

## Comunicado ao Mercado

Basileia, 2 de Maio de 2017

### **Crescimento orgânico da Dufry continua acelerado, atingindo 7,2% no primeiro trimestre de 2017**

A receita líquida totalizou CHF 1.706,8 milhões no primeiro trimestre de 2017, impulsionada pelo crescimento orgânico que acelerou ainda mais e atingiu 7,2%. A margem bruta melhorou ainda mais alcançando 59,6%, com a contribuição das sinergias da aquisição da World Duty Free (WDF). O EBITDA cresceu para CHF 154,7 milhões, enquanto que a margem EBITDA cresceu 0,1% atingindo 9,1%.

No primeiro trimestre de 2017, o crescimento orgânico continuou a acelerar e alcançou 7,2%, como resultado de um crescimento estável na maior parte das localidades e um desempenho melhor em negócios específicos, que foram positivamente impactados pelos viajantes Brasileiros e Russos. Como resultado das sinergias da WDF, a margem bruta aumentou em 1,0%, de 58,6% no 1T 2016 para 59,6%. O EBITDA em termos absolutos totalizou CHF 154,7 milhões comparado a CHF 146,5 milhões no 1T 2016, enquanto que a margem EBITDA também aumentou para 9,1%.

Do ponto de vista operacional, a Dufry continuou a focar na aceleração do desenvolvimento dos negócios. Até o mês de março, foram reformados 7.200 m<sup>2</sup> e planeja-se reformar mais 19.500 m<sup>2</sup> em 2017. A respeito da nova área de vendas, foram adicionados 5.600 m<sup>2</sup> de área de vendas bruta e já foi assinado contratos para a abertura de mais 23.000 m<sup>2</sup> em 2017/18.

Além disso, a Dufry iniciou a implantação do Modelo Operacional do Negócio (BOM) a nível de país no primeiro trimestre. O Modelo Operacional do Negócio tem como objetivo implementar as melhores práticas, processos e procedimentos comuns por todo o grupo, gerando eficiências adicionais. A expansão será executada durante 2017 e 2018 em todos os países. O BOM tem expectativa de ser concluído até o final de 2018 e tem previsão para começar a gerar retorno ao final de 2017.

#### **RECEITA LÍQUIDA**

A receita líquida cresceu 4,7% atingindo CHF 1.706,8 milhões no primeiro trimestre de 2017 comparado a CHF 1.630,2 milhões um ano antes. O crescimento orgânico continuou a acelerar para 7,2% no primeiro trimestre de 2017 (5,6% no 4T 2016), com o crescimento em mesmas lojas responsável por todo o aumento. A contínua aceleração do crescimento orgânico no primeiro trimestre de 2017 reflete o crescimento estável em mercados tais como Estados Unidos, Reino Unido e Espanha assim como melhorias significativas observadas em diversas localidades, como América do Sul, Leste Europeu e Turquia. Por fim, mas não menos importante, mudanças no escopo foram de -0,6% relacionadas ao antigo negócio de atacado da Nuance, fechado em maio de 2016. O efeito cambial foi de -1,9% no primeiro trimestre de 2017.

#### **Sul da Europa e África**

A receita líquida totalizou CHF 288,8 milhões no primeiro trimestre de 2017 comparado a CHF 286,9 milhões um ano antes. O crescimento orgânico na divisão alcançou 2,8%. Espanha e Portugal tiveram desempenho positivo de um dígito, enquanto a Grécia permaneceu praticamente estável. A Itália

apresentou sólido desempenho e a Turquia também reportou bom crescimento, apesar da baixa temporada, impulsionado pelo retorno dos turistas Russos. O fechamento de algumas lojas limitou o crescimento orgânico, mas ao longo do ano, esse efeito será compensado por novas áreas de varejo que se tornarão operacionais.

#### **Reino Unido, Centro e Leste Europeu**

A receita líquida cresceu para CHF 415,5 milhões no primeiro trimestre de 2017, contra CHF 427,6 milhões no ano anterior. O crescimento orgânico na divisão alcançou 8,8%. As operações no Reino Unido continuaram com forte desempenho. A performance na Rússia e em outras localidades do Leste Europeu apresentou uma forte recuperação e a maioria das operações teve crescimento de dois dígitos.

