Enero de 2025

ORGULLOSOS DE SER PARTE DE PRIME

Día del Inversor 2025



eDreams GOVOYAGES opodo travellink liligo.com eDreams ODIGEO

Descargo de responsabilidad sobre la presentación del Día del Inversor

Esta presentación ha sido preparada por eDreams ODIGEO S.A. (la «Sociedad» y, junto con sus filiales, el «Grupo») únicamente con fines informativos y de referencia, y para su uso en el Día del Inversor de la Sociedad de enero de 2025 y no ha sido verificada de forma independiente por ningún tercero.

Esta presentación contiene información financiera sobre el ejercicio anual cerrado el 31 de marzo de 2024 y el semestre cerrado el 30 de septiembre de 2024, extraídos directamente de los estados financieros consolidados auditados del Grupo para el ejercicio cerrado el 31 de marzo de 2024 y de los estados financieros intermedios resumidos consolidados no auditados del Grupo para el semestre cerrado el 30 de septiembre de 2024 respectivamente. Esta información está matizada en su totalidad por la información financiera contenida en dichos estados financieros del Grupo, cuyas copias están disponibles en la página web https://www.edreamsodigeo.com/.

Algunos datos incluidos en esta presentación, como determinados datos de la industria, el mercado y la posición competitiva, se han obtenido de fuentes de terceros. En general, las publicaciones, estudios y encuestas del sector elaborados por terceros indican que los datos que incluyen se han obtenido de fuentes consideradas fiables, pero no existe garantía alguna de que dichos datos sean exactos o completos. Aunque el Grupo considera que cada uno de esos estudios, publicaciones y encuestas ha sido elaborado por una fuente acreditada, el Grupo no ha verificado de forma independiente los datos contenidos en dichos documentos. Por lo tanto, aunque se ha actuado con precauciones razonables para garantizar que la información aquí presentada es exacta y que las opiniones y expectativas incluidas en esta presentación son justas y razonables, no se ofrece ninguna declaración ni garantía, expresa o implícita, con respecto a la imparcialidad, exactitud, corrección, racionalidad o exhaustividad de la información incluida en esta presentación. Ni el Grupo ni sus asesores, auditores y personas vinculadas, ni ninguna otra persona, asumen responsabilidad alguna por cualquier pérdida que se deriven directa o indirectamente de esta presentación o de su contenido. Las declaraciones incluidas en esta presentación reflejan los conocimientos y la información disponibles en el momento de su preparación y el Grupo no asume la responsabilidad o la obligación de actualizar la información de esta presentación, incluida cualquier previsión que se derive de nueva información, eventos futuros o de otro factor, salvo cuando lo exija la ley o las normas y reglamentos de la Comisión Nacional del Mercado de Valores.

Esta presentación no constituye ni forma parte de, ni debe interpretarse como, una oferta o invitación a vender, ni una solicitud de ninguna oferta de compra o adquisición de valores o instrumentos financieros relacionados de la Sociedad en ninguna jurisdicción. Asimismo, ni la presentación, ni ninguna parte de ella, ni el hecho de difundirla constituirán la base de ningún contrato, compromiso o decisión de inversión relacionados, ni servirán como información de confianza en relación con ningún contrato, compromiso o decisión de inversión, y esta presentación tampoco constituirá una recomendación con respecto a ningún valor de la Sociedad.

Esta presentación se dirige únicamente a analistas y a inversores institucionales o especializados. Esta presentación no está destinada a difundirse, publicarse o distribuirse, directa o indirectamente, en Estados Unidos, y su distribución en algunas otras jurisdicciones podría estar restringida por la legislación. Por consiguiente, las personas a las que se distribuya esta presentación deben informarse sobre esas restricciones y respetarlas. Al recibir esta presentación, el destinatario acepta respetar dichas restricciones.

Algunos datos financieros y estadísticos incluidos en esta presentación están sujetos a ajustes de redondeo. Por lo tanto, cualquier discrepancia entre los totales y la suma de los importes consignados se deberán al redondeo.

La información incluida en esta presentación no constituye un asesoramiento en materia de inversiones, legal, contable, fiscal o de otro tipo, y la información no tiene en cuenta sus objetivos de inversión ni su situación legal, contable, reglamentaria, fiscal o financiera, ni sus necesidades específicas. Usted será el/la único/a responsable de formarse sus propias opiniones y conclusiones sobre esas cuestiones y el mercado, y de realizar su propia evaluación independiente de la información. Usted será el/la único/a responsable de buscar asesoramiento profesional independiente en relación con la información incluida en esta presentación y cualquier medida tomada sobre la base de la información incluida en esta presentación. El Grupo no asume ninguna responsabilidad por ninguna información ni por ninguna medida tomada por usted o cualquiera de sus directivos, empleados, representantes o socios sobre la base de dicha información.

Advertencia acerca de ciertas previsiones financieras y otras declaraciones prospectivas

Esta presentación incluye previsiones en relación con las intenciones, creencias o expectativas actuales del Grupo sobre, entre otros elementos, los resultados de sus operaciones, su situación financiera y rendimiento, liquidez, perspectivas, crecimiento, estrategia y el sector en el que desarrolla su actividad. En particular, dichas previsiones incluyen, entre otros, análisis de la dinámica de cambio en el sector de los viajes y las perspectivas financieras para los ejercicios fiscales 2026-2028 (incluidas las perspectivas relacionadas con el número de miembros Prime, Margen sobre Ingresos Cash, EBITDA Cash, los Costes Fijos, los Gastos de Capital ("CAPEX"), Impuestos, Intereses, Flujo de Efectivo (Libre) ex Capital Circulante de No Prime y Ratio de Apalancamiento Neto). Dichas previsiones podrán identificarse mediante el uso de terminología prospectiva, incluidos los términos «pretende», «anticipa», «cree», «continúa», «podría», «estima», «espera», «previsiones», «orientación», «desea», «puede», «planea», «debería» o «será» o, en cada caso, sus variantes negativas u otras variantes o terminología comparable, e incluyen todos los asuntos que no sean hechos históricos.

Por su naturaleza, las previsiones implican una serie de riesgos, incertidumbres y supuestos que podrán estar relacionados con: la situación económica general, la confianza de los consumidores, los patrones de gasto y los trastornos (incluidos los relacionados con desastres naturales, pandemias sanitarias y conflictos armados) que afectan específicamente al sector de los viajes; la incapacidad del Grupo para competir con éxito contra competidores actuales y futuros; el impacto de las fluctuaciones estacionales; el número creciente de leyes, normas y reglamentos aplicables al Grupo; cambios adversos que afecten a las relaciones del Grupo con proveedores de productos de viaje e intermediarios de proveedores que podrían reducir el acceso del Grupo al contenido de los productos de viaje y/o aumentar sus costes. Por consiguiente, los resultados o eventos reales del Grupo podrían ser considerablemente distintos de los expresados o implícitos en esas previsiones. Por lo tanto, no puede garantizarse el cumplimiento de ninguna previsión específica, y no deberá confiarse indebidamente en ninguna previsión. Las declaraciones prospectivas se refieren a la fecha de esta Presentación y la Sociedad no se compromete a actualizar o revisar públicamente ninguna de dichas declaraciones prospectivas, ya sea como resultado de nueva información, acontecimientos futuros u otros motivos. Asimismo, cuando las previsiones hagan referencia a tendencias o actividades pasadas, no deberá interpretarse que dichas tendencias o actividades seguirán en el futuro.

Los pronósticos financieros presentados en este documento se basan en el plan de negocio del Grupo, que entre otros elementos refleja los pronósticos de indicadores económicos, las condiciones económicas, de mercado y normativas esperadas, y las prioridades estratégicas del Grupo para los próximos años. El desarrollo de dichos pronósticos es el resultado de un proceso de simulación prospectiva de las condiciones económicas, propias y financieras. Aunque el Grupo considera que dichos pronósticos se han preparado con una base razonable, reflejando las mejores estimaciones y opiniones a su disposición en ese momento, los pronósticos no son hechos y no debe considerarse que indican necesariamente resultados futuros.

Los pronósticos financieros son inciertos por naturaleza, ya que se basan en hipótesis sujetas a riesgos, incertidumbres y supuestos, muchos de los cuales están fuera del control del Grupo, incluidos los descritos anteriormente. Por estos y otros factores, los pronósticos no constituyen una garantía de resultados futuros y el Grupo no será responsable de las desviaciones que puedan producirse. Los auditores independientes del Grupo no han recopilado, examinado ni realizado ningún procedimiento en relación con los pronósticos, ni han expresado ninguna opinión o cualquier otra forma de garantía sobre los pronósticos o sus posibilidades realización. Los pronósticos financieros incluyen estimaciones de indicadores utilizados para evaluar los resultados de la actividad del Grupo.

Medidas alternativas de rendimiento y distintas de los PCGA

La información financiera incluida en esta presentación integra, además de la información financiera preparada de acuerdo con las Normas Internacionales de Información Financiera («NIIF») y derivada de los estados financieros del Grupo, medidas alternativas del rendimiento (definidas en las Directrices sobre medidas alternativas del rendimiento publicadas por la Autoridad Europea de Valores y Mercados («AEVM») el 5 de octubre de 2015 (ESMA/2015/1415es) y otras medidas no NIIF («Medidas no NIIF»), incluidas las medidas «Reservas», «Reservas Brutas», «EBITDA», «EBITDA Ajustado», «Gastos de Capital (CAPEX)», «EBITDA Cash», «Margen sobre Ingresos Cash», «Beneficio Marginal Cash», «Margen de Ingresos» «Margen de Ingresos Cash» y «Costes Variables» que no son medidas de contabilidad definidas por las NIIF. Esas medidas financieras que se califican como medidas alternativas del rendimiento y medidas no NIIF se han calculado con información del Grupo; sin embargo, esas medidas financieras no están definidas ni detalladas en el marco aplicable a la información financiera, ni han sido auditadas o revisadas por los auditores del Grupo.

El Grupo ha presentado estas medidas alternativas del rendimiento y medidas no NIIF porque considera que son indicadores útiles sobre su rendimiento financiero y su capacidad para endeudarse y reembolsar su deuda y pueden ayudar a analistas, inversores y otras partes a evaluar su negocio. Sin embargo, estas medidas alternativas del rendimiento y medidas no NIIF no deben utilizarse en lugar de los estados financieros intermedios resumidos consolidados del Grupo basados en las NIIF, ni ser consideradas alternativas a ellos. Además, estas medidas pueden no ser comparables con medidas de título similar divulgadas por otras empresas. Para obtener información más detallada sobre la definición, la explicación del uso, el cálculo y la conciliación entre las medidas alternativas del rendimiento y las medidas no NIIF y cualquier indicador de gestión aplicable, y los datos financieros del semestre cerrado el 30 de septiembre de 2024, consulte el apartado sobre «Medidas alternativas del rendimiento» (pág. 56 y siguientes) de los estados financieros resumidos no auditados del Grupo correspondientes al semestre cerrado cerrado el 30 de septiembre de 2024, publicados el 19 de noviembre de 2024, disponibles en la página web https://www.edreamsodigeo.com/.

AGENDA DEL DÍA

MAÑANA

9.00-9.20	1	Introducción Resultados y logros claves de eDO	*Dana Dunne, Chief Executive Officer*
9.20-10.40	2	El negocio de suscripción Prime	*Dana Dunne, Chief Executive Officer* *Gerrit Goedkoop, Chief Operating Officer*
10.40-11.00		Descanso para café	
11.00-11.30	3	Palancas claves de crecimiento	*Andreas Adrian, Chief Trading Officer* *Frederic Esclapez, Chief Marketing Officer* *Christoph Dieterle, Chief Product Officer*
11.30-12.30	4	Perspectivas financieras	*David Elizaga, Chief Financial Officer*
12.30-13.15		Descanso para comer	

TARDE

13.15-14.45	Sesiones de trabajo sobre casos de uso de IA	*Equipos de eDO*
14.45-15.45	Q&A	*Equipo directivo*
15.45-16.15	Cierre	*Dana Dunne, Chief Executive Officer*

Visión

Ser la empresa de suscripción líder en el sector de los viajes, aprovechando una plataforma propietaria de vanguardia impulsada por IA para crear una propuesta única y muy apreciada por los clientes, una rentabilidad superior para los accionistas y el orgullo de ser parte de Prime para los eDOers

Prime cuenta con una alta satisfacción de sus clientes

Puntuación de Trustpilot	2024
eDreams	4.4
Gotogate	3.0
Booking com	2.3
Hopper	1.8
Air France	1.5
Easyjet	1.4
British Airways	1.3
Lufthansa	1.3
Iberia	1.3
Ryanair	1.3
Expedia	1.2

+50

NPS(*)

NET PROMOTER SCORE

(*) NPS (indicador neto de promotores) por sus siglas en inglés
Fuente: Puntuación de Trustpilot para las distintas marcas. NPS elaborado con datos internos de la empresa (los procedimientos y análisis realizados por eDreams ODIGEO han sido verificados por KPMG).

