Comunicado ao Mercado

Basileia, 31 de outubro de 2017

Dufry apresenta forte desempenho na alta temporada, com elevado crescimento orgânico e geração de caixa nos nove primeiros meses de 2017

Nos nove primeiros meses de 2017, a receita líquida alcançou CHF 6.270,5 milhões, impulsionada pelo forte crescimento orgânico no Grupo, que aumentou 7,9%. A margem bruta cresceu 1% para 59,4% no período. O EBITDA cresceu em 8,5% e atingiu CHF 743,6 milhões. A geração de fluxo de caixa livre foi consideravelmente forte no terceiro trimestre, atingindo CHF 337,1 milhões.

O aumento da receita continuou forte e alcançou 6,7% nos primeiros nove meses de 2017. O crescimento orgânico permaneceu em níveis altos e atingiu 7,9% até setembro, refletindo o melhor desempenho registrado desde 2011. A maioria dos mercados teve bom desempenho e a temporada de verão foi forte, em particular nas operações no Mediterrâneo, principalmente na Turquia. O crescimento orgânico continuou em níveis elevados no terceiro trimestre com 7,6%.

A margem bruta cresceu em 1%, impulsionada pelas sinergias da integração da World Duty Free, concluída em 2016. O EBITDA cresceu 8,5% e alcançou CHF 743,6 milhões nos primeiros nove meses de 2017, o que representa uma margem de 11,9%. O bom desempenho também é refletido no resultado, com o lucro caixa por ação crescendo 27,7% e totalizando CHF 5,81.

A geração de caixa foi forte no terceiro trimestre de 2017, com o fluxo de caixa livre totalizando CHF 337,1 milhões – o maior valor já registrado trimestralmente. Dada a sazonalidade do negócio, o terceiro trimestre geralmente apresenta a geração de caixa mais forte do ano. A Dufry continuou a diminuir a dívida líquida, que atingiu CHF 3.475,7 milhões em setembro de 2017. No acumulado do ano, a redução total da dívida foi de CHF 274,7 milhões.

Dando continuidade à estratégia de aceleração do crescimento orgânico, a Dufry continuou a executar seu atual Plano de Desenvolvimento de Lojas. Até setembro, a Dufry expandiu sua área de vendas em mais de 20.500 m² em 135 lojas, através de novas aberturas e expansões, e também reformou mais de 23.000 m² através de 60 lojas. Além disso, a Dufry assinou contratos que irão adicionar 18.000 m² ao portfólio no restante de 2017 e em 2018.

No início de outubro, a Dufry emitiu com sucesso EUR 800 milhões em títulos de dívida (Senior Notes), com vencimento em 2024 e taxa de juros de 2,5%. Os recursos serão utilizados para liquidar antecipadamente o valor do principal existente de EUR 500 milhões das Senior Notes com vencimento em 2022, com taxa de juros de 4,5%, e reduzir a dívida bancária. Atualmente, a Dufry também está avaliando refinanciar suas linhas de crédito.

RECEITA LÍQUIDA

A Receita Líquida totalizou CHF 6.270,5 milhões nos primeiros nove meses de 2017, comparado a CHF 5.877,2 milhões no ano anterior. O aumento de 6,7% até setembro foi

impulsionado principalmente pelo desenvolvimento positivo do crescimento orgânico, que alcançou +7,9%. Mudanças no escopo totalizaram -0,3% e o impacto da variação cambial foi de -0,9%.

Sul da Europa e África
A receita totalizou CHF 1.433,9 milhão nos nove primeiros meses de 2017, contra CHF 1.319,3 milhão um ano antes. O crescimento orgânico acelerou para 7,7% nos primeiros nove meses de 2017, impulsionado pelo forte terceiro trimestre, que registrou crescimento orgânico de 10,1%. A maioria das operações da divisão teve bom desempenho. No Sul da Europa, a Turquia teve forte crescimento devido ao retorno dos turistas Russos ao país. A França, Grécia, Malta e Espanha também apresentaram crescimento positivo. A África registrou forte desempenho com a maioria das operações com crescimento de dois dígitos até setembro.