#### **Ásia, Oriente Médio e Austrália**

A receita líquida totalizou CHF 188,5 milhões no primeiro trimestre de 2017 contra CHF 187,2 milhões no mesmo período em 2016. O crescimento orgânico na divisão foi de -0,4%. No Oriente Médio, Jordânia e Sharjah tiveram bom desempenho. Na Ásia, a maioria das operações apresentaram uma boa performance, tais como Coreia do Sul, Indonésia, Camboja e China. Em Macau houve um aumento no volume das vendas, enquanto que Hong Kong e Singapura também apresentaram melhora, mas continuaram em patamar negativo. O desempenho em Melbourne, na Austrália, foi impactado pelo fechamento temporário relacionado a ampla reforma da área de vendas.

#### **América Latina**

A receita líquida atingiu CHF 400,2 milhões no 1T 2017 comparado a CHF 351,8 milhões um ano antes, com crescimento orgânico de 12,7%. Na América Central, todas as principais operações performaram muito bem, incluindo o México, Porto Rico, República Dominicana e as operações em cruzeiros, para citar algumas. Na América do Sul, todas as operações apresentaram bom desempenho, com Brasil, Uruguai, Peru e Chile crescendo dois dígitos, enquanto que Argentina e Equador, apresentaram crescimento de um dígito.

#### **América do Norte**

A receita líquida atingiu CHF 392,1 milhões comparado a CHF 367,3 milhões no primeiro trimestre de 2016. O crescimento orgânico atingiu 4,8%, como resultado do sólido desempenho nos Estados Unidos e Canadá, tanto nos negócios *duty-free* como *duty-paid*.

### **RESULTADO FINANCEIRO**

As recentes aquisições acentuaram ainda mais a sazonalidade inerente ao negócio da Dufry. Como a maior parte dos negócios está localizada no hemisfério Norte, os meses de verão representam uma parte importante do fluxo de passageiros. Consequentemente, o primeiro trimestre é o período menos importante do ano para a receita, lucratividade e geração de caixa, que estão mais concentradas no segundo e terceiro trimestre. Além disso, o primeiro trimestre de 2017, quando comparado ao 1T 2016, foi impactado por menos um dia de vendas em Fevereiro e pela Páscoa, que este ano aconteceu no segundo trimestre.

#### **Lucro bruto: Forte contribuição das sinergias**

A margem bruta melhorou em 1,0% atingindo 59,6% no 1T 2017 contra 58,6% no ano anterior. A melhoria deve-se às sinergias da aquisição da WDF, que foi concluída no final de 2016.

### **Melhora na margem EBITDA<sup>1</sup>; 1T como o trimestre menos relevante do ano**

O EBITDA totalizou CHF 154,7 milhões e cresceu 5,6% ano contra ano. A margem EBITDA foi de 9,1% no primeiro trimestre de 2017, um aumento de 0,1% no ano. Apesar da margem bruta ter impactado positivamente o desempenho, o maior peso em termos de sazonalidade de alguns custos operacionais (tais como despesa de pessoal) limitou uma expansão mais significativa na margem EBITDA no primeiro trimestre. O primeiro trimestre é tipicamente o trimestre menos importante em termos de margens, devido à sazonalidade do negócio: em 2017, o efeito é ainda mais pronunciado devido a um dia de venda a menos e pela Páscoa, que este ano aconteceu no segundo trimestre.

### **EBIT: Aumento da sazonalidade impacta ainda mais a Depreciação, Amortização e Linearização**

O EBIT atingiu CHF -22,5 milhões até março comparado à CHF -39,5 milhões no mesmo período em 2016. A depreciação permaneceu praticamente estável como percentual da receita (-2,4%) e a amortização de CHF -89,1 milhões foi menor em termos absolutos quando comparada ao 4T 2016 (CHF -94,0 milhões). A Linearização (efeito não caixa relacionado às concessões na Espanha) atingiu CHF -41,0 milhões. A Linearização varia trimestralmente e devido à sazonalidade, o maior valor é alocado no primeiro trimestre.