Los resultados financieros para el ejercicio fiscal 2025 son excelentes

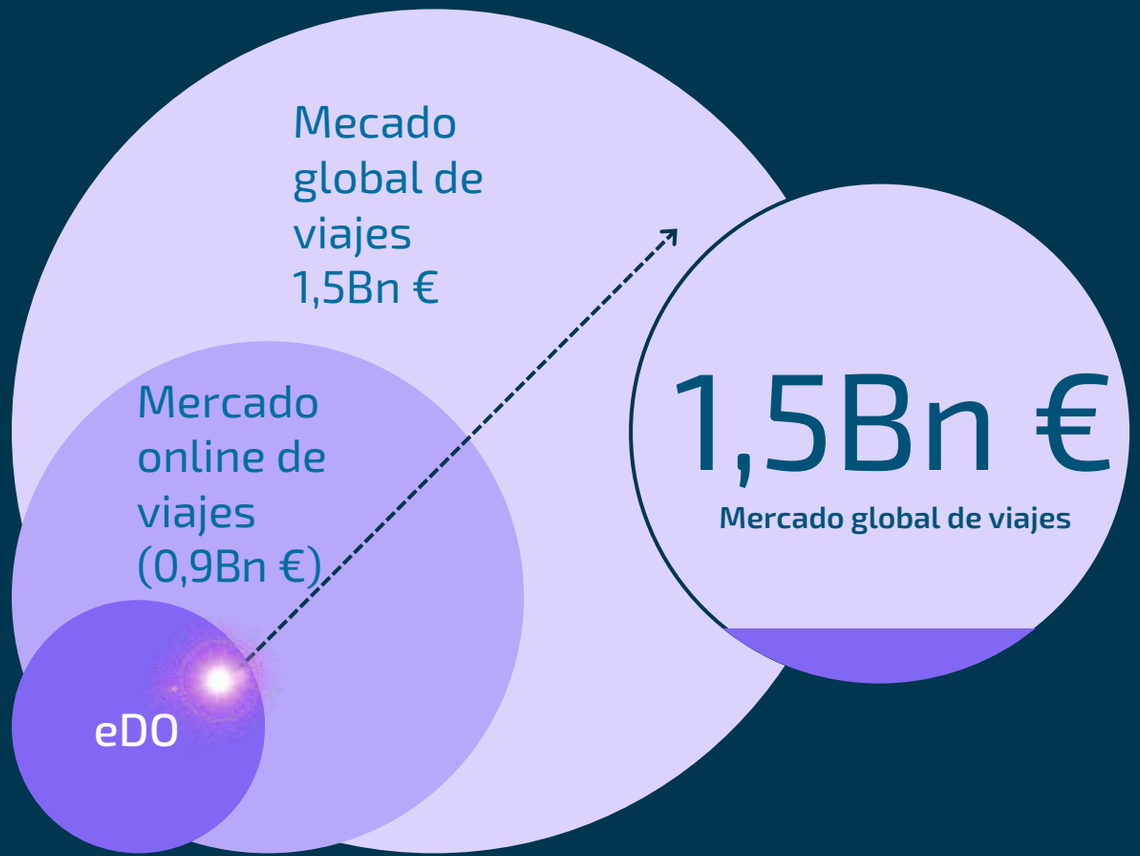
2x-3x
LTV(*)/CAC

180M€
EBITDA CASH

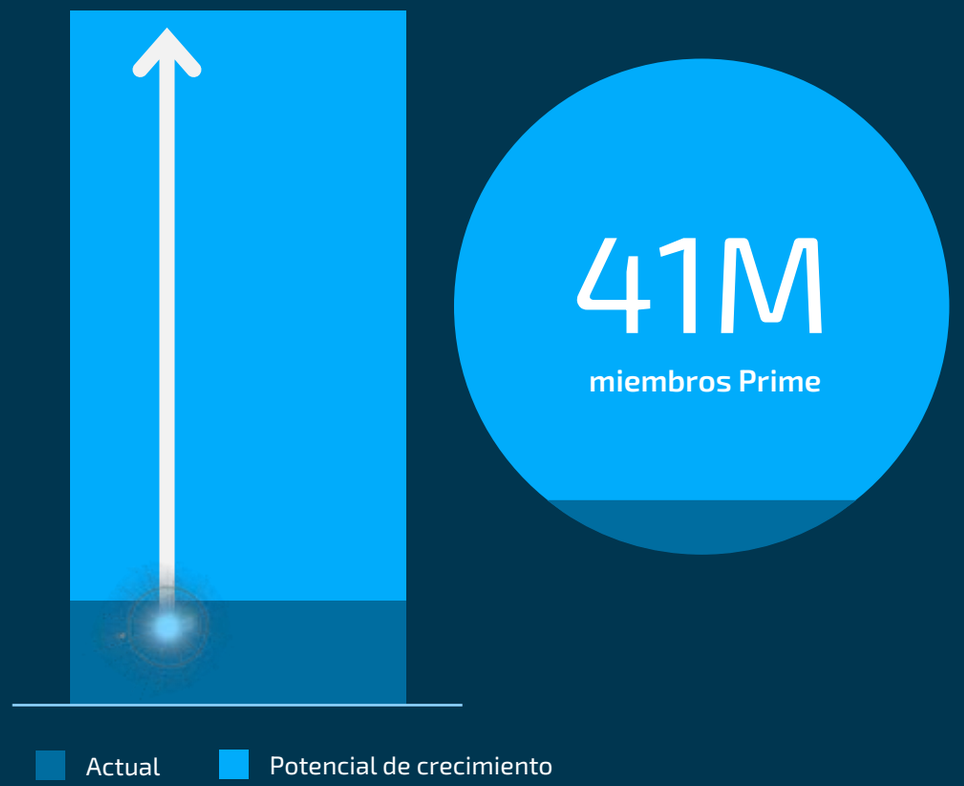
>90M€
Flujo de efectivo (libre)

Fuente: Datos de la compañía.
(*) LTV (tiempo de vida del cliente) 24 meses.

Un gran potencial sin explotar y grandes planes de futuro



Potenciales miembros Prime con un 10% de penetración en hogares



Fuente: Phocuswright. Informe PhocalPoint (Reservas brutas anuales, estimación para 2024).

Fuente: Datos de la compañía y datos de hogares Eurostat, Oficina Nacional de Estadísticas (ONS) de Reino Unido (ONS), Oficina del Censo de EE.UU., Statista y gobiernos nacionales.

Tenemos un equipo que cumple sus objetivos

Miembros Prime

2,0M
Nov. 2021

7,25M
FY25

EBITDA Cash

2,9M €
2Q FY22 U12M

180M €
FY25

"Omicron: lo que sabemos sobre la cepa Covid que provoca nuevas restricciones mundiales"
FINANCIAL TIMES Dic 2021

"La guerra de Ucrania casi ha duplicado los costes energéticos de los hogares en todo el mundo"
WORLD ECONOMIC FORUM Feb 2023

"Inflación de dos dígitos y futuro sombrío para 2023"
XPS Group May 2023

"La confianza del consumidor sigue por debajo de los niveles previos a la pandemia, pese al repunte económico"
FINANCIAL TIMES May 2024

Fuente: Datos de la compañía.

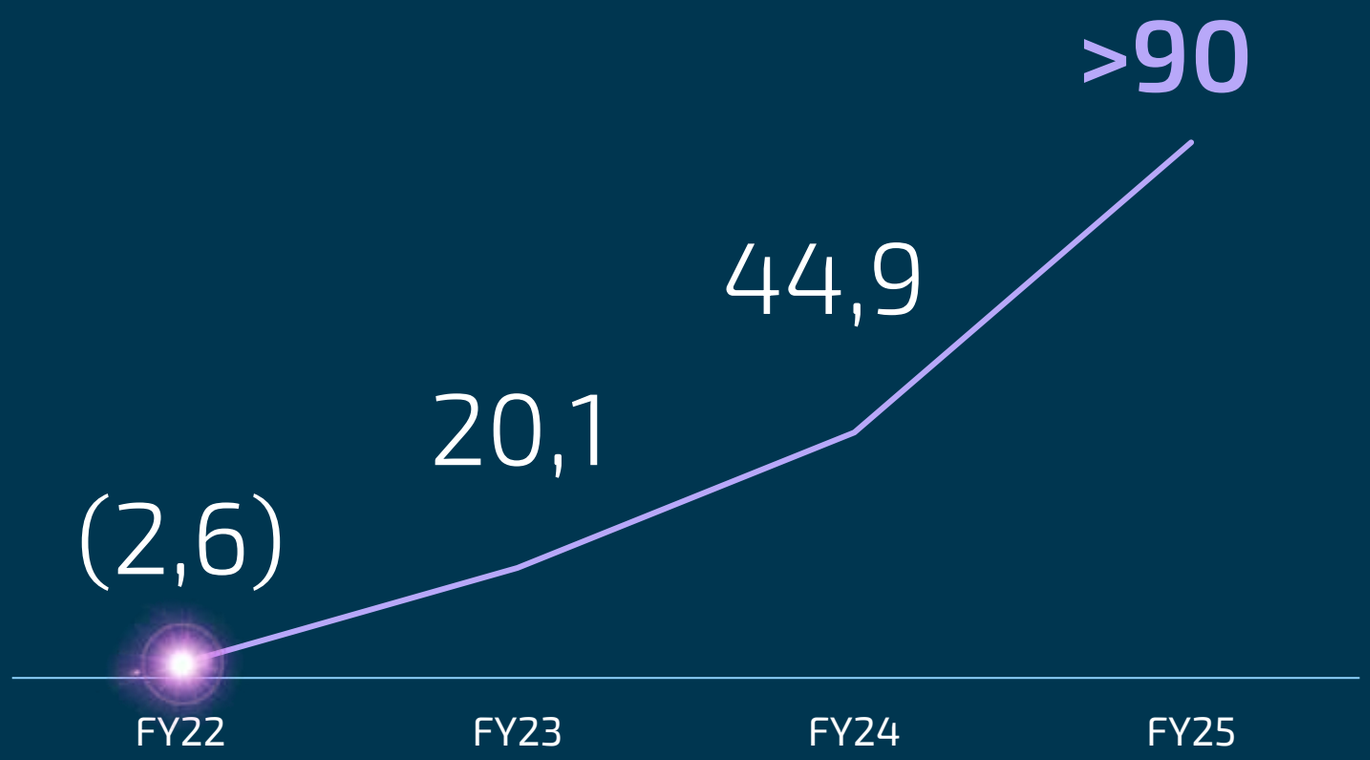
Estamos ante una gran oportunidad de revalorización

	FCF Yield
eDreams ODIGEO	**8-11%**
Aerolíneas	4,8%
OTAs globales	3,9%
Hoteles	3,5%
Compañías de suscripción globales (B2C)	2,8%

Fuente: Datos de la compañía y Bloomberg.
Aerolíneas: Datos medios de Bloomberg. Empresas incluidas: AirFrance, KLM, IAG, Lufthansa, Easyjet, Ryanair y Wizzair.
Agencias de viajes online (OTAs) mundiales: Datos medios de Bloomberg. Empresas incluidas: Booking Holding, Despegar, Expedia, Trip.com, Tripadvisor.
Hoteles: Datos medios de Bloomberg. Empresas incluidas: Accor, Marriott, IHG, Hilton, Whitbread, Melia, Minor.
Ecompañías de suscripción B2C: Datos medios de Bloomberg. Empresas incluidas: Costco, Teamviewer, Spotify, Netflix, Bumble, Duolingo, Hellofresh, Peloton, Dropbox y Wix.

El sólido flujo de efectivo impulsará el crecimiento y beneficiará a los accionistas.

Flujo de efectivo (libre) ex capital circulante de No Prime (millones de €)



- Seguir creciendo en los mercados existentes
- Expandirse a nuevos mercados
- Repartir beneficios a los accionistas

Fuente: Datos de la empresa.
Nota: El FCF excluye el impacto de la refinanciación.

1

Resultados y logros clave de eDO



1 eDO se fija en noviembre de 2021 un ambicioso objetivo de crecimiento para marzo de 2025

Miembros Prime(*)

2,0M

↑

Día del Inversor

(Nov. 2021)

↓

EBITDA (**)

2,9M €

Miembros Prime

7,25M

↑

Objetivos de eDO FY25

↓

EBITDA Cash

180M €

Fuente: Datos de la compañía.
(*) Noviembre de 2021.
(**) 2T FY22 U12M.

1 Desde entonces, se ha producido una serie de imprevistos macroeconómicos que han afectado al sector

"Omicron: lo que sabemos sobre la cepa Covid que provoca nuevas restricciones mundiales"

FINANCIAL TIMES Dic 2021

BROTE MUNDIAL DE COVID

2019 2020 2021 2022 2023 2024

1 Desde entonces, se ha producido una serie de imprevistos macroeconómicos que han afectado al sector

"Crisis del coste de la vida: una de cada cuatro personas ha tenido que recortar gastos esenciales"

YouGov What the world thinks

Agosto 2022

"Inflación de dos dígitos y futuro sombrío para 2023"

XPS Group

Mayo 2023

ALTA INFLACIÓN GLOBAL

2019 2020 2021 **2022** **2023** 2024

1 Desde entonces, se ha producido una serie de imprevistos macroeconómicos que han afectado al sector

"La guerra de Ucrania casi ha duplicado los costes energéticos de los hogares en todo el mundo"

WORLD ECONOMIC FORUM

Feb 2023

"La confianza del consumidor sigue por debajo de los niveles previos a la pandemia, pese al repunte económico"