Reino Unido, Centro e Leste Europeu
Apoiada por um crescimento orgânico de 8,4%, a receita aumentou para CHF 1.604,8 milhão até setembro, comparada a CHF 1.576,6 milhão no respectivo período em 2016. No terceiro trimestre, o Reino Unido teve um bom desempenho e alcançou crescimento de 5,9% no período, apesar da forte base de comparação devido à anualização do impacto positivo causado pela desvalorização da libra esterlina em junho de 2016. Outros destaques da divisão foram as operações na Rússia e no Leste Europeu, assim como na Finlândia.

Ásia, Oriente Médio e Austrália
A receita alcançou CHF 574,0 milhões nos primeiros nove meses de 2017, contra CHF 569,4 milhões no mesmo período no ano anterior. O crescimento orgânico na divisão foi de 0,5% nos primeiros nove meses de 2017, acelerando no terceiro trimestre para 4,4%. A maioria das operações na divisão teve bom desempenho e contribuiu para a melhora. No Oriente Médio, as operações em Sharjah, Kuwait e Jordânia foram positivas. Na Ásia, a Coreia do Sul teve crescimento de dois dígitos, apesar da redução do número de viajantes chineses para o país. Tanto Hong Kong como Macau voltaram a crescer, registrando aumento de dois dígitos no terceiro trimestre. Outras operações incluindo Camboja, Bali e Singapura, também registraram aumento nas vendas. Após as recentes renovações, a loja de Melbourne está completamente operacional novamente, apresentando uma recuperação e se beneficiando das melhorias realizadas na loja.

América Latina
A receita cresceu 13,0% para CHF 1.262,0 milhão nos primeiros nove meses de 2017, comparado a CHF 1.116,9 milhão no ano anterior. O crescimento orgânico na divisão totalizou 12,7% no mesmo período, tendo alcançado 13,2% no terceiro trimestre. Na América do Sul, o Brasil, Uruguai, Chile, Peru e República Dominicana apresentaram um desempenho muito bom. A Dufry Cruise Services também registrou forte crescimento com o início das operações em novos navios.

América do Norte
A receita cresceu para CHF 1.327,3 milhão nos nove primeiros meses, contra CHF 1.245,2 milhão no mesmo período em 2016. O crescimento orgânico alcançou 6,0%, apoiado pela resiliência do negócio *duty-paid* e pelo bom desempenho das operações *duty-free*.

RESULTADO FINANCEIRO

Lucro bruto: sólida melhoria devido às sinergias da WDF
A margem bruta alcançou 59,4% nos primeiros nove meses de 2017, um crescimento de 1% em relação a 58,4% no ano anterior. A melhora deve-se às sinergias da integração da WDF, concluída ao final de 2016.

EBITDA[1] alcança CHF 743,6 milhões nos 9M 2017

O EBITDA totalizou CHF 743,6 milhões até setembro, comparado a CHF 685,4 milhões no ano anterior. A margem EBITDA foi de 11,9% nos primeiros nove meses de 2017, contra 11,7% nos 9M 2016. Enquanto a melhora da margem bruta apoiou o crescimento da margem EBITDA, taxas de concessão e despesas gerais mais altas impactaram parcialmente o desempenho. No período, os dois principais fatores para o aumento nas taxas de concessão foram: em primeiro lugar, o aumento no mínimo garantido na Espanha; e em segundo, o fato de que nas diversas operações onde contratos foram renovados, as novas taxas de concessão entraram em vigor imediatamente, enquanto que o desempenho das lojas foi impactado pelas reformas e obras de melhoria, sendo que o benefício total dessas ações será refletido somente após as conclusões das mesmas. Nesse sentido, Melbourne é um exemplo onde o crescimento será totalmente refletido daqui para frente, após a reforma ter sido concluída.