### **Lucro Líquido: Aumento da sazonalidade também reflete no lucro do 1T**

O lucro líquido atribuído aos acionistas da controladora melhorou e ficou em CHF -60,8 milhões no primeiro trimestre de 2017, comparado a CHF -85,6 milhões um ano antes. O resultado financeiro, líquido, foi reduzido para CHF -41,6 milhões no primeiro trimestre de 2017, como consequência do pagamento antecipado da *Senior Note* de USD 500 milhões com vencimento em 2020. O imposto de renda foi positivo em CHF 10,2 milhões, impactado principalmente pelos impostos diferidos. A linha de Minoritários totalizou CHF 6,9 milhões no primeiro trimestre de 2017, contra CHF 5,6 milhões um ano antes.

O lucro caixa, que inclui a amortização relacionada à aquisição, alcançou CHF 15,4 milhões contra CHF -2,7 milhões no período em 2016. O respetivo lucro por ação caixa ficou em CHF 0,29 comparado à CHF -0,05 no 1T 2016.

### **Fluxo de Caixa**

O fluxo de caixa antes do capital de giro líquido alcançou CHF 156,8 milhões no primeiro trimestre de 2017 comparado a CHF 156,4 milhões no mesmo período do ano passado. Enquanto que o capital de giro líquido principal teve mais uma melhora quando medido como percentual da receita (1T 17: 5,6%; 1T 16: 5,9%), outros itens do capital de giro líquido aumentaram, impactados pela sazonalidade e também por um maior Investimento, que cresceu e atingiu CHF 77,4 milhões, contra CHF 44,4 milhões no mesmo período do ano passado. Como resultado, o fluxo de caixa livre totalizou CHF -82,5 milhões no período, comparado a CHF 78,8 milhões no ano anterior.

### **Dívida líquida: limite confortável de *covenants***

A dívida líquida totalizou CHF 3.838,3 milhões ao final de Março de 2017, comparado a CHF 3.750,4 milhões em dezembro de 2016. O principal *covenant*, dívida líquida/ EBITDA ajustado, foi de 3,79x em 31 de Março de 2017 (3,94x em 31 de Março de 2016) contra um limite máximo de 4,50x.

---

<sup>1</sup> EBITDA antes de outros resultados operacionais

## **Crescimento orgânico continua a melhorar; foco na geração de caixa e na desalavancagem**

Julián Díaz, Diretor-Presidente do Grupo Dufry, comentou: “Estou muito confiante com o bom início que tivemos em 2017. Os esforços que empenhamos e as medidas implementadas para a recuperação do crescimento orgânico estão finalmente demonstrando um impacto significativo no desempenho das vendas, em conjunto com condições econômicas e políticas mais favoráveis em diversos mercados. Após o crescimento orgânico se tornar positivo no terceiro trimestre de 2016 atingindo +1,3%, reportamos um crescimento orgânico de +5,6% no quarto trimestre, e agora reportamos um bom início em 2017 com o crescimento orgânico acelerando para 7,2%.

O desempenho da Dufry melhorou consideravelmente quando comparado ao ano passado, devido ao bom desempenho contínuo em importantes mercados tais como Espanha, Reino Unido e Estados Unidos, e também devido a melhorias observadas nos dois últimos trimestres de 2016 em localidades distintas, como a América do Sul, Rússia e Turquia, que também continuaram com desempenho positivo no 1T 2017 e nas primeiras semanas do segundo trimestre.

Tendo concluído com sucesso a integração da WDF antes do planejado, esperamos que as sinergias da WDF estejam totalmente refletidas na demonstração de resultados até o final de 2017. Nosso foco para 2017 e 2018 será na implementação do Modelo Operacional do Negócio, que irá gerar eficiências adicionais até o final de 2018. A geração de caixa e a desalavancagem permanecem como as metas mais importantes em 2017. Em relação ao crescimento orgânico, continuaremos direcionando a expansão da área de vendas e também implementaremos mais iniciativas para aumentar o gasto por passageiro.