FINANCIAL TIMES

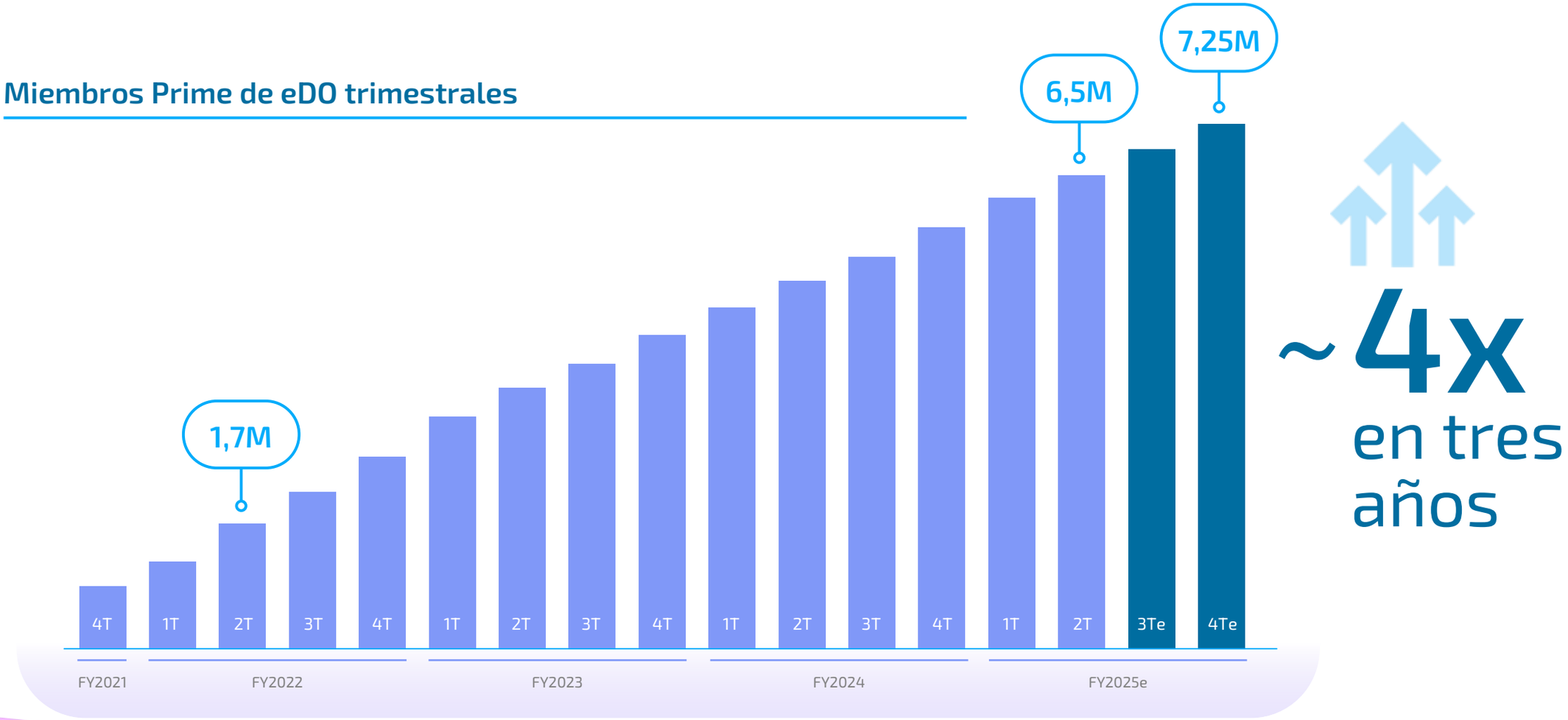
Mayo 2024

GUERRA DE UCRANIA | CONFLICTO EN ISRAEL

2019 2020 2021 2022 2023 2024

1 A pesar de los imprevistos macroeconómicos, eDO va por buen camino para alcanzar su ambicioso objetivo

Miembros Prime de eDO trimestrales



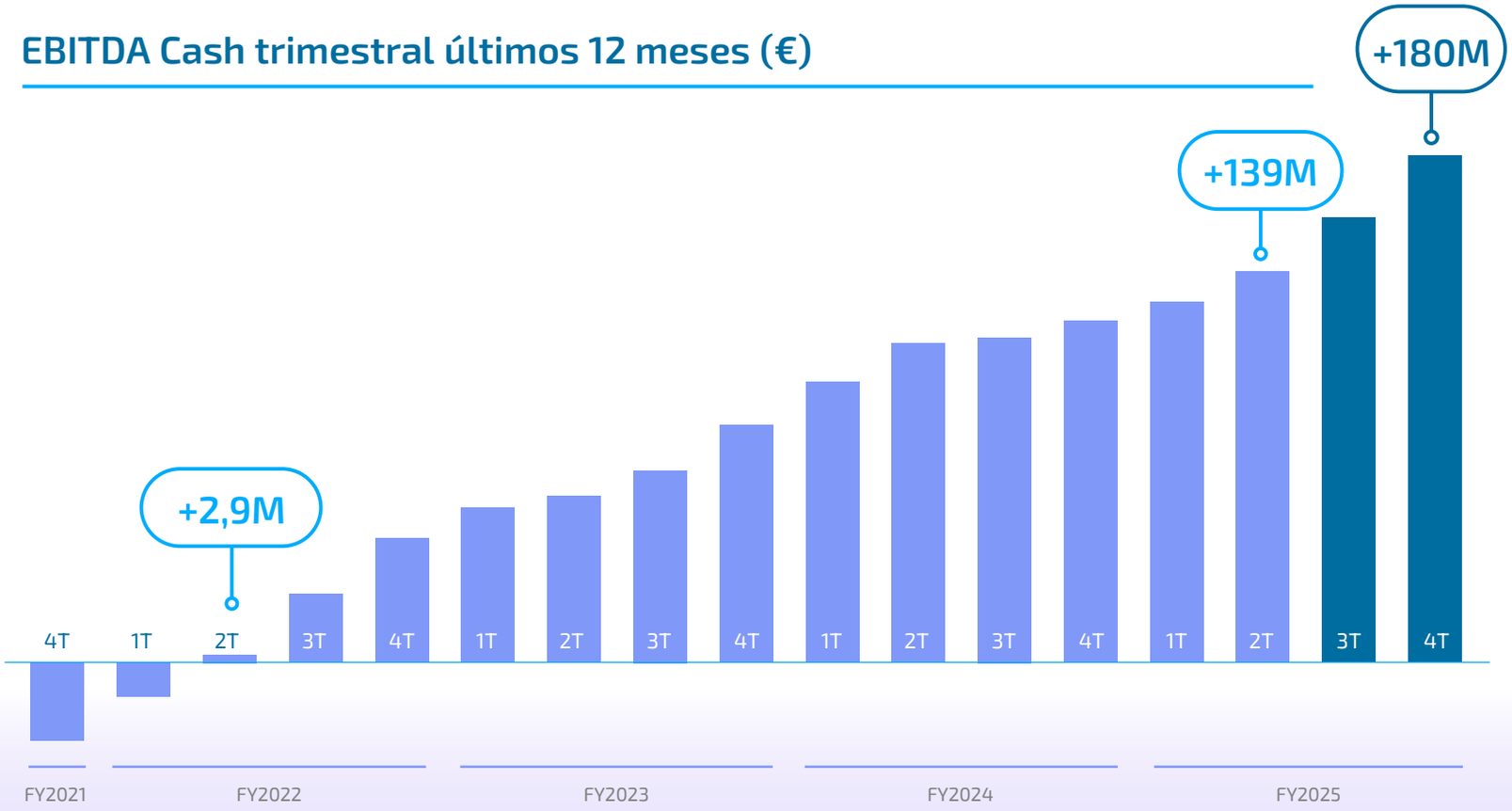
~4x en tres años

SFuente: datos de la compañía.

1

A pesar de los imprevistos macroeconómicos, eDO va por buen camino para alcanzar su ambicioso objetivo

EBITDA Cash trimestral últimos 12 meses (€)

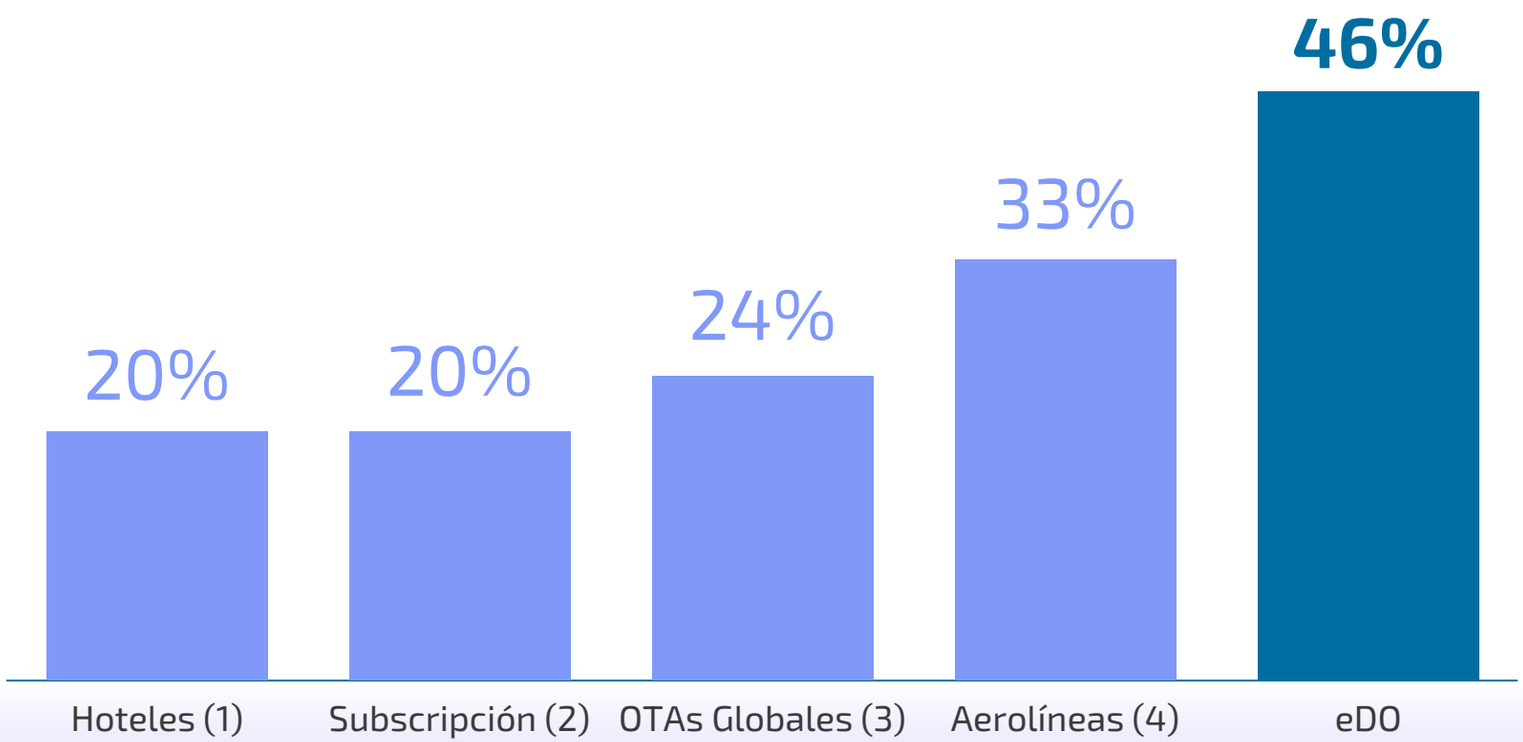


SFuente: datos de la compañía.

1

De hecho, eDO ha mejorado su rendimiento en los últimos 3 años más que cualquier otra empresa del sector

TCAC – EBITDA Cash (2022 - 2024e)

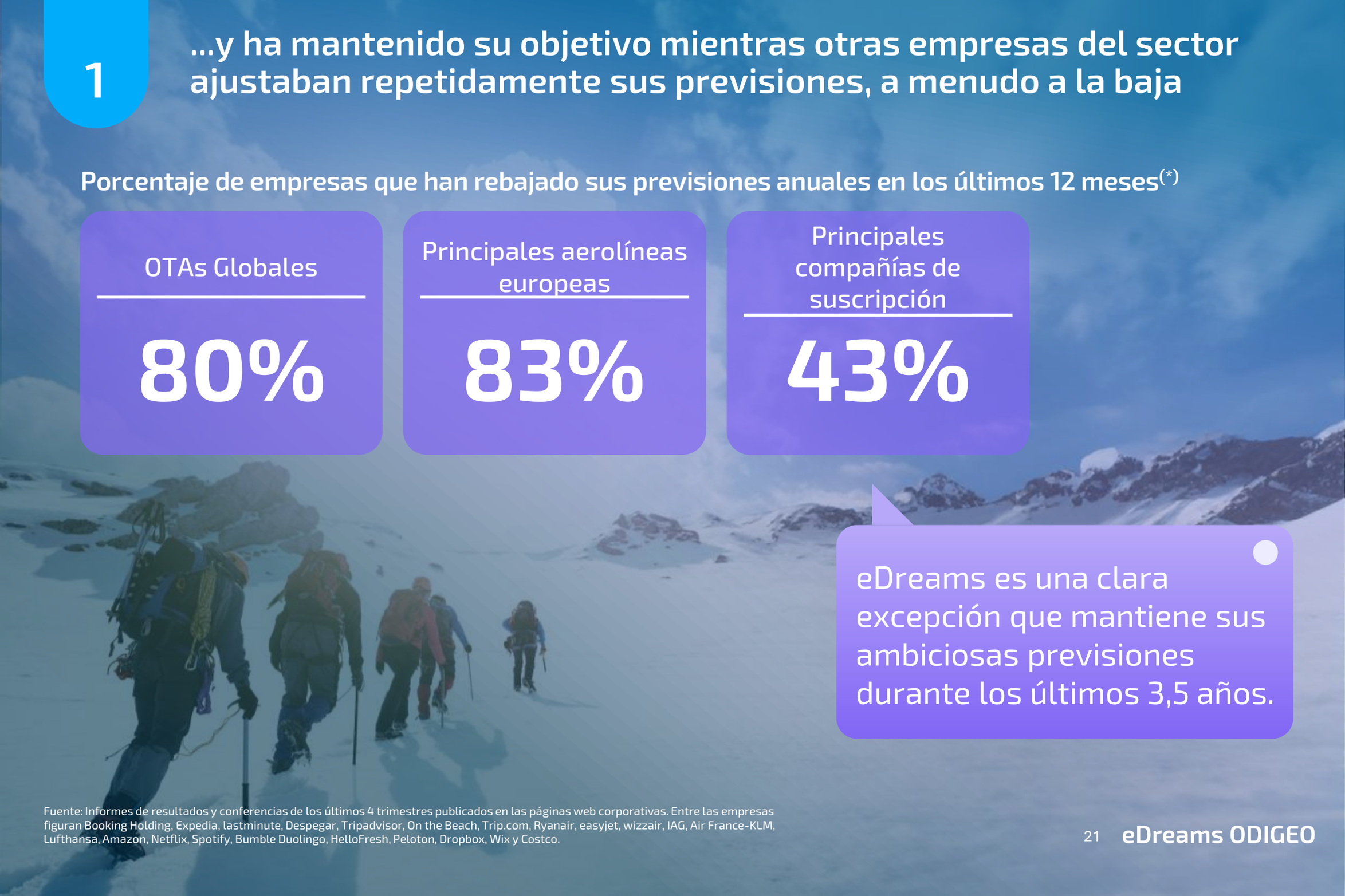


Fuente: datos financieros de la compañía.
(1) Hoteles: Datos medios de Bloomberg. Empresas incluidas: Accor, Marriott, IHG, Hilton, Whitbread, Melia, Minor.
(2) Empresas de suscripción B2C: Datos medios de Bloomberg. Empresas incluidas: Costco, Teamviewer, Spotify, Netflix, Bumble, Duolingo, Hellofresh, Peloton, Salesforce, Dropbox y Wix.
(3) Ag. viajes online globales; Datos medios de Bloomberg. Empresas incluidas: Booking Holding, Despegar, Expedia, Trip.com, Tripadvisor.
(4) Aerolíneas: Datos medios de Bloomberg. Empresas incluidas: AirFrance, KLM, IAG, Lufthansa, Easyjet, Ryanair y Wizzair.

1 ...y ha mantenido su objetivo mientras otras empresas del sector ajustaban repetidamente sus previsiones, a menudo a la baja

Porcentaje de empresas que han rebajado sus previsiones anuales en los últimos 12 meses(*)

OTAs Globales	Principales aerolíneas europeas	Principales compañías de suscripción
80%	83%	43%



eDreams es una clara excepción que mantiene sus ambiciosas previsiones durante los últimos 3,5 años.

Fuente: Informes de resultados y conferencias de los últimos 4 trimestres publicados en las páginas web corporativas. Entre las empresas figuran Booking Holding, Expedia, lastminute, Despegar, Tripadvisor, On the Beach, Trip.com, Ryanair, easyjet, wizzair, IAG, Air France-KLM, Lufthansa, Amazon, Netflix, Spotify, Bumble Duolingo, HelloFresh, Peloton, Dropbox, Wix y Costco.

1 Además, eDO es una de las mejores empresas del sector en satisfacción del cliente

Puntuación de Trustpilot	2021	2024
eDreams	3,3	4,4
Gotogate	1,8	3,0
Booking com	1,4	2,3
Hopper	2,7	1,8
Air France	1,5	1,5
Easyjet	1,7	1,4
British Airways	1,7	1,3
Lufthansa	1,5	1,3
Iberia	1,3	1,3
Ryanair	1,3	1,3
Expedia	1,1	1,2



eDreams alcanza sistemáticamente las valoraciones más altas del sector en los principales sitios web de opiniones de clientes:

4,4 Trustpilot

★★★★★ Verificado

Todo bien

Me encanta mi experiencia con eDreams. Fácil comunicación, rápida respuesta y gran servicio de atención al cliente.