EBIT: Melhora de mais de 50% em relação ao ano passado

O EBIT aumentou 50,8% para CHF 292,0 milhões nos nove primeiros meses de 2017, contra CHF 193,6 milhões no mesmo período em 2016. A depreciação permaneceu em CHF -40,2 milhões no terceiro trimestre de 2017 comparada a CHF -37,4 milhões no 3T 2016. Da mesma forma, a amortização permaneceu praticamente estável em CHF -88,6 milhões no terceiro trimestre de 2017, comparado a CHF -90,6 milhões no 2T 2017. A Linearização (item não caixa relacionado às concessões na Espanha) alcançou CHF -35,1 milhões nos primeiros nove meses e CHF +11,2 milhões no terceiro trimestre. A Linearização varia a cada trimestre e devido à sazonalidade, o primeiro semestre é o mais impactado.

Forte crescimento do lucro

O lucro líquido alcançou CHF 122,0 milhões nos nove primeiros meses de 2017, uma melhora de CHF 92,1 milhões quando comparado ao mesmo período no ano anterior. Em relação ao lucro líquido, devido à alta sazonalidade do negócio, o segundo semestre do ano é consideravelmente mais forte que o primeiro. O lucro líquido atribuído aos acionistas da controladora alcançou CHF 84,7 milhões nos primeiros nove meses de 2017, contra CHF 0,2 milhão no ano anterior.

O resultado financeiro, líquido, atingiu CHF -42,6 milhões no terceiro trimestre de 2017, comparado a CHF -48,7 milhões no 2T 2017. O imposto de renda atingiu CHF -37,1 milhões, impactado pelos impostos diferidos. A linha de minoritários totalizou CHF 37,3 milhões até setembro, contra CHF 29,7 milhões nos primeiros nove meses de 2016.

O Lucro Caixa por ação, que desconsidera a amortização relacionada à aquisição, aumentou para CHF 5,81 comparado a CHF 4,55 nos primeiros nove meses de 2016.

Sólida geração de caixa

O fluxo de caixa antes da necessidade de capital de giro líquido cresceu 19,0% e atingiu CHF 733,6 milhões nos primeiros nove meses de 2017, comparado a CHF 616,3 milhões no ano anterior. Os investimentos no capital de giro líquido totalizaram CHF -6,5 milhões nos nove primeiros meses de 2017 e os investimentos totais foram de CHF 217,3 milhões, um crescimento em relação aos CHF 197,6 milhões nos primeiros nove meses de 2016.

Dívida Líquida: redução a caminho

A dívida líquida atingiu CHF 3.475,7 milhões ao final de setembro de 2017, CHF 151,9 milhões a menos que ao final de junho de 2017 (CHF 3.627,6 milhões). O principal *covenant* da Dufry, dívida líquida/EBITDA ajustado, foi de 3,45x em 30 de setembro de 2017, comparado ao limite acordado de 4,00x.

[1] EBITDA antes de outros resultados operacionais

Resultados sólidos no 3T; no caminho certo para atingirmos nossos objetivos de 2017

Julián Díaz, CEO do Grupo Dufry, comentou: “O desempenho no terceiro trimestre de 2017 me deixa muito otimista. Mesmo com uma forte base de comparação, a Companhia entregou sólidos resultados. Apesar da anualização do impacto positivo do Brexit, uma temporada de verão muito boa na Europa em conjunto com o forte desempenho na América Latina e aceleração do crescimento na Ásia, contribuíram para o crescimento orgânico robusto.

O varejo de viagem está em constante evolução e estamos atualmente vislumbrando mudanças consideráveis nos perfis dos consumidores e nos hábitos de compra dos nossos clientes, com um aumento na propensão da utilização da tecnologia digital. Adicionalmente, consumidores estão cada vez mais atraídos por experiências únicas e personalizadas. Essas são somente algumas razões do motivo pelo qual a Dufry tem se engajado e implementado sua estratégia digital para atrair mais clientes para as lojas e aumentar as vendas por passageiros.