Os fundamentos da Dufry são fortes, e nossa estratégia de diversificação através das localidades e canais colocam a Dufry na posição certa para se beneficiar fortemente de um ambiente de negócios normalizado. Na Dufry, estamos todos comprometidos e trabalhando para um ano de sucesso.”

### **Principais Indicadores do Grupo Dufry**

Em CHF milhões	1T 2017		1T 2016		Var.
Receita	1.706,8		1.630,2		4,7%
Lucro Bruto	1.017,2	59,6%	954,5	58,6%	6,6%
EBITDA (antes de outros resultados operacionais)	154,7	9,1%	146,5	9,0%	5,6%
Resultado atribuído a acionistas da controladora	-60,8	-3,6%	-85,6	-5,3%	
LPA ajustado (em CHF)	0,29		-0,05		

O relatório financeiro do 1T 2017 da Dufry está disponível no seguinte link:

<https://www.dufry.com/pt/investidores/relatorios-apresentacoes-e-publicacoes-de-ri>

Para mais informações, por favor entre em contato com:

Renzo Radice  
Diretor Global de RI e Comunicação Corporativa  
Telefone: +41 61 266 44 19  
[renzo.radice@dufry.com](mailto:renzo.radice@dufry.com)

Sara Lizi  
Relações com Investidores  
Telefone: +55 21 2157 9901  
[sara.lizi@br.dufry.com](mailto:sara.lizi@br.dufry.com)

Rafael Duarte  
Relações com Investidores  
Telefone +41 61 266 45 77  
[rafael.duarte@dufry.com](mailto:rafael.duarte@dufry.com)

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

Mario Rolla  
Relações com Imprensa - Brasil  
Telefone: +55 21 2157 9611  
[mario.rolla@br.dufry.com](mailto:mario.rolla@br.dufry.com)

#### Dufry Group – A leading global travel retailer

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



SOS CHILDREN'S  
VILLAGES

#### 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 política e não comercial, que atende crianças órfãs e carentes no mundo todo.

## Media Release

Basel, May 2, 2017

### **Dufrey's organic growth continues to accelerate to 7.2% in the first quarter of 2017**

**Turnover amounted to CHF 1,706.8 million in the first quarter of 2017, driven by organic growth, which accelerated further and reached 7.2%. Supported by synergies from the World Duty Free (WDF) acquisition, gross profit margin further improved to 59.6%. EBITDA increased to CHF 154.7 million, while EBITDA margin expanded by 10 basis points to 9.1%.**

In the first quarter of 2017 organic growth continued to accelerate and reached 7.2%, as a result of stable growth in most locations and improved performance in specific businesses positively impacted by Brazilian and Russian travellers. As a result of the WDF synergies, gross margin increased by 100 basis points, to 59.6% from 58.6% in Q1 2016. EBITDA in absolute amounts reached CHF 154.7 million from CHF 146.5 million in Q1 2016, while the EBITDA margin also increased to 9.1%.

From an operational perspective Dufrey continued to focus on accelerating business development. In the year to March, we have refurbished 7,200 m<sup>2</sup> and additionally plan to refurbish 19,500 m<sup>2</sup> in 2017. With respect to new retail space, we have added 5,600 m<sup>2</sup> of gross retail space and have already signed contracts for opening further 23,000 m<sup>2</sup> in 2017/18.

Moreover, Dufrey launched the business operating model deployment at country level in the first quarter. The business operating model aims at implementing best practices and common processes and procedures across the group, generating additional efficiencies. The roll-out will be executed throughout 2017 and 2018 in all countries. The BOM is expected to be completed by the end of 2018 and to start generating additional profitability towards the end of 2017.

#### **TURNOVER**

Turnover grew by 4.7% reaching CHF 1,706.8 million in the first quarter of 2017 from CHF 1,630.2 million one year earlier. Organic growth continued to accelerate to 7.2% in the first quarter of 2017 (5.6% in Q4 2016), with like-for-like growth accounting for the whole increase. The continued acceleration of organic growth in the first quarter of 2017 reflects the steady growth in markets like the United States, the UK and Spain as well as significant improvements seen in several locations namely in South America, Eastern Europe and Turkey. Last but not least, changes in scope were -0.6%, related to the former Nuance wholesale business already closed in May 2016. The translational FX effect was -1.9% in the first quarter of 2017.