El precio de los billetes siempre se ajusta a mi presupuesto.

Muy recomendable.

Fecha de la experiencia:
18 de octubre de 2024.

3,9 sitejabber

★★★★★ Verificado

Empresa de confianza

Hola

Es una aplicación muy buena. La empresa me ayudó mucho a solucionar un problema de última hora. Estoy muy agradecida. Reservé 3 vuelos sin problemas y disfruté de mis viajes.

Fecha de la experiencia:
18 de octubre de 2024.

A+ BETTER BUSINESS BUREAU

★★★★★ Verificado

Destacado

Servicios destacados.

Fecha de la experiencia:
17 de octubre de 2024.

Fuente: Puntuaciones del sitio web de Trustpilot para las marcas correspondientes.
Calificación Sitejabber para eDO del sitio web Sitejabber.com.
Calificación A+ en el sitio web BBB.org.

1 Conclusiones clave

1

Hemos alcanzado muy buenos resultados en condiciones difíciles.

2

Logramos uno de los mejores resultados TCAC (EBITDA Cash) del sector.

3

Somos líderes del sector en satisfacción del cliente.

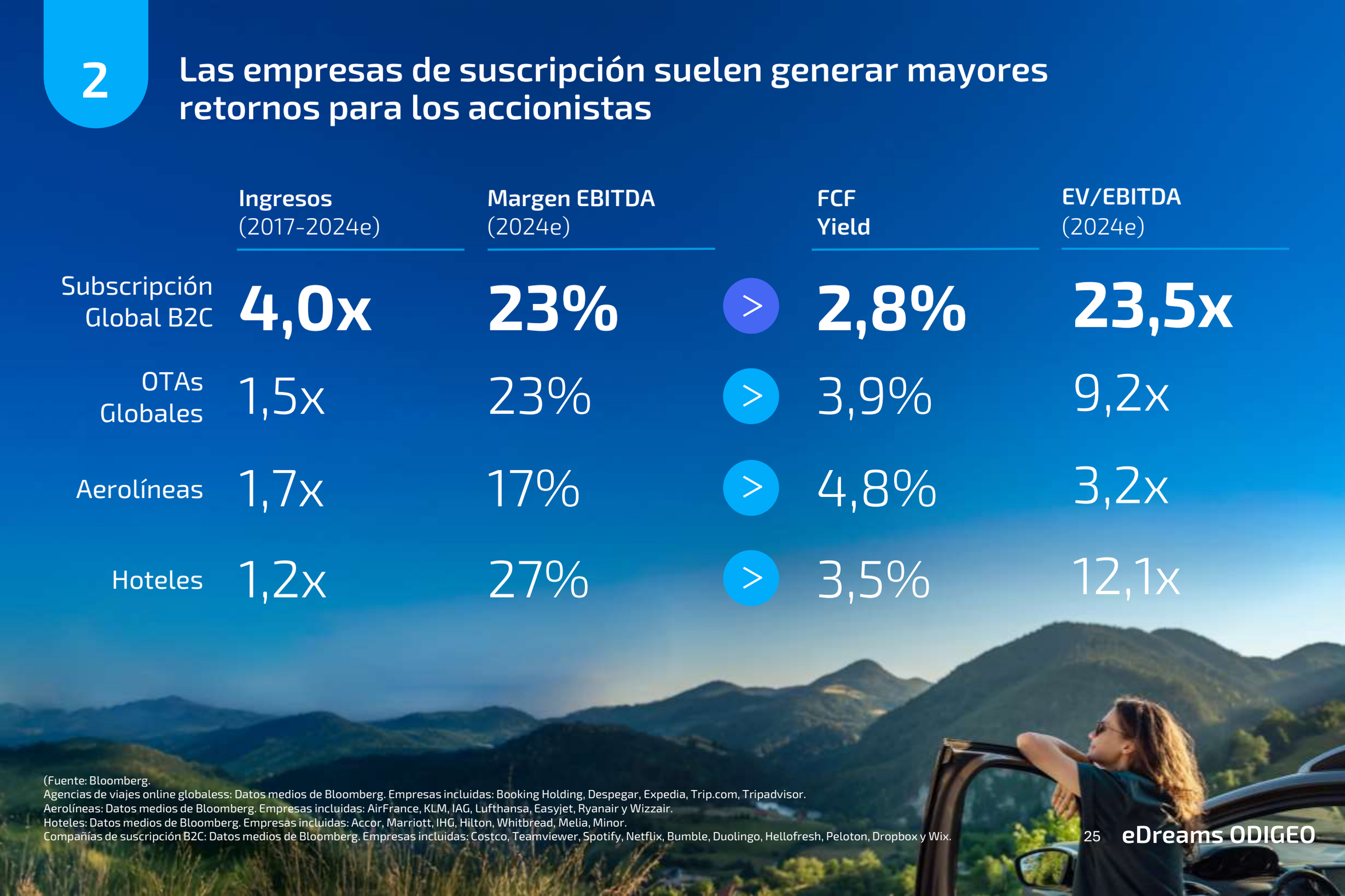
2

El modelo de suscripción único y competitivo de eDO



2 Las empresas de suscripción suelen generar mayores retornos para los accionistas

	Ingresos (2017-2024e)	**Margen EBITDA** (2024e)		**FCF Yield**	**EV/EBITDA** (2024e)
Subscripción Global B2C	**4,0x**	**23%**	>	**2,8%**	**23,5x**
OTAs Globales	1,5x	23%	>	3,9%	9,2x
Aerolíneas	1,7x	17%	>	4,8%	3,2x
Hoteles	1,2x	27%	>	3,5%	12,1x

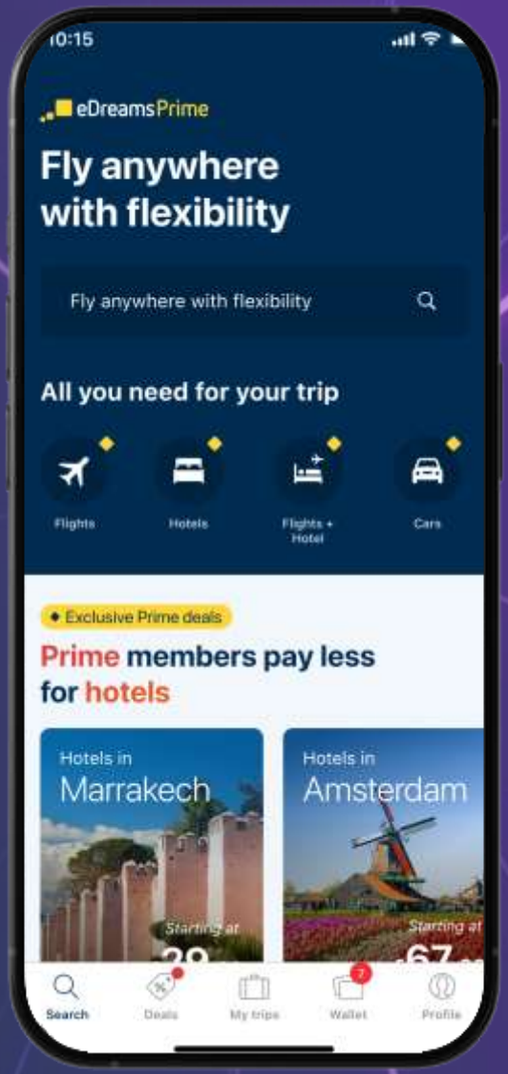


(Fuente: Bloomberg.
Agencias de viajes online globaless: Datos medios de Bloomberg. Empresas incluidas: Booking Holding, Despegar, Expedia, Trip.com, Tripadvisor.
Aerolíneas: Datos medios de Bloomberg. Empresas incluidas: AirFrance, KLM, IAG, Lufthansa, Easyjet, Ryanair y Wizzair.
Hoteles: Datos medios de Bloomberg. Empresas incluidas: Accor, Marriott, IHG, Hilton, Whitbread, Melia, Minor.
Compañías de suscripción B2C: Datos medios de Bloomberg. Empresas incluidas: Costco, Teamviewer, Spotify, Netflix, Bumble, Duolingo, Hellofresh, Peloton, Dropbox y Wix.

2 eDO ha pasado de ser un negocio de transacciones con mayor riesgo a un negocio de suscripciones de valor superior

Modelo Transaccional

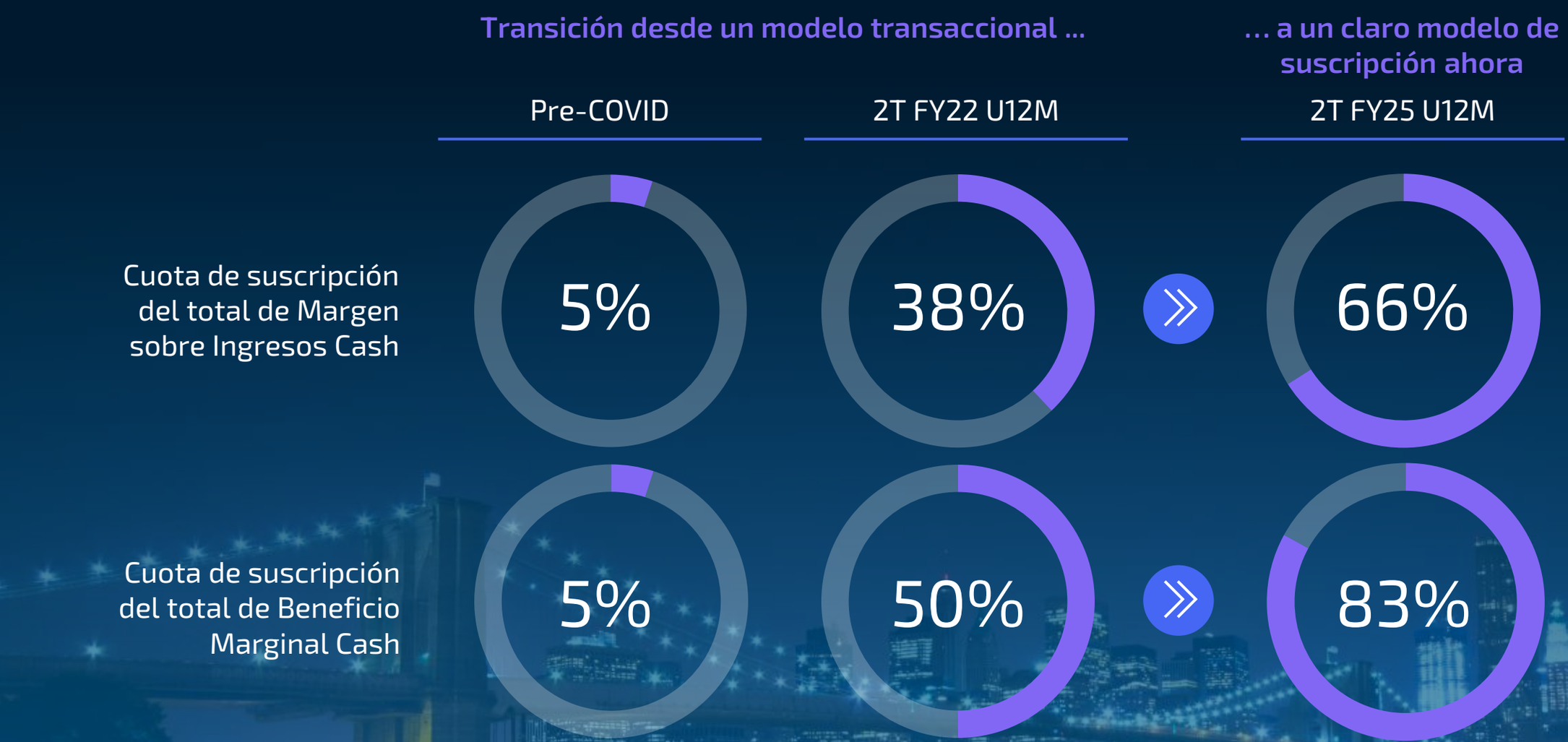
Previsibilidad de ingresos	Baja
Personalización	Baja
Fidelidad	Baja
LTV	Baja



Modelo de Suscripción

Previsibilidad de ingresos	Alta
Personalización	Alta
Fidelidad	Alta
LTV	Alta

2 Los ingresos y los márgenes son ya mayoritariamente del negocio de suscripción



Fuente: datos de la compañía.

2 En poco tiempo, eDO se ha convertido en una de las mayores empresas europeas de suscripción

Puesto	Compañía	Sector	País	Lanzamiento	Suscriptores (millones)
1	Spotify	Música	Suecia	2008	252
2	Canal+	Vídeo	Francia	1984	26,8
3	Sky Group	Vídeo	Reino Unido	1990	23,2
4	DAZN	Vídeo	Reino Unido	2016	20,0
5	MUBI	Vídeo	Reino Unido	2007	15,0
6	Deezer	Música	Francia	2007	9,9
7	**eDreams**	**Viajes**	**España**	**2017**	**7,25**
8	Hello Fresh	Comida a domicilio	Alemania	2011	6,6
9	RTL+	Vídeo	Alemania	2016	6,3
10	Via Play	Vídeo	Suecia	2007	6,3



Fuente: datos de la compañía y Statista.

2 El modelo de suscripción de Prime ofrece ventajas clave para clientes, socios y la posición de eDO en el mercado.



2 Los clientes prefieren Prime de verdad y son más fieles que los clientes transaccionales



2

Los clientes tienen acceso a un amplio conjunto de opciones de viaje en un solo sitio web...