Como parte de um dos principais elementos da nossa estratégia digital, inauguramos as duas primeiras Lojas da Nova Geração, em Melbourne e Madri. As lojas proporcionam uma experiência única, incluindo a digitalização dos colaboradores para que possam atender os clientes da melhor forma, além de nos permitir adaptar mensagens, ofertas e promoções para os diferentes perfis de viajantes presentes nos aeroportos. Nesse cenário, continuamos também a expandir as localidades com o serviço de Reservas, onde o cliente pode realizar seu pedido online antes da sua viagem e retirá-lo no aeroporto. Por fim, mas não menos importante, expandimos ainda mais nosso programa de fidelidade o “RED”, que dentre os demais benefícios, nos permite enviar ofertas personalizadas para os clientes, no momento em que estão nos aeroportos. Acreditamos fortemente na digitalização do negócio, que contribui para que o mercado de varejo de viagem se torne um canal potencial no futuro.

Em relação às novas aberturas e reformas, inauguramos mais de 20.500 m² de nova área e já reformamos mais de 23.000 m² até setembro.

Entre outros, reformamos as lojas localizadas na área Intra-Schengen (área de livre circulação de viajantes provenientes de países que fazem deste Acordo) no Aeroporto Internacional de Atenas na Grécia e também reformamos e expandimos nossas operações no Marrocos. Em relação às aberturas, gostaria de destacar a inauguração de 18 lojas de conveniência na China e uma loja *duty-free* em um cassino de Macau. Abrimos diversas lojas para passageiros domésticos e internacionais no Rio de Janeiro e nos Estados Unidos, onde iniciamos as operações de diversas lojas em hotéis em Las Vegas, como por exemplo, no Hard Rock Casino e várias lojas no aeroporto de Tulsa. Por último, mas não menos importante, lançamos nosso novo centro Dufry Cruise Services com sede em Miami e entramos no mercado de cruzeiros asiático com nove lojas em mais de 1.950 m² no JOY, um navio da Norwegian Cruise Line, com operações no mercado Asiático.

Em relação ao futuro, já assinamos contratos para abrir mais 18.000 m² de nova área de vendas no último trimestre de 2017 e 2018 e estamos trabalhando com um portfólio de oportunidades adicionais que totalizam 38.000 m².

A lucratividade permaneceu forte, com a margem bruta sendo o principal fator. Também estamos trabalhando para ter futuros ganhos em eficiência através do nosso Modelo Operacional do Negócio. A implementação do programa está evoluindo bem e esperamos que ele seja concluído ao final de 2018. Espera-se que o novo modelo operacional, que visa padronizar processos e procedimentos do nosso Grupo, gere eficiências de 0,5% a nível de margem EBITDA quando estiver totalmente implementado.

O Conselho de Administração da Dufry continua a considerar a abertura de capital do nosso negócio da América do Norte. A abertura de capital promoveria grande flexibilidade para aproveitar as tendências específicas do mercado de varejo de viagem Norte Americano, com, por exemplo, o segmento de alimentos e bebidas e um portfólio ampliado de concessões em aeroportos. Uma decisão final sobre esse processo ainda não foi tomada.

As condições de mercado positivas observadas até agora se mantiveram no começo do quarto trimestre. Por outro lado, os próximos trimestres irão refletir uma base de comparação cada vez mais forte. Nos mantemos comprometidos com nossa estratégia de crescimento rentável e os resultados obtidos até agora evidenciam que estamos seguindo na direção certa."

Principais Indicadores do Grupo Dufry

Em CHF milhões	9M 2017		9M 2016		Var.
Receita Líquida	6.270,5		5.877,2		6,7%
Lucro Bruto	3.726,4	59,4%	3.434,7	58,4%	8,5%
EBITDA (antes de outros resultados operacionais)	743,6	11,9%	685,4	11,7%	8,5%
Resultado atribuído a acionistas da controladora	84,7	1,4%	0,2	0,0%	
LPA caixa (em CHF)	5,81		4,55		27,7%

O relatório financeiro dos 9M 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
Relações com Investidores e Comunicação Corporativa
Telefone: +41 61 266 44 19
renzo.radice@dufry.com

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

Sara Lizi
Relações com Investidores Américas e Comunicação Div. 4
Telefone: +55 21 2157 9901
sara.lizi@br.dufry.com

Karen Sharpes
Relações com a Imprensa Global e Eventos
Telefone: +44 0 208 624 4326
karen.sharpes@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 mais 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 31.000 colaboradores. A companhia, com matriz na Basileia, Suíça, atua em 64 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, October 31, 2017

Dufry with strong peak season performance: high organic growth and cash generation in the first nine months of 2017

In the first nine months of 2017, turnover reached CHF 6,270.5 million, driven by a strong organic growth performance across the group totalling 7.9%. Gross profit margin expanded by 100 basis points to 59.4% in the period. EBITDA further grew by 8.5% and reached CHF 743.6 million. Free cash flow generation in the third quarter was very strong with CHF 337.1 million.