#### **Southern Europe and Africa**

Turnover reached CHF 288.8 million in the first quarter of 2017, from CHF 286.9 million one year before. The organic growth in the division reached 2.8%. Spain and Portugal had positive single digit performance, while Greece remained practically stable. Italy had solid performance and Turkey also posted good growth, despite being low season, due to the return of the Russian tourists. The closure of some shops limited organic growth but along the year, this effect is going to be compensated with new retail space becoming operational.

### **UK, Central and Eastern Europe**

Turnover grew to CHF 415.5 million in the first quarter of 2017, versus CHF 427.6 million in the previous year. Organic growth in the division reached 8.8%. The operations in the United Kingdom continued to perform strongly. Performance in Russia and other Eastern European locations rebounded strongly and most operations grew double digits.

### **Asia, Middle East and Australia**

Turnover went to CHF 188.5 million in the first quarter of 2017, against CHF 187.2 million in the same period in 2016. The organic growth in the division was -0.4%. In the Middle East, Jordan and Sharjah performed well. In Asia, most operations performed well such as South Korea, Indonesia, Cambodia and China. Macao saw a pickup of the sales volumes, while Hong Kong and Singapore also improved, but remained in negative territory. The performance in Melbourne, Australia, was impacted by the temporary closing related to the comprehensive refurbishment of the retail space.

### **Latin America**

Turnover reached CHF 400.2 million in Q1 2017 from CHF 351.8 million one year earlier and organic growth reached 12.7%. In Central America, all main operations performed very well, including Mexico, Puerto Rico, Dominican Republic and our cruise business, to name a few. In South America, all operations also did well, with Brazil, Uruguay, Peru and Chile growing double digits, while Argentina and Ecuador grew single digits.

### **North America**

Turnover reached CHF 392.1 million compared to CHF 367.3 million in the first quarter of 2016. Organic growth reached 4.8%, as a result of solid performance in the United States and Canada, in both duty-free and duty-paid businesses.

## **FINANCIAL RESULTS**

The recent acquisitions have further accentuated the inherent seasonality of the Dufry business. As most of our businesses are located in the Northern hemisphere, the summer months represent an important part of the passenger flows. Consequently, the first quarter is the least important period of the year for turnover, profitability and cash generation, which are more concentrated in the second and third quarters. Moreover, the first quarter 2017 was impacted as compared to Q1 2016 by one less sales day in February and the shift of Easter into the second quarter.

### **Gross profit: Strong contribution from synergies**

Gross margin improved by 100 basis points to 59.6% in Q1 2017 from 58.6% in the previous year. The improvement is due to the synergies of the WDF acquisition, which has been completed at the end of 2016.

### **EBITDA<sup>1</sup> margin improved; Q1 is the less significant quarter of the year**

EBITDA reached CHF 154.7 million and grew by 5.6% year-on-year. EBITDA margin was 9.1% in the first quarter of 2017, an increase of 10 basis points year-on-year. Although gross margin positively impacted the performance, the seasonally higher weight of certain operational cost (such as personnel expenses) limited a more pronounced expansion of the EBITDA margin in the first quarter. The first quarter is typically the least important quarter in terms of margins, due to the seasonality of the business: in 2017 the effect is even accentuated by one less sales day and the shift of Easter into the second quarter.

---

<sup>1</sup> EBITDA before Other operational result

**EBIT: Seasonality impact further increased due to D&A and Linearization**

EBIT reached CHF -22.5 million in the year to March compared to CHF -39.5 million in the same period in 2016. Depreciation remained nearly stable as a percentage of turnover (-2.4%) and amortization of CHF -89.1 million was lower in absolute terms as compared to Q4 2016 (CHF -94.0 million). Linearization (non-cash accounting treatment in regards to Spanish concessions) reached CHF -41.0 million. Linearization varies by quarter and due to seasonality the first quarter is charged the most.

