of amortization, the quarterly seasonality in earnings will be even more pronounced in 2016.

Linearization amounted to CHF -29.2 million in 2015. Linearization is a non-cash item essentially related to the Spanish business. It originates from the difference between the average minimum guarantee (MAG) over the full concession period and the MAG payable in the period. It also includes the non-cash effect of the concession fee pre-payment in Spain. Linearization will fluctuate along the year due to seasonality.

Other operational result (net) was CHF -117.1 million, of which CHF -77.4 million are due to restructuring costs of Nuance and transaction costs related to the WDF acquisition. One-offs from restructuring of other operations including Brazil and Russia amounted to CHF 7.4 million. **EBIT** went to CHF 132.7 million from CHF 208.9 million in the previous year.

Financial results (net) increased by CHF 20.0 million and reached CHF 179.5 million in 2015 from CHF 159.5 million in 2014. The increase is a result of the higher net debt level as well as of the non-recurring costs of CHF 31.9 million related to the acquisition of WDF.

Income tax was positive by CHF 10.1 million in 2015, versus an expense of CHF 20.4 million one year before. In 2015 taxes were impacted by acquisition-related transaction and financing costs, as well as deferred taxes.

Net earnings reached CHF -36.9 million in 2015. Excluding non-recurring costs related to the acquisitions of Nuance and World Duty Free, cash earnings, which also adds back the acquisition-related amortization, reached CHF 292.1 million and the respective cash EPS reached 6.38, compared to CHF 6.60 in 2014 (also excluding one-offs).

Solid financial structure

Net cash flow from operating activities reached CHF 491.6 million before acquisition-related cash outflows in 2015, from CHF 405.1 million one year earlier. In 2015, CAPEX was CHF 164.6 million compared to CHF 197.6 million in 2014. Free cash flow was CHF 338.4 million, excluding cash outflows related to the Nuance and World Duty Free transactions.

Net debt amounted to CHF 3,957.9 million at the end of December 2015 (2014: CHF 2,354.4 million). Our main covenant, net debt/adjusted EBITDA, was 3.92x at year-end 2015.

[1] EBITDA before Other operational result

Dufry´s priorities going forward: Integrate WDF, focus on cash generation and deleveraging, as well as drive organic growth

Julian Diaz, CEO of Dufry Group, said: "2015 was a transformational year for Dufry mostly characterized by the full integration of Nuance and the acquisition of World Duty Free. While these acquisitions allowed us to further develop our company, they also generated the need for important structural and organizational changes. In addition to our dedication in building the new Dufry, we strongly focused on driving organic growth in a tough economic environment impacted by considerable FX volatilities. In this context we opened a total of 189 new shops representing 18,700 m^2 of new retail space.

2016 will be an important year with many challenges. The clear priority will be the integration of WDF. We want to seize the opportunity to build the strongest team of travel retail experts ever and at the same time implement the new business operating model identifying efficiencies and creating value through synergies. Since the fourth quarter of 2015, we have developed a specific action plan for the integration and we have now started its execution, which our teams expect to complete by mid 2017.

As it has always been the case after acquisitions in the past, also this time, deleveraging is a priority for us. Apart from the integration process and the related synergies, we will be monitoring costs, net working capital and investments closely to drive cash generation. Our goal is to deleverage the company to our target leverage level of 2-3x net debt/EBITDA within the next 18-24 months.

In terms of accelerating organic growth, Dufry has already launched a wide range of initiatives last year, which have shown good results and which will be continued in 2016. The most important ones are the refurbishment plan and the brands plan, both of which have proven to generate additional sales. Furthermore, we piloted a variety of customer oriented activities, such as the loyalty program called «Dufry Red» or the «VIP voucher», which will also be further expanded. We have already signed projects securing additional 19,600 m^2, of new retail space to be opened in 2016 and we will focus on capitalizing on our strong project pipeline adding additional opportunities for new concessions the market continues to provide.

From a market perspective, 2016 started again with very volatile financial markets, thus reducing visibility. Nevertheless, for this year, the drivers of additional growth will be the positive global trends for travel retail, which will continue to provide growing passenger numbers expected to increase by over 6% for the year. Last but not least, we will benefit from our highly diversified geographic footprint and the large locations network, which considerably reduces the company's exposure to any external factor's impact, which are typically related to single countries or regions.

Key Figures Dufry Group

In CHF million	FY 2015		FY 2014		Var.
Turnover	6,139.3		4,196.6		
Gross Profit	3,574.7	*58.2%*	2,463.6	*58.7%*	45.1%
EBITDA (before other operational results)	723.8	*11.8%*	576.5	*13.7%*	25.6%
Net Earnings to Equity Holders	-79.3	*-1.3%*	51.6	*1.2%*	
Cash EPS (in CHF)	3.99		5.24		
Excl. one-offs from WDF acquisition	6.38		6.60		

Dufry's 2015 Report is available on the following link:
http://www.dufry.com/en/Investors/FinancialReports/

For further information please contact:

Renzo Radice
Corporate Communications & Investor Relations
Phone: +41 61 266 44 19
renzo.radice@dufry.com

Sara Lizi
Investor Relations
Phone: +55 21 2157 9901
sara.lizi@br.dufry.com

Rafael Duarte
Investor Relations
Phone +41 61 266 45 77
rafael.duarte@dufry.com

Karen Sharpes
Global Trade Media Relations
Phone +44 0 208 624 4326
karen.sharpes@dufry.com

Mario Rolla
Media Relations Brazil
Phone: +55 21 2157 9611
mario.rolla@br.dufry.com

Dufry Group – A leading global travel retailer

Dufry AG (SIX: DUFN; BM&FBOVESPA: DAGB33) is a leading global travel retailer operating around 2,200 duty-free and duty-paid shops in airports, cruise lines, seaports, railway stations and downtown tourist areas.

Dufry employs close to 29,000 people. The Company, headquartered in Basel, Switzerland, operates in 63 countries in all five continents.

SOS CHILDREN'S VILLAGES

Social Responsibility
Dufry cares for children and supports social projects from SOS Kinderdorf in Brazil, Cambodia, Mexico, Morocco and Ivory Coast. SOS Children's Villages is an independent, non-political and non-demonstrational organization established for orphaned and destitute children all over the world.