Turnover growth continued strong and amounted to 6.7% in the first nine months of 2017. Organic growth remained at high levels and reached 7.9% in the year to September, which is the best performance since 2011. Most markets performed well and the summer season was strong in particular our Mediterranean operations, above all in Turkey. Organic growth continued at high levels in the third quarter with 7.6%.

Gross margin expanded by 100 basis points driven by the synergies from the World Duty Free integration, completed in 2016. EBITDA grew by 8.5% and reached CHF 743.6 million in the first nine months of 2017, which represents a margin of 11.9%. The good performance is also reflected in the bottom line with Cash EPS growing by 27.7% and reaching CHF 5.81.

Cash generation was strong in the third quarter of 2017 with free cash flow reaching CHF 337.1 million – the highest quarterly result ever. Given the seasonality of the business, the third quarter typically provides for the highest cash generation in the year. Dufry continued to deleverage and reduce its net debt, which as per September 2017, stood at CHF 3,475.7 million. The total reduction of net debt in the year to September amounts to CHF 274.7 million.

Continuing with the strategy of accelerating organic growth, Dufry kept on executing its current Shop Development Plan. Until September Dufry expanded its retail space by over 20,500 m^2 across 135 shops through new openings and expansions, and also refurbished over 23,000 m^2 across 60 shops. Furthermore, Dufry signed contracts that will add over 18,000 m^2 to the portfolio in the remainder of 2017 and in 2018.

Earlier in October, Dufry successfully placed EUR 800 million Senior Notes, with maturity in 2024 and a coupon of 2.5%. Proceeds will be used to early repay the EUR 500 million Senior Notes expiring in 2022, which had a coupon of 4.5%, as well as to reduce bank debt. Dufry is also currently working towards refinancing its bank facilities in the near future.

TURNOVER

Turnover amounted to CHF 6,270.5 million in the first nine months of 2017, from CHF 5,877.2 million in the previous year. This increase by 6.7% in the year to September was mainly driven by the positive development of organic growth, which reached +7.9%. Changes in scope were -0.3% and the translational FX impact was -0.9%.

Southern Europe and Africa
Turnover reached CHF 1,433.9 million in the first nine months of 2017, from CHF 1,319.3 million one year before. Organic growth accelerated to 7.7% in the first nine months 2017, driven by a strong third quarter with an organic growth of 10.1%. Most operations of the division performed well. In Southern Europe, Turkey grew strongly, driven by the comeback of Russian tourists in the country. France, Greece, Malta and Spain also posted positive growth. Africa posted strong growth with most operations growing high double digits in the year to September.

UK, Central and Eastern Europe
Supported by an organic growth of 8.4%, turnover grew to CHF 1,604.8 million in the year to September, from CHF 1,576.6 million in the respective period in 2016. In the third quarter the United Kingdom performed very well as it achieved a growth for the quarter of 5.9% and this despite the higher comparison base due to the annualization of the positive impact seen by the devaluation of the British Pound in June 2016. Other highlights in the division were the operations in Russia and Eastern Europe, as well as Finland.

Asia, Middle East and Australia
Turnover reached CHF 574.0 million in the first nine months of 2017 from CHF 569.4 million in the same period last year. Organic growth in the division was 0.5% in the first nine months 2017, with organic growth accelerating in the third quarter to 4.4%. Most operations in the division did well and contributed to the improvement. In the Middle East, Sharjah, Kuwait and Jordan were positive. In Asia, South Korea grew double digits, despite a reduction of Chinese travelers to the country. Both Hong Kong and Macau had a comeback and grew double digits in the third quarter. Other operations including Cambodia, Bali and Singapore also saw sales growth. After the recent shop refurbishment, Melbourne is now fully operational again with improved performance benefiting from the improvements done on the shop floor.