Una exclusiva plataforma propietaria totalmente impulsada por IA que conecta a miles de proveedores

~700
Aerolíneas en todo el mundo y más de 100,000 vuelos diarios

2,1 Millones
hoteles

400
empresas de alquiler de coches

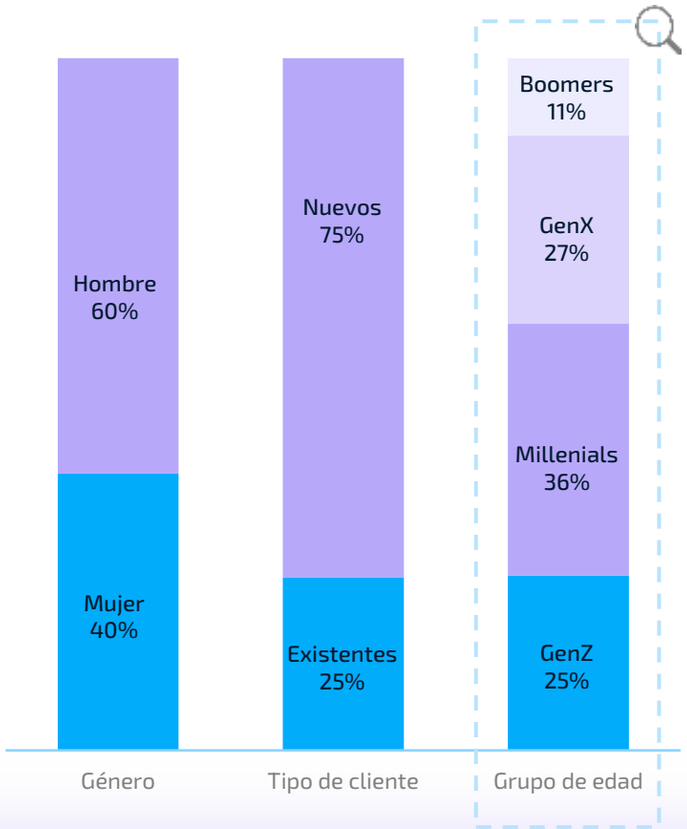
3,800 Millones
Itinerarios únicos creados diariamente en nuestra platforma

Clientes

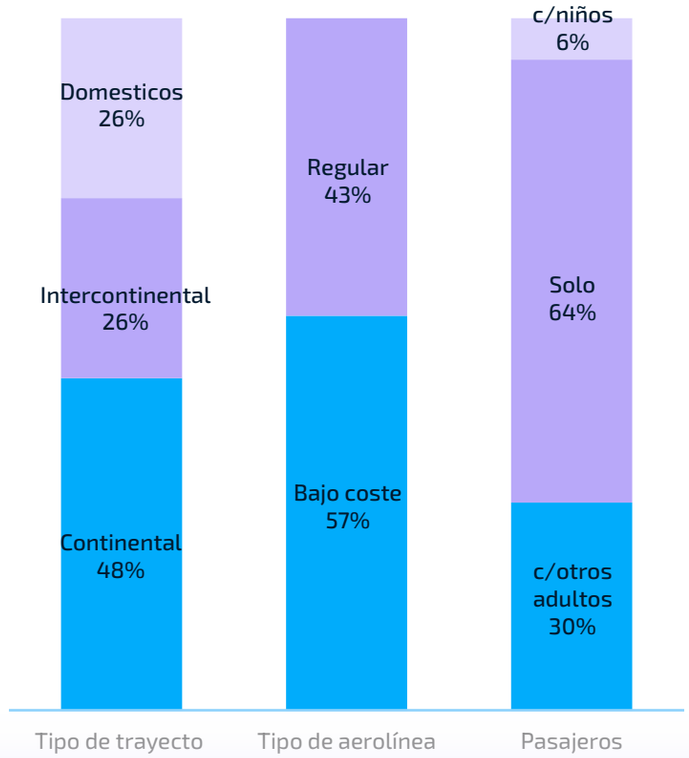
2 Prime nos permite atraer a nuevos clientes y dispone de un gran mercado global potencial



Datos demográficos



Tipo de reservas



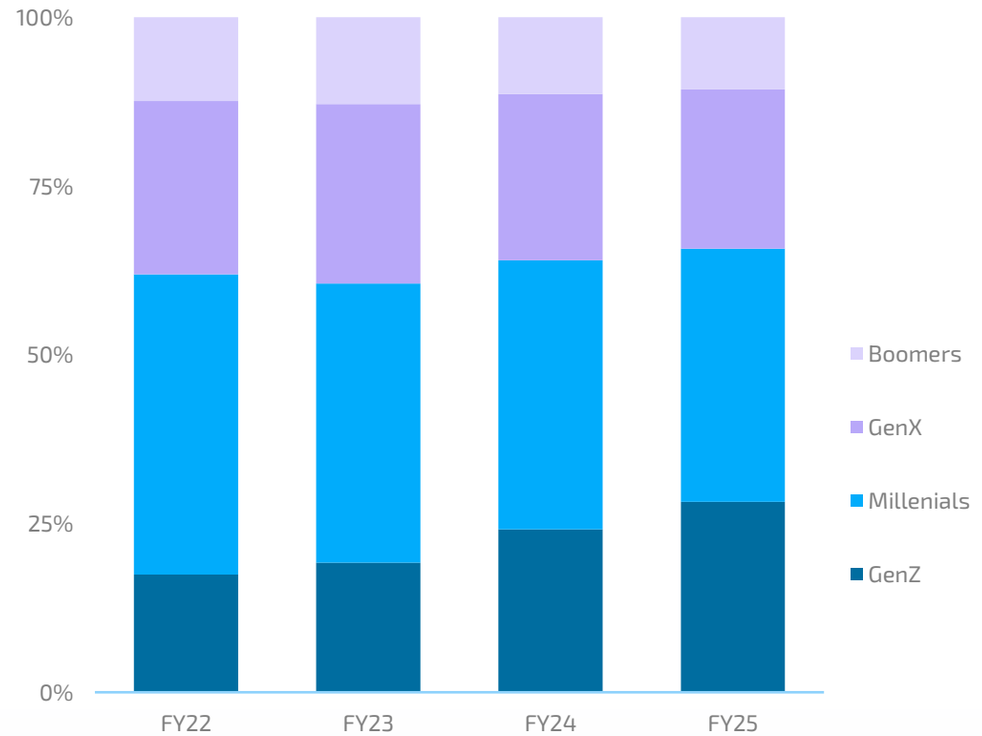
Nota: la información sobre el tipo de reservas y los datos demográficos se basa en las reservas y los suscriptores registrados en los últimos 12 meses.
Fuente: datos de la compañía FY25.

2 Prime resulta atractivo para las nuevas generaciones

El 61% de nuestros miembros Prime pertenecen a la Generación Z o Millenial, y nuestra cuota de Generación Z ha ido aumentando significativamente con el tiempo..

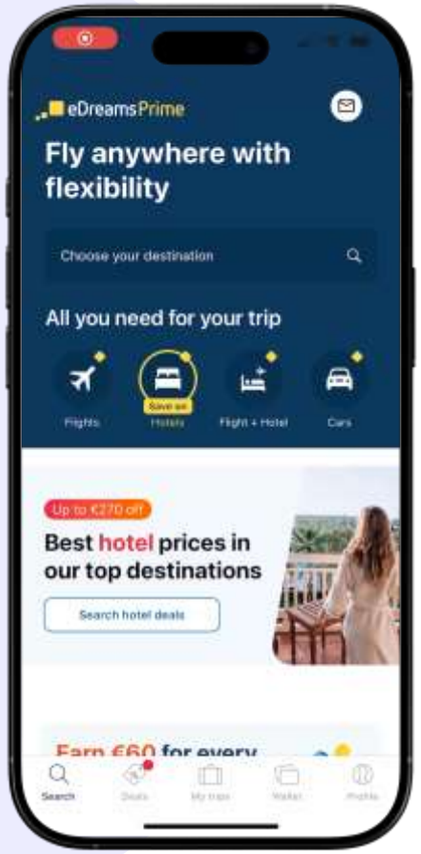


Distribución de nuestros clientes Prime por grupos de edad



Nota: La información sobre el tipo de reservas y los datos demográficos se basa en las reservas y los suscriptores registrados en los últimos 12 meses.
Fuente: Datos de la compañía, FY22 – FY25.

2 ...Y una propuesta de viaje exclusiva con acceso a ventajas únicas tanto económicas como no económicas.



	CMD(*) Nov 21	2025	
	Prime	Prime	Prime Plus
Ahorros de precios			
Descuentos en vuelos	✓	✓	✓
Descuentos en hoteles(**)	✓	✓	✓
Descuentos en alquiler de coches	✗	✓	✓
Compartir descuentos Prime con 4 amigos y familiares	✗	✗	✓
Vales exclusivos para el Wallet (más de 300 € al mes)	✗	✓	✓
Acceso exclusivo a los Prime Days y otros eventos	✓	✓	✓
Flexibilidad			
Congelar el precio de cualquier vuelo por 1 €	✗	✓	✓
Cancelación de dos reservas de vuelo en la app tras la prueba gratuita	✗	✗	✓
Tranquilidad			
Atención al cliente VIP: respuesta a casi todas las llamadas en 1 minuto(**)	✓	✓	✓
Reembolso anticipados en 48 horas de más de 150 aerolíneas si cancelan los vuelos	✗	✓	✓

Clientes

(*) Día del Inversor (Capital Market Day – CMD en inglés)
(**) Los descuentos Prime en hoteles en Noviembre de 2021 estaban en fase inicial y a través de marca blanca.
(***) Los procedimientos y análisis realizados por eDreams ODIGEO han sido verificados por KPMG.

Prime ofrece un valor increíble a nuestros clientes

465 €

promedio de beneficio anual que un miembro Prime puede obtener con nuestros productos.



Ventajas clave

- Descuento en vuelos
- Descuento en hoteles
- Descuento en coches
- Atención al cliente VIP
- Congelación de Precios
- Cancelación por cualquier motivo
- Descuento en servicios auxiliares

Además de otras muchas ventajas

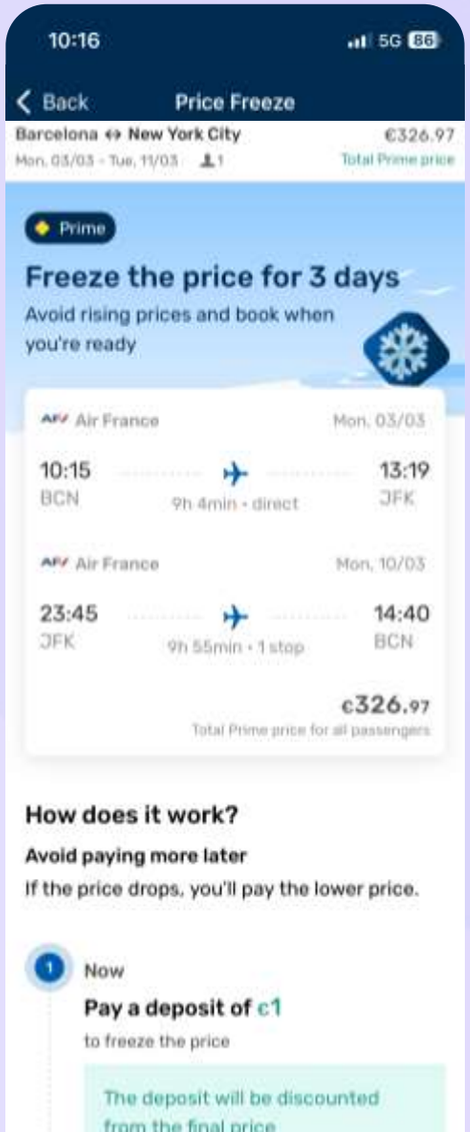
- Acceso a una amplia oferta de líneas aéreas, hoteles y alquiler de coches.
- Flujo de compras personalizado generado mediante IA.
- Reembolsos anticipados en 48h.(*)
- Prime Day y otros eventos.
- Facturación anticipada automatizada gratuita.
- Más de 300€ en vales exclusivos cada mes.

Clientes

Note: valor de los beneficios por cliente considerando descuentos que un miembro Prime Plus puede acumular vs. Un cliente No Prime al utilizar dos veces cada uno de los beneficios ofertados.
Fuente: datos de la compañía
(*) Los procedimientos y análisis del servicio de atención al cliente realizados por eDreams ODIGEO han sido verificados por KPMG.

2 Estudio de caso- Congelación de precios (Price Freeze)

Varias OTAs y aerolíneas han lanzado productos similares para congelar precios, pero eDreams domina con su opción a 1 € para miembros Prime



	eDreams	OTA 1	OTA 2	Airline 1	Airline 2
Tarifa Price Freeze	€1	De €20 a €80	From €30 to €40	From €7 to €25	From €4 to €20
Periodo de uso	3 días	De 12h a 21 días	3 days	2 days	1 days
Días de antelación a la salida y otras restricciones	+4 días de antelación	+1 día de antelación	+7 días de antelación	+3 días de antelación Oferta limitada	+5 días de antelación Oferta limitada

Clientes

2 Estudio de caso- Congelación de precios (Price Freeze)

Resultados

Venta cruzada en transacciónes de repetición de Prime (*)	Aumento de la tasa de renovación de Prime (**)
10% ↑	+7%

"Descubrí la función de *Price Freeze* hace algún tiempo y creo que es una gran solución que da más confianza a los clientes. Puedes bloquear el precio y luego ver si necesitas cambiar alguna otra reserva para tu viaje. Es una gran solución".

Sofiane, cliente Prime desde hace dos años y medio

"Price Freeze. Creo que es una idea increíble porque 1 € no es nada y puedes asegurarte de mantener el mismo precio de tu vuelo durante los días siguientes".

María, Miembro Prime desde hace dos años



Fuente: Datos internos de la empresa. En el testimonio de clientes, citas de una entrevista realizada a clientes en diciembre de 2024.
(*) Transacciones de repetición de Prime cuando están disponibles.
(**) Aumento de la tasa de renovación Prime: para suscriptores que se acogieron a la congelación de precios.

2 En el sector de viajes, Prime es un programa único que ofrece la mejor propuesta de valor.

Prime es la oferta de viajes más competitiva gracias a sus ventajas en los precios, el alto nivel de servicio y los productos innovadores y flexibles, además de una de las ofertas más completas del mercado de viajes.

	Programa de suscripción	Viajes tradicionales Programas de fidelización		
	eDreams Prime	OTA 1	OTA 2	OTA 3
Descuentos en todos los vuelos	✓	✗	✗	✗
Descuentos en equipaje y asientos	✓	✗	✗	✗
Descuentos en hoteles	✓	✓	✓	✓
Descuentos en alquiler de coches	✓	✗	✓	✗
Cancelar por cualquier motivo	✓	✗	✗	✗
Compartir descuentos Prime con 4 amigos y familiares	✓	✗	✗	✗
Servicio de atención al cliente VIP	✓	✗	✓	✓
Reembolso anticipado de vuelos y hoteles en 48 h(*)	✓	✗	✗	✗

(*) Los procedimientos y análisis realizados por eDreams ODIGEO han sido verificados por KPMG.