**Net earnings: Increased seasonality also reflected in Q1 earnings**

Net earnings to equity holders improved and stood at CHF -60.8 million in the first quarter of 2017, compared to CHF -85.6 million one year earlier. Financial results, net, were reduced to CHF -41.6 million in the first quarter 2017 as consequence of the repayment of the USD 500 million Senior Notes expiring in 2020. Income tax was positive by CHF 10.2 million, impacted mainly by deferred taxes. Minorities were CHF 6.9 million in the first quarter of 2017, versus CHF 5.6 million one year earlier.

Cash earnings, which add back the acquisition-related amortization, reached CHF 15.4 million from CHF -2.7 million in the same period in 2016. The respective Cash EPS came in at CHF 0.29, compared to CHF -0.05 in Q1 2016.

**Cash Flow**

Cash flow before net working capital reached CHF 156.8 million in the first quarter of 2017 from CHF 156.4 million in the same period last year. While core net working capital showed a further improvement when measured as a percentage of turnover (Q1'17: 5.6%; Q1'16: 5.9%), other net working capital items increased impacted by seasonality as well as higher Capex, which grew to CHF 77.4 million, versus CHF 44.4 million in the same period last year. As a result, free cash flow reached CHF -82.5 million in the period, from CHF 78.8 million in the previous year.

**Net Debt: comfortable covenants headroom**

Net debt amounted to CHF 3,838.3 million at the end of March 2017, compared to CHF 3,750.4 million in December 2016. Our main covenant, net debt/adjusted EBITDA, was 3.79x as per 31 March 2017 (31 March 2016: 3.94x) against a maximum threshold of 4.50x.

**Organic growth continues to improve; focus on cash generation and deleveraging**

Julian Diaz, CEO of Dufry Group, commented: "I am very confident with the good start we had in 2017. The efforts we have put and the measures we have implemented to recover organic growth are finally showing a significant impact in the sales performance, together with better economic and political conditions in several markets. After turning positive in the third quarter of 2016 with a +1.3% organic growth, we posted +5.6% organic growth in Q4, and now report a good start into 2017 with organic growth accelerating to 7.2%.

Dufry's performance has considerably improved as compared to last year, due to the ongoing good performance in important markets such as Spain, the UK and the US, and as the improvements seen in the last two 2016 quarters in distinct locations such as South America, Russia and Turkey also continued positively in Q1 2017 as well as in the first weeks of the second quarter.

Having successfully completed the WDF integration ahead of plan, we are expecting to see the WDF synergies fully reflected in the P&L by the end of 2017. Our focus for 2017 and 2018 will be on implementing the business operating model, which will generate additional efficiencies by the end of 2018. Cash generation and deleveraging remain the most important targets in 2017. With respect to

organic growth we will continue to both drive expansion of retail space as well as implement further initiatives to increase spend per passenger.

Dufry's fundamentals are strong, and our strategy of diversification by geographies and channels puts Dufry in the right position to strongly benefit from the normalized business environment. At Dufry we are all committed and working towards a successful year."

### Key Figures Dufry Group

In CHF million	Q1 2017		Q1 2016		Var.
Turnover	1,706.8		1,630.2		4.7%
Gross Profit	1,017.2	59.6%	954.5	58.6%	6.6%
EBITDA (before other operational results)	154.7	9.1%	146.5	9.0%	5.6%
Net Earnings to Equity Holders	-60.8	-3.6%	-85.6	-5.3%	
Cash EPS (in CHF)	0.29		-0.05		

Dufry's Q1 2017 Financial Report is available at the following link:

<https://www.dufry.com/en/investors/ir-reports-presentations-and-publications>

For further information please contact:

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

Sara Lizi  
Investor Relations  
Phone: +55 21 2157 9901  
[sara.lizi@br.dufry.com](mailto:sara.lizi@br.dufry.com)

Rafael Duarte  
Investor Relations  
Phone +41 61 266 45 77  
[rafael.duarte@dufry.com](mailto:rafael.duarte@dufry.com)

Karen Sharpes  
Global Trade Media Relations  
Phone +44 0 208 624 4326  
[karen.sharpes@dufry.com](mailto:karen.sharpes@dufry.com)

Mario Rolla  
Media Relations Brazil  
Phone: +55 21 2157 9611  
[mario.rolla@br.dufry.com](mailto: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 over 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.