Latin America
Turnover grew by 13.0% to CHF 1,262.0 million in the first nine months of 2017 from CHF 1,116.9 million one year earlier. Organic growth in the division amounted to 12.7% in the same period, with the third quarter reaching 13.2%. In South America, Brazil, Uruguay, Chile, Peru and Dominican Republic all performed very well. Dufry Cruise services, also posted strong growth as we started operations on a number of new ships.

North America
Turnover grew to CHF 1,327.3 million in the first nine months from CHF 1,245.2 million in the same period 2016. Organic growth reached 6.0%, supported by the resilient duty-paid business and a good performance of the duty-free operations.

FINANCIAL RESULTS

Gross profit: Solid improvement due to WDF synergies
Gross profit margin reached 59.4% in the first nine months of 2017, improving by 100 basis points from 58.4% in the previous year. The improvement is due to the synergies of the WDF integration, which was completed at the end of 2016.

EBITDA[1] reaches CHF 743.6 million in the 9M 2017
EBITDA reached CHF 743.6 million in the year to September, from CHF 685.4 million one year earlier. EBITDA margin stood at 11.9% in the first nine months of 2017 from 11.7% in the 9M 2016. While the gross margin improvement supported the EBITDA margin increase,

[1] EBITDA before Other operational result

higher concession fees and general expenses partially compensated for it. There were two main drivers for the concession fee increases: first the increase in the annual minimum guarantees in Spain; second, the fact that in several of the operations where contracts were renewed, the new fee levels become effective immediately, whereas the shop performance is impacted during the refurbishment and upgrade phase of the shops and the full benefit is only reflected with a time-lag. Melbourne is an example, where increased performance will be fully reflected going forward, as the refurbishments have now been completed.

EBIT: More than 50% improvement compared to last year
EBIT increased by 50.8% to CHF 292.0 million in the first nine months of 2017, versus CHF 193.6 million in the same period in 2016. Depreciation stood at CHF -40.2 million in the third quarter of 2017 compared to CHF -37.4 million in Q3 2016. Similarly, amortization remained almost stable at CHF -88.6 million in the third quarter of 2017, from CHF -90.6 million in Q2 2017. Linearization (non-cash accounting treatment in regards to Spanish concessions) reached CHF -35.1 million for the nine months and CHF +11.2 million for the third quarter. Linearization varies by quarter and due to seasonality the first semester is charged the most.

Strong increase in earnings
Net earnings reached CHF 122.0 million for the nine months 2017, an improvement of CHF 92.1 million versus the same period last year. With respect to earnings levels, due to the high seasonality of the business the second half of the year is considerably stronger than the first. Net earnings to equity holders reached CHF 84.7 million in the first nine months of 2017, compared to CHF 0.2 million one year earlier.

Financial results, net, reached CHF -42.6 million in the third quarter 2017 as compared to CHF -48.7 million in Q2 2017. Income tax reached CHF -37.1 million, driven by deferred taxes. Minorities amounted to CHF 37.3 million in the year to September, versus CHF 29.7 million in the first nine months of 2016.

Cash EPS, which add back acquisition-related amortization to net earnings, increased to CHF 5.81 from CHF 4.55 in the first nine months of 2016.

Solid cash generation
Cash flow before net working capital grew by 19.0% and reached CHF 733.6 million in the first nine months of 2017 from CHF 616.3 million one year earlier. Investments in net working capital amounted to CHF -6.5 million in the first nine months of 2017 and Capex was CHF 217.3 million, up from CHF 197.6 million in the first nine months of 2016.

Net Debt: Deleveraging underway
Net debt reached CHF 3,475.7 million at the end of September 2017, CHF 151.9 million lower than at the end of June, 2017 (CHF 3,627.6 million). Dufry's main covenant, net debt/adjusted EBITDA, was 3.45x as per 30 September 2017 compared to the threshold agreed of 4.00x.