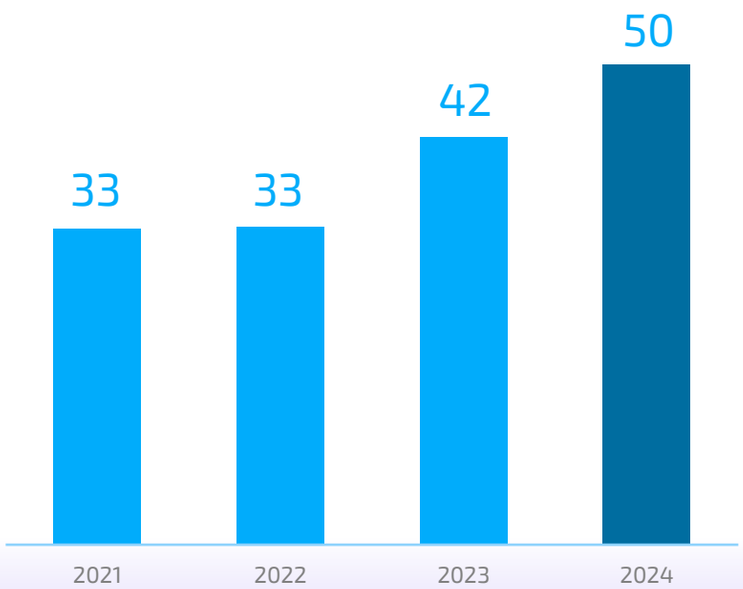
2 La satisfacción de los suscriptores supera con creces la de los clientes transaccionales y se sitúa entre las mejores del sector

NPS(*)
NET PROMOTER SCORE

Evolución del NPS de los Miembros de Prime

+17pt

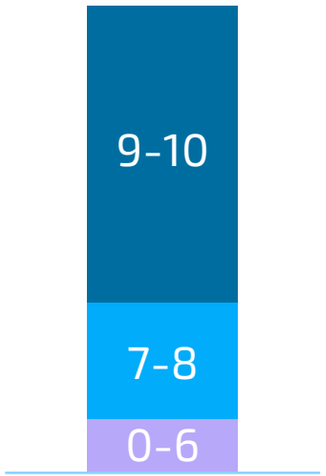
2024 vs. 2021



Prime Repeat Customer Scoring split

9 de cada 10

de los clientes de Prime que repiten nos puntúan con un 7 o más



(*) NPS (indicador neto de promotores) por sus siglas en inglés
Nota: el valor de las ventajas por cliente tiene en cuenta el descuento medio ofrecido por producto frente al precio No Prime.
Fuente: Net Promoter Score procede de datos internos de la compañía Los procedimientos y análisis realizados por eDreams ODIGEO han sido verificados y validados por KPMG.

2 Los clientes valoran más la calidad de su experiencia que las ventajas del precio

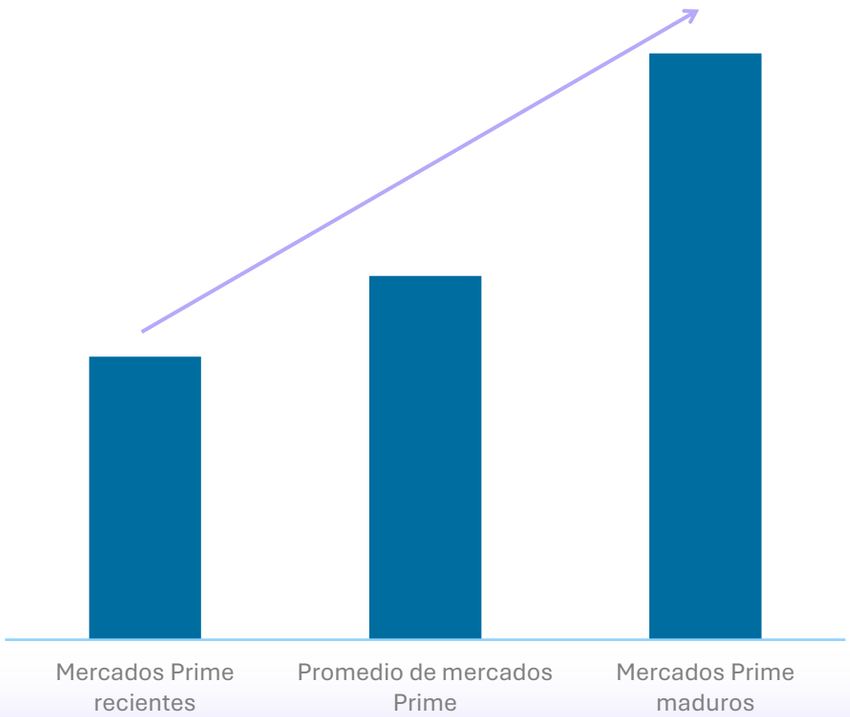
¿Qué factores clave impulsan a los promotores?

Categorías	% de promoters	Características valoradas
Experiencia del cliente	87%	Rapidez y agilidad del proceso de compra, fiabilidad y buena experiencia general de compra, buen servicio y valor percibido
Precios	61%	Precios competitivos, coherencia, relación calidad-precio
Información	27%	Transparencia del sitio web, información sobre productos y procesos explicada con claridad
Oferta de productos	26%	Amplia variedad de aerolíneas, hoteles y productos adicionales



2 Por ello, una parte importante de los nuevos suscriptores llega por recomendación de suscriptores ya existentes.

Cuota de miembros Prime que se unieron por recomendación de un familiar/amigo

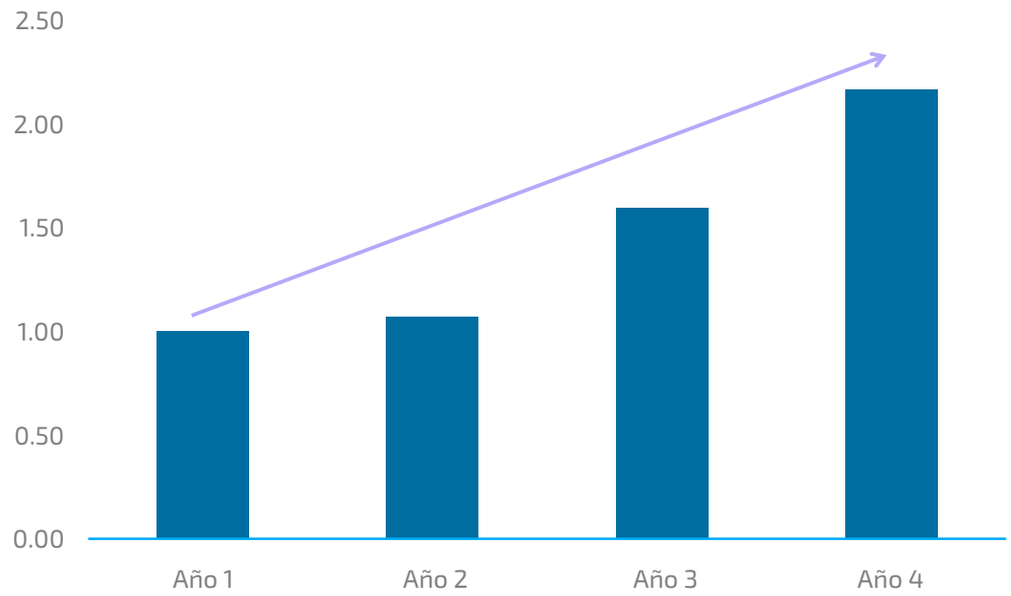




2 Los miembros Prime hacen más transacciones, mostrando mayor compromiso con nuestros productos a lo largo del tiempo



Transacciones repetidas por suscriptor a lo largo de los años (indexadas)



Fuente: Datos de la empresa. Promedio de transacciones repetidas por afiliado por grupos de edad, EJ. 2020-2025 distribuido por años en el programa. Sólo para miembros que reúnan los requisitos para seguir interactuando a lo largo de los años. Las transacciones incluyen vuelos, paquetes dinámicos, hoteles, trenes, coches, congelación de precios, productos complementarios y cancelación por cualquier motivo.

2 Estos altos niveles de satisfacción y compromiso se han traducido en una mejora sustancial de la tasa de pérdida de clientes

La tasa de pérdida de clientes ha mejorado en Los últimos 36 meses

Porcentaje de evolución de la tasa de pérdida de clientes en los últimos 36 meses

-4%

Reducción de la tasa de pérdida de clientes Miembros Prime Año 1

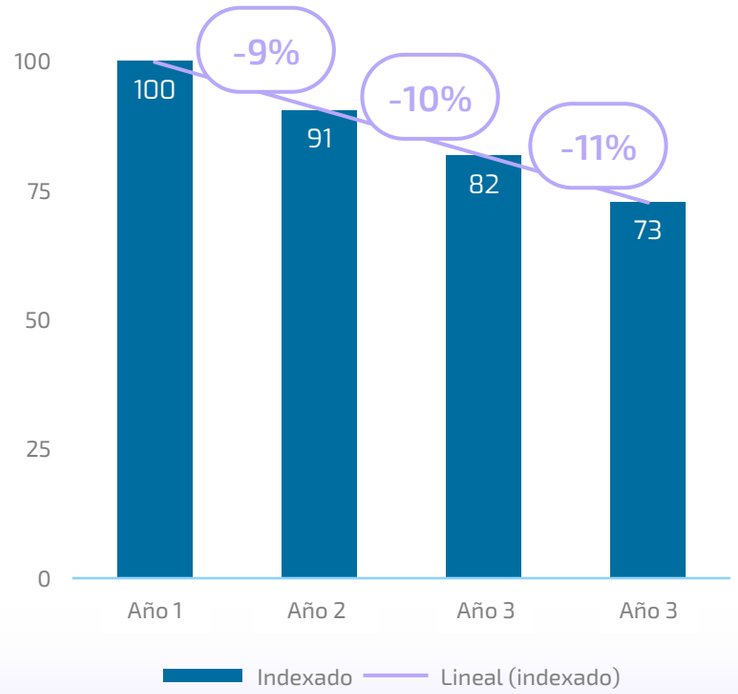
-15%

Prime members Reducción de la tasa de pérdida de clientes Miembros Prime Año 2+

Nota: La tasa de pérdida de clientes incluye la pérdida voluntaria e involuntaria en los países en los que estamos presentes actualmente (2T FY22 vs. 2T FY25).
Fuente: Datos de la compañía.

... y disminuye con el tiempo a medida que los suscriptores permanecen más tiempo con nosotros

Tasa de pérdida de clientes por antigüedad (indexado en el año 1)



Note: La tasa de pérdida de clientes incluye la pérdida voluntaria e involuntaria en los países en los que estamos presentes actualmente . El gráfico muestra la evolución de la tasa de abandono por grupos de edad de miembros suscritos anualmente desde FY21 al FY24.

2 Nuestro modelo de suscripción Prime ofrece gran valor a nuestros socios

CLIENTES

SOCIOS (aerolíneas, hoteleros, alquiler de coches)

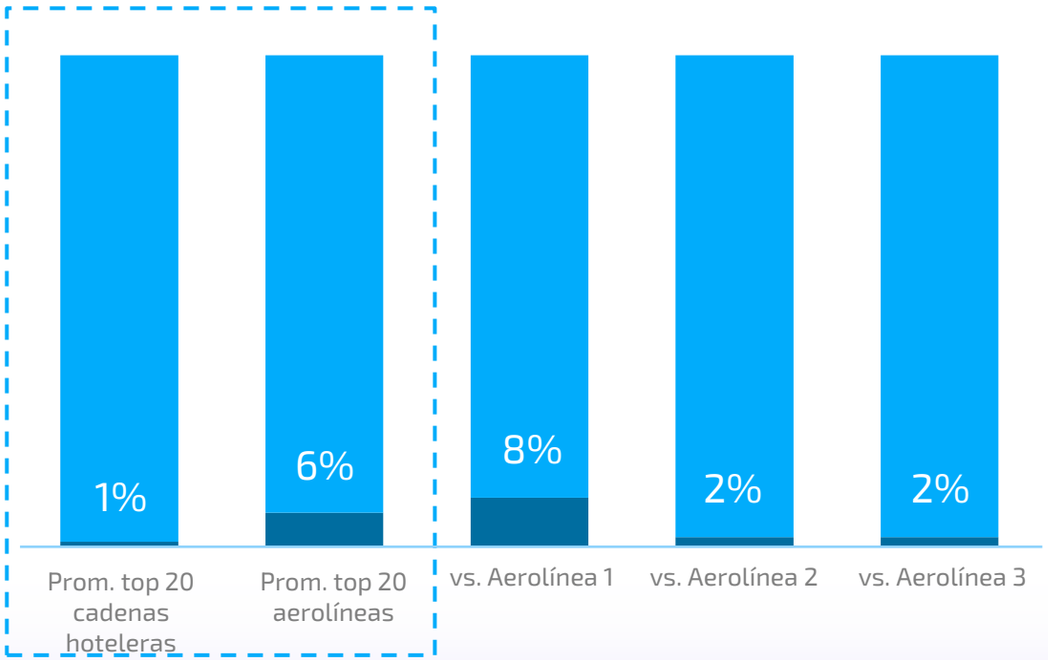
POSICIÓN de MERCADO de eDO

PLATAFORMA PROPIETARIA ÚNICA DE eDO

2 eDO aporta a nuestros socios de activos fijos una amplia base de clientes potenciales

Solapamiento de trafico/clientes

eDO frente a las 20 principales aerolíneas y cadenas hoteleras europeas en sus respectivos mercados nacionales



Volumen de tráfico de eDO frente a líneas aéreas y hoteles fuera de su mercado nacional

eDO vs 20 principales aerolíneas y cadenas hoteleras europeas

5x vs. top 20 aerolíneas

11x vs. top 20 cadenas hoteleras

Socios

Fuente: Datos Simlarweb de visitas mensuales (mediante acceso premium) para Desktop, Móvil y App. Datos de septiembre de 2024.
Ámbito: principales mercados europeos de eDreams (todas las marcas). Las 20 mayores aerolíneas por pasajeros transportados (punto de venta Europa) y las 20 mayores cadenas hoteleras por capacidad de habitaciones en Europa.
Navegación cruzada: visitas al sitio web de la aerolínea o cadena hotelera que también estuvieron en un sitio web de una marca de eDreams (ajustado por solapamiento entre marcas) durante el periodo de tiempo considerado en el mayor mercado de la respectiva aerolínea o cadena hotelera (por visitas); ponderado según el tráfico total del sitio web de la aerolínea y cadena hotelera en nuestros principales mercados europeos.
Comparación del volumen de tráfico: el tráfico eDO frente al tráfico de líneas aéreas u hoteles, excluyendo su mayor mercado en términos de tráfico en nuestros principales mercados europeos.

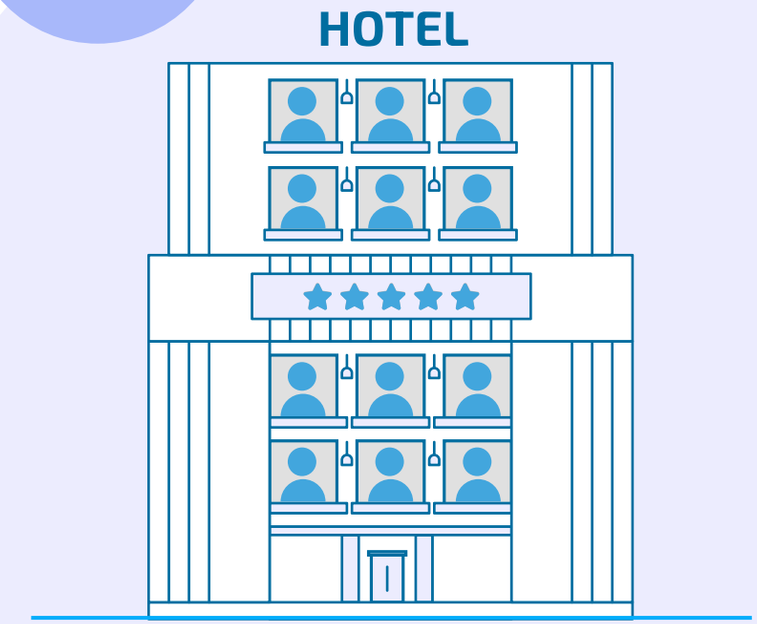
2 Ayudamos a nuestros socios a mejorar su ocupación y rentabilidad durante un periodo de tiempo mayor



Los pasajeros de eDO representan el

8%

de la capacidad total en las 20 principales rutas eDO



2 Prime atrae a nuestros socios, mejorando su rendimiento y compromiso a largo plazo

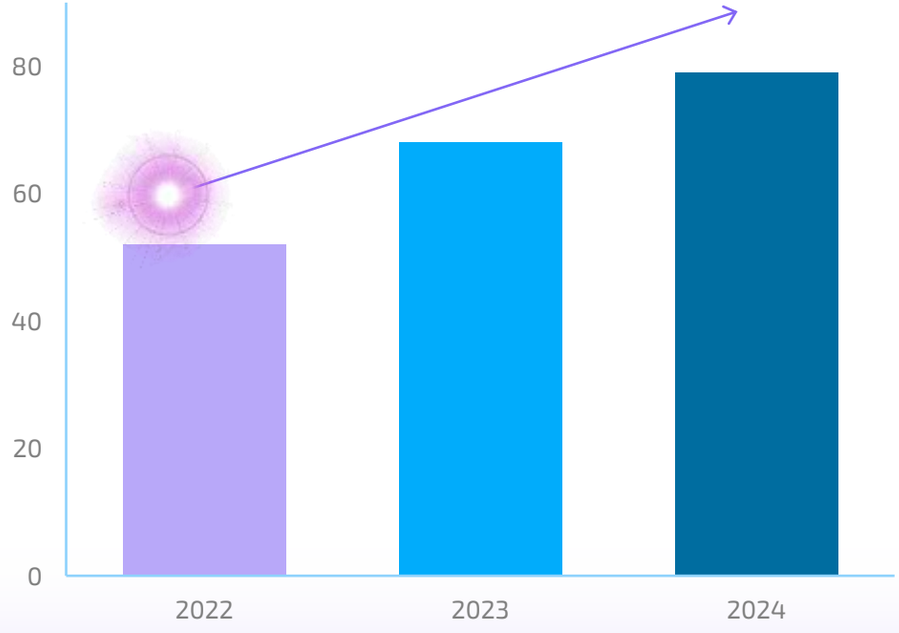
+173%

de aumento interanual de las aerolíneas y hoteles que participan en campañas Prime frente a los que no(*)



50%

más de participación de nuestros socios de aerolíneas



Socios

Fuente: Datos de la empresa.
(*) Comparación del incremento interanual de pasajeros de aerolíneas y hoteles participantes en campañas Prime frente a los no participantes. Periodo considerado: año 2024.

2

Otras industrias de activos fijos con marcas de primer nivel también buscan la distribución por terceros

Canales de distribución de Apple



Canales de distribución de Disney resorts



Socios

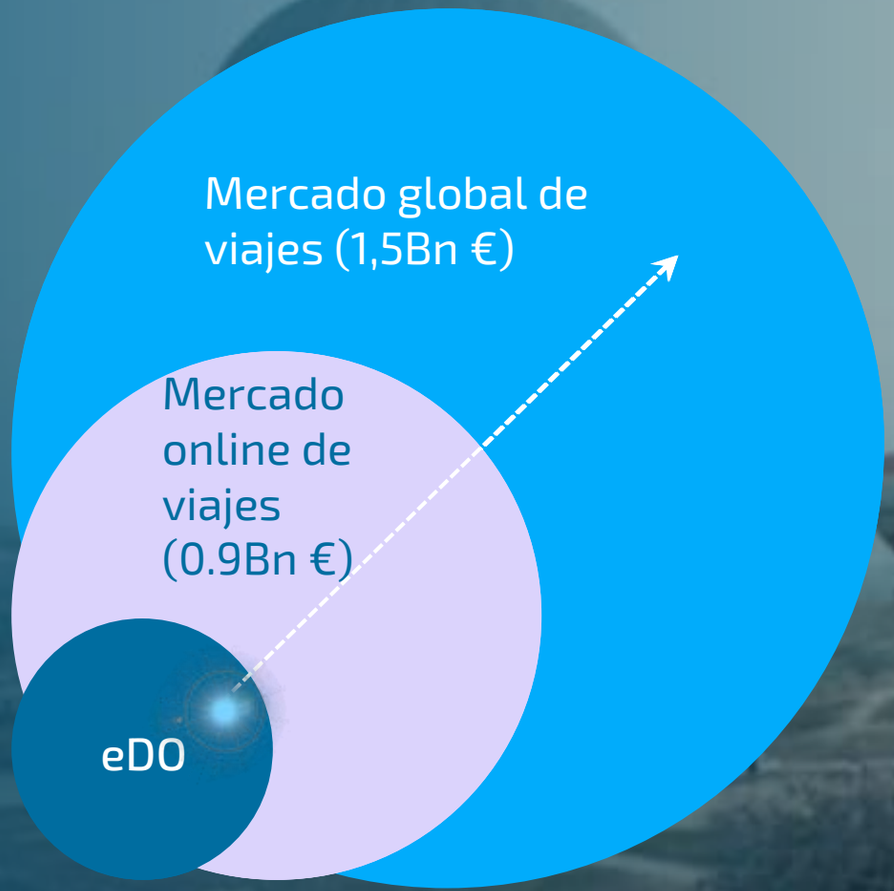
2 eDO tiene una posición única en mercados atractivos y en crecimiento



Con un modelo único, eDO se posiciona en 2 sectores atractivos



2 El sector de los es muy amplio y atractivo, y Prime está bien posicionado para aprovechar las oportunidades del mercado.

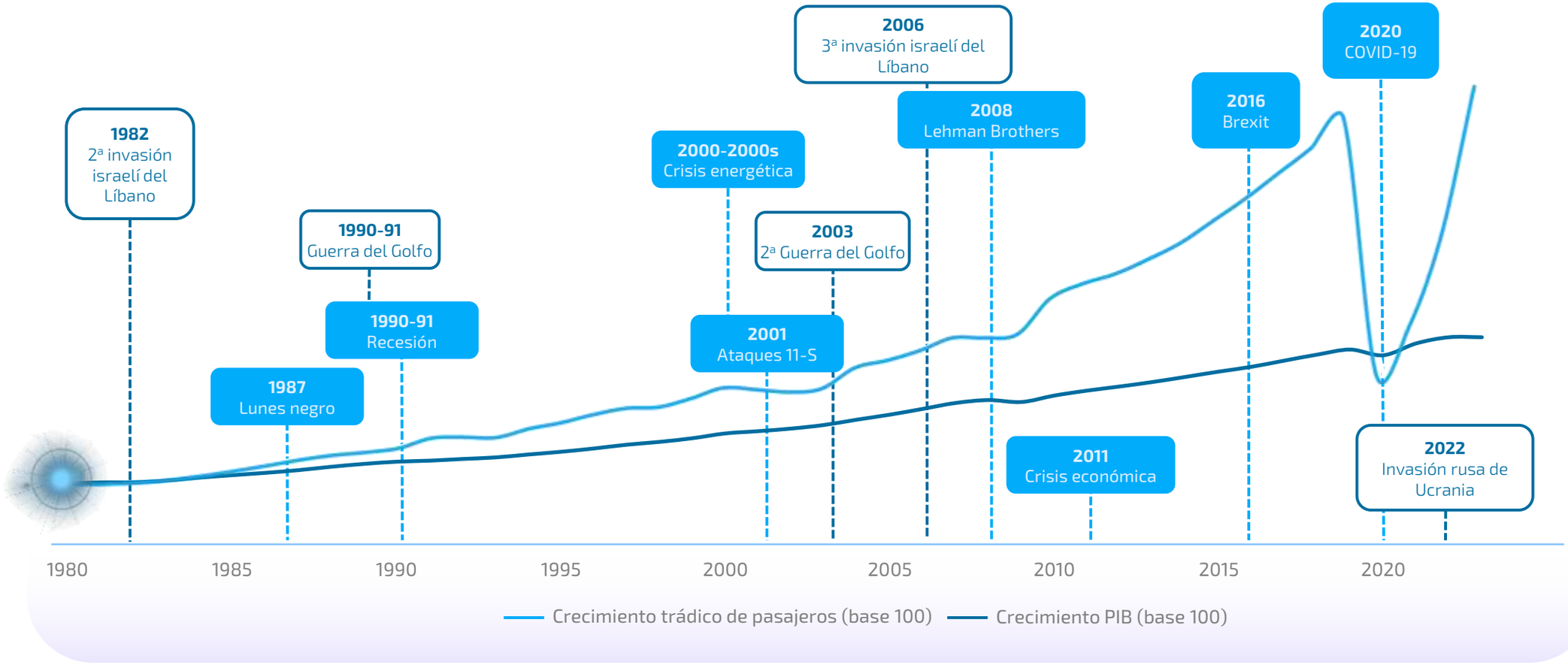


1,5Bn €
Mercado global de viajes

Posición de mercado eDO

Fuente: Phocuswright. Informe PhocalPoint (Reservas brutas anuales, estimación para 2024). Incluidos todos los mercados, vuelos, hoteles, alquileres de coches, trenes, cruceros y paquetes.

2 El sector de viajes tiene una buena dinámica y expectativas macroeconómicas, siendo el foco de Prime



Posición de mercado eDO

Fuente: IATA Economic Performance; Economist Intelligence Unit (EIU); Banco Mundial.

El mercado de suscripciones sigue aumentando, con un creciente número de nuevos clientes cada vez más abiertos a esta opción

El mercado de suscripciones está en alza...

1,4Bn €

Tamaño de Mercado de suscripción

+18%

Tamaño de Mercado de suscripción TCAC 2020-2025

.. y queda demostrado que los suscriptores aumentan su compromiso con este modelo

8,1

Promedio de suscripciones por usuario de app
*(vs. **7,3** hace un año)*

75€

Gasto medio mensual en suscripciones
*(vs. **65 €** hace un año)*



Fuente: "2023 Subscription Economy Index Report" Zoura, abril de 2024 & Deutsche Bank "Online Subscription Survey # 4", octubre de 2024 (encuesta a clientes en Alemania, Reino Unido y EE.UU.).

En cualquier sector pueden coexistir varios modelos ganadores

	Suscripción	Transaccional	
	COSTCO WHOLESALE	Walmart	
Ingresos por ventas (2023)	242k M USD	648k M USD	
Puesto por cuota de mercado en EEUU	#3	#1	
FCF Yield	1,6%	2,3%	
EV/EBITDA 2024e	33,0x	18,5x	
TCAC Precio de la acción			S&P 500
1994-2024	18%	11%	9%
2004-2024	16%	9%	9%
2014-2024	21%	12%	11%

Fuente: Bloomberg (Precio por acción de noviembre de 1994 a noviembre de 2024).

2 El éxito del modelo de suscripción requiere una serie de elementos clave



1 Alta satisfacción del cliente

2 Capacidades de IA muy potentes

3 Sólida oferta de productos y gran capacidad de venta cruzada

4 Transformación completa del negocio

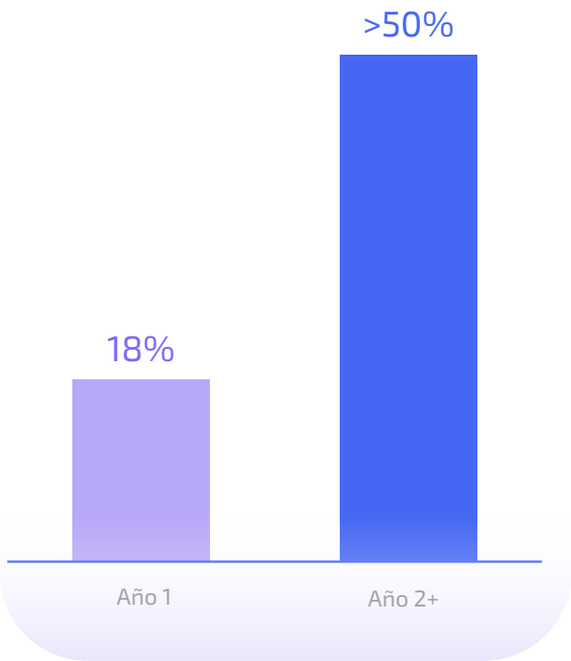
2 Transformarse en un negocio de suscripción no es fácilmente replicable

1 Se debe estar dispuesto a incurrir en bajadas importantes en la rentabilidad a corto y medio plazo.

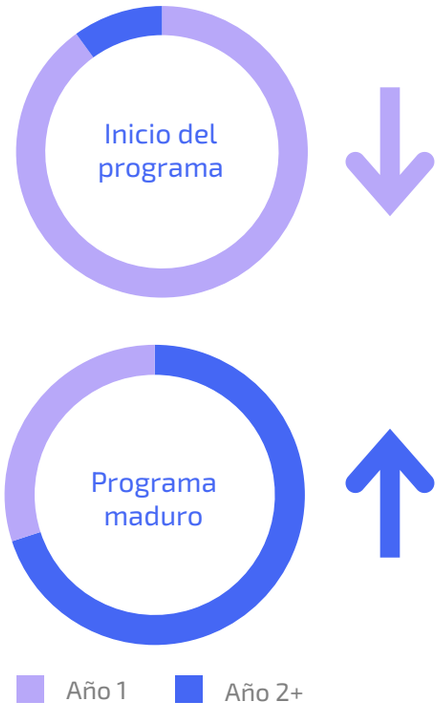
2 Se requiere una enorme capacidad de gestión del cambio en las personas, los procesos, los sistemas y el enfoque financiero.

3 Habrá que superar una curva de aprendizaje y un déficit de conocimientos.

Margen de Beneficio Marginal Cash(*) por antigüedad de los miembros



Cuota de Margen sobre ingresos Cash por miembro



Posición de mercado eDO

(*) Promedio de Margen de Beneficio Marginal Cash desde el ultimo día del Inversor.

2 Conclusiones clave

1

En los últimos tres años, eDO se ha convertido en una gran empresa de suscripciones de éxito en Europa.

2

La satisfacción de los clientes Prime es una de las más altas del sector y sigue creciendo con el tiempo.

3

Prime está aportando importantes beneficios a nuestros socios también.

4

Prime es un modelo único de su clase en Viajes, un sector que ha demostrado su resiliencia y que sigue creciendo con fuerza.

3

Palancas claves de crecimiento



3

eDO ha dedicado los últimos años a construir una plataforma única e innovadora



PLATAFORMA PROPIETARIA ÚNICA DE eDO

3 eDO ha creado una ventaja significativa gracias a ser uno de los líderes en IA



PLATAFORMA PROPIETARIA ÚNICA DE eDO

3 Fuimos pioneros en inteligencia artificial en 2014, lo que nos ha permitido crear una plataforma amplia y profunda

2014

Creación de uno de los **primeros equipos internos de IA** en el sector de los viajes: pioneros en uno de los primeros sistemas de **prevención de fraude basados en IA**.

2015

Adopción de una **estrategia que prioriza la IA**, creando nuestro propio equipo interno de investigación y desarrollo para construir una plataforma propietaria de IA y poner la **IA a disposición de todos los equipos**.

2016

Personalización de la experiencia de usuario **impulsada por IA**, a nivel individual y **a escala**.

2017

Despliegue a escala de un algoritmo propio basado en el **aprendizaje por refuerzo** en combinación con algoritmos genéricos y optimizaciones multiobjetivo para perfeccionar la fijación de precios.

2019

Adopción temprana de una **plataforma propia de IA generativa** para construir itinerarios únicos para nuestros clientes.

2020 2022

Implementación de **capacidades de lenguaje natural** en el servicio de **atención al cliente** para ofrecerles la mejor experiencia.

Desarrollo e implementación de sistemas de IA propios para diseñar, medir y optimizar el **rendimiento** de las **campañas de marketing**.

2023

Líder reconocido a nivel global entre las empresas impulsadas por Inteligencia Artificial.

Implantación de la IA en toda la compañía, incluso en RRHH.

Trabajamos con **Google Cloud para ser pioneros** en nuevos desarrollos de IA generativa.

2024

Desarrollo **interno** de **agentes de IA** y herramientas Copilot impulsadas por IA generative.

Fortalecer la **colaboración** técnica **con Google** en las áreas de capacidades de entrenamiento.

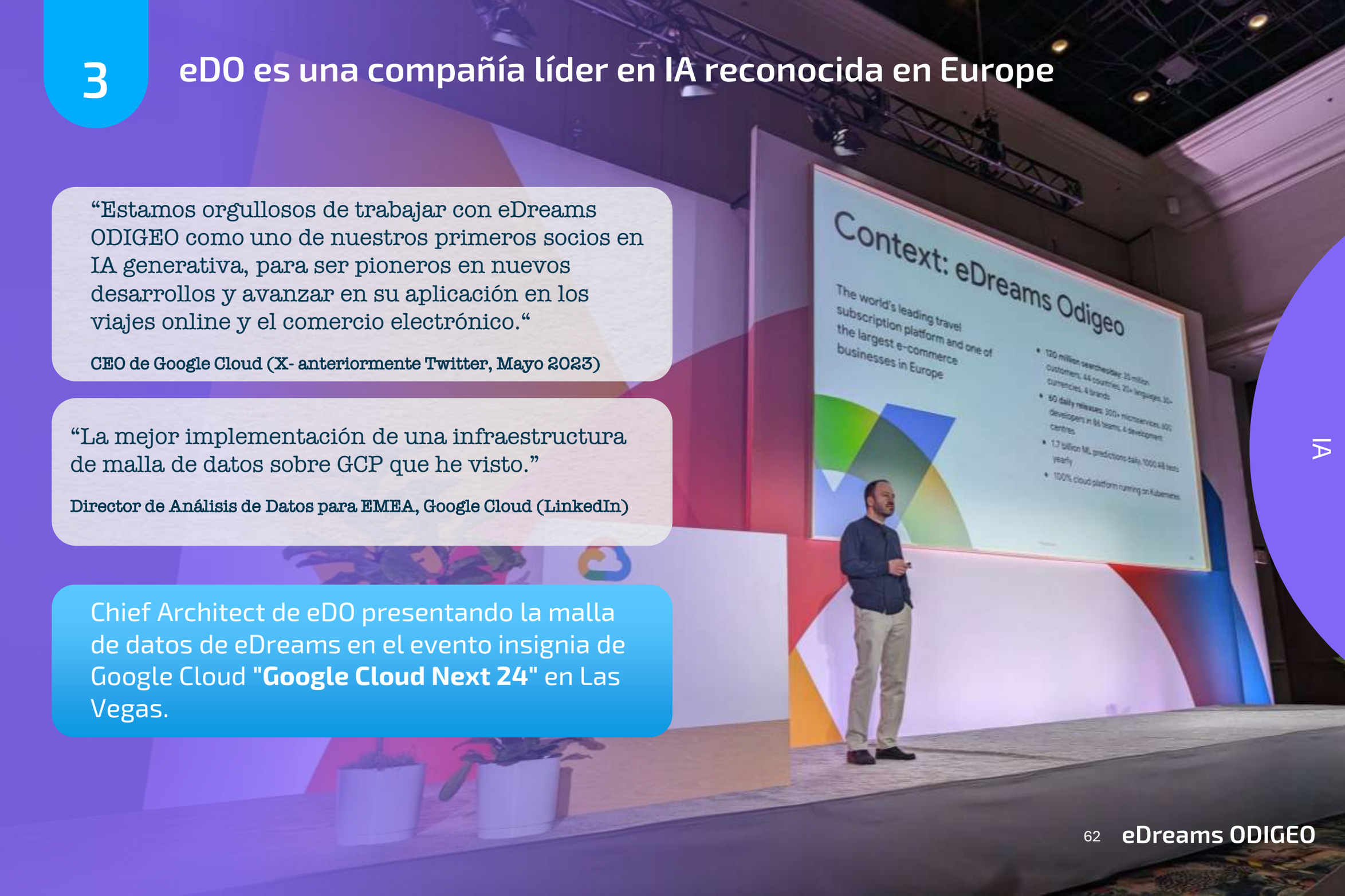
3 eDO es una compañía líder en IA reconocida en Europe

"Estamos orgullosos de trabajar con eDreams ODIGEO como uno de nuestros primeros socios en IA generativa, para ser pioneros en nuevos desarrollos y avanzar en su aplicación en los viajes online y el comercio electrónico."

CEO de Google Cloud (X- anteriormente Twitter, Mayo 2023)

"La mejor implementación de una infraestructura de malla de datos sobre GCP que he visto."

Director de Análisis de Datos para EMEA, Google Cloud (LinkedIn)



Chief Architect de eDO presentando la malla de datos de eDreams en el evento insignia de Google Cloud "**Google Cloud Next 24**" en Las Vegas.

3 datos como ventaja competitiva gracias a su suscripción Prime y su escala en vuelos

Contamos con datos...

- DETALLADOS
- PRECISOS
- MEJORADOS

>6,000 Millones
predicciones de IA diarias

100 Millones
búsquedas diarias

48,5 Petabytes
De datos de eDO utilizados para entrenar modelos de IA y analíticos avanzados

Fuente: datos de la compañía.

3 En el mundo actual automatizado y personalizado, un gran volumen de datos es clave para adelantarse a la competencia.

"Los datos son uno de los activos más valiosos que tiene una empresa y potencialmente tienen un impacto tremendo en su éxito a largo plazo".

Forbes

"Los datos hacen crecer a las empresas con más experiencia". "La escala es lo que gana".

National Bureau of Economic Research

"Cuantos más clientes se tienen, más datos se pueden recopilar, y esos datos, analizados con herramientas de aprendizaje automático, permiten ofrecer un producto mejor que atraiga a más clientes".

Harvard Business Review

"Adquirir información que otros no tienen proporciona ventaja estratégica".

"El éxito empresarial conduce a la adquisición de más datos de los usuarios, que a su vez se utilizan para mejorar la productividad y ganar cuota de mercado, lo que amplía aún más la cantidad de datos disponibles".

IMF

IA

3 eDO hace una serie de cosas que nadie más hace en el sector de los viajes, e incluso en comercio electrónico

eDO ha creado una sólida plataforma propia basada en innovadoras capacidades de IA y grandes activos de datos para:

- Proporcionar una **experiencia al cliente** totalmente **mejorada** y **personalizada**
- Ofrecer una oferta **óptima de productos de primer nivel** y de experiencia de usuario
- Mejorar continuamente **el rendimiento y la productividad de la empresa**



3

Prime tiene un importante potencial de crecimiento con la expansión de mercados

IA

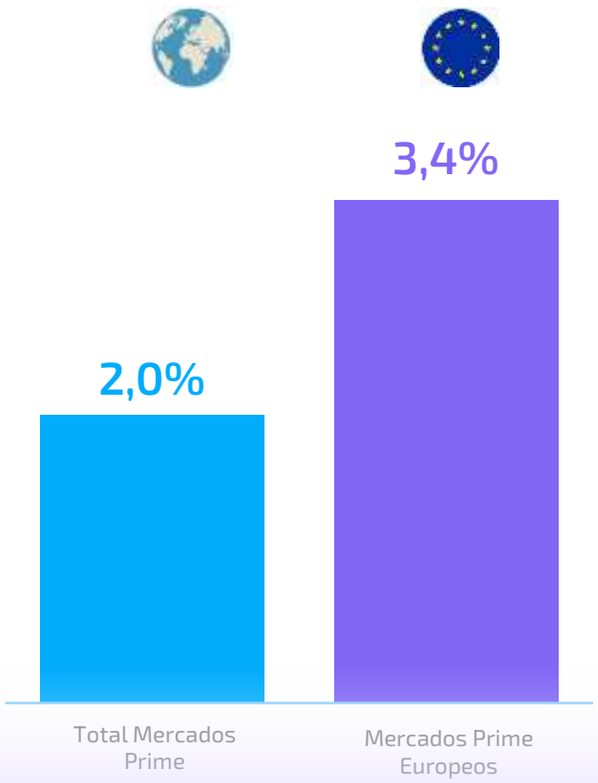
EXPANSIÓN DE MERCADOS

MEJORA DE PRODUCTOS

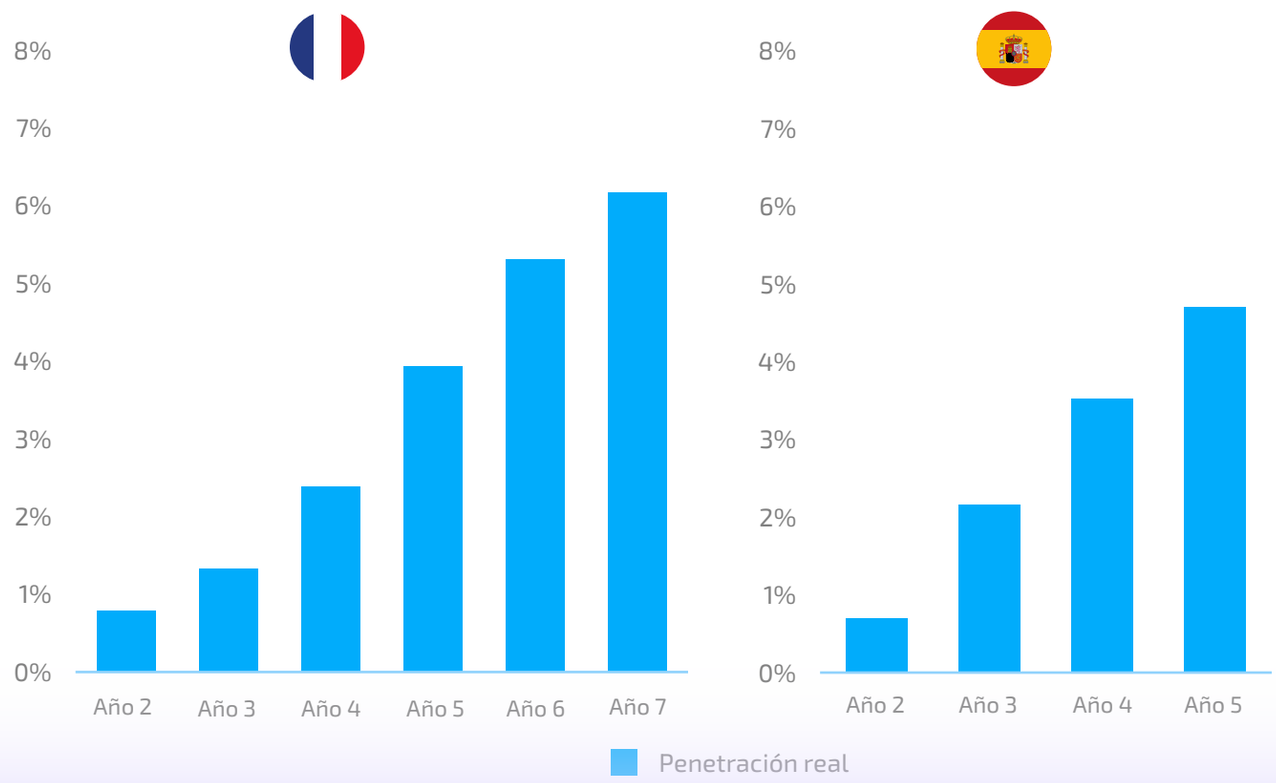
PLATAFORMA PROPIETARIA ÚNICA DE eDO

3 Los mercados Prime de eDO han alcanzado el 3,4% de penetración en hogares europeos, y siguen creciendo

Penetración en los hogares de Prime en 2024



Evolución a lo largo de los años de la penetración en hogares de Prime en dos mercados distintos



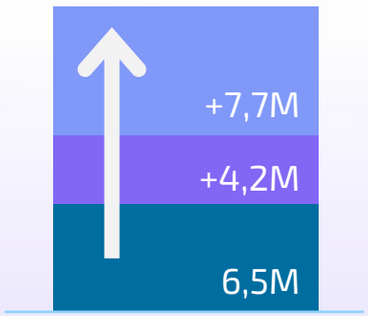
Expansión de mercados

Fuente: Datos de la compañía y datos de hogares Eurostat, Oficina Nacional de Estadísticas (ONS) de Reino Unido (ONS), Oficina del Censo de EE.UU., Statista y gobiernos nacionales.