Solid Q3 results; on the right track to achieve our 2017 targets

Julian Diaz, CEO of Dufry Group, commented: "The performance in the third quarter of 2017 makes me very optimistic. Even with a higher comparison base, the company kept the strong results. Despite the annualization of the positive Brexit impact, a very good summer season in Europe, together with strong performance in Latin America and growth acceleration in Asia contributed to the robust organic growth.

Travel retail is constantly evolving and we currently see considerable changes in customer profiles and in shopping behavior of our customers with an increasing propensity to use digital technology. Moreover, customers are more and more attracted by unique and

individualized experiences. These are only a few reasons on why Dufry has engaged in and is deploying its digital strategy to attract more customers into the shops and increase sales per passenger.

As one of the key elements of our digital strategy we have opened the first two New Generation Stores in Melbourne and Madrid. They provide a unique experience, include the digitalization of the employees in order to better serve the customer, and allow us to adapt messaging, offers and promotions to the different traveler profiles present at the airport. In the same context we have also continued to expand or Reserve & Collect locations; where customer can order online before traveling and collect at the airport. Last but not least, we have further expanded our RED by Dufry customer loyalty program, which among other benefits allows us to send individualized offers to the customer, when he is at the airport. We strongly believe in the digitalization of the business as it makes travel retail become a prospect channel for the future.

With respect to new openings and refurbishments, we have opened over 20,500 m² of new space and refurbished over 23,000 m² in the year to September.

Among others we have refurbished the Intra-Schengen operations at the Athens International airport in Greece as well as refurbished and expanded our business in Morocco. With respect to the openings; I would like to highlight the opening of 18 convenience shops in China and a duty-free casino shop in Macau. We have opened several stores for domestic and international passengers in Rio de Janeiro and in the US, where we started operations of several shops in hotels in Las Vegas, such as the Hard Rock Casino, and several stores at Tulsa airport. Last but not least, we have launched our new Dufry Cruise Services center based in Miami and entered the Asian cruise market with nine shops spanning over 1,950 m² on the JOY, a vessel of the Norwegian Cruise Line serving the Asian market.

With respect to the future, we have already signed contracts to open further 18,000 m² of new commercial space in the last quarter of 2017 and 2018 and we are also currently working with a pipeline of additional opportunities which amount to around 38,000 m².

Profitability remained strong, with gross profit margin being the most important contributor. We are also working for future gains in efficiencies through our new Business Operating Model. The implementation of the program is going well and we expect it to be completed by the end of 2018. The new operating model, which aims at standardizing processes and procedures in our Group, is expected to generate efficiencies in the magnitude of 50 basis points at EBITDA margin level once it is fully implemented.

Dufry's Board of Directors continues to assess the possibility of an initial public offering of our North American business. The IPO would create significant flexibility to capitalize on trends specific to the North American travel retail market, such as on the trends in food and beverage or master operators. A final decision on the IPO has yet not been made.

The positive market conditions seen so far in the year persist in the beginning of the fourth quarter. On the other hand the next quarters will reflect an increasingly higher comparison base. We remain committed to our strategy of profitable growth and the results seen thus far in 2017 are evidence that we are heading in the right direction."

Key Figures Dufry Group

In CHF million	9M 2017		9M 2016		Var.
Turnover	6,270.5		5,877.2		6.7%
Gross Profit	3,726.4	59.4%	3,434.7	58.4%	8.5%
EBITDA (before other operational results)	743.6	11.9%	685.4	11.7%	8.5%
Net Earnings to Equity Holders	84.7	1.4%	0.2	0.0%	
Cash EPS (in CHF)	5.81		4.55		27.7%

Dufry's 9M 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

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

Sara Lizi
Investor Relations Americas &
Communications Div. 4
Phone: +55 21 2157 9901
sara.lizi@br.dufry.com

Karen Sharpes
Global Media &
Events
Phone: +44 0 208 624 4326
karen.sharpes@dufry.com

Dufry Group – A leading global travel retailer

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

Dufry employs over 31,000 people. The Company, headquartered in Basel, Switzerland, operates in 64 countries in all five continents.

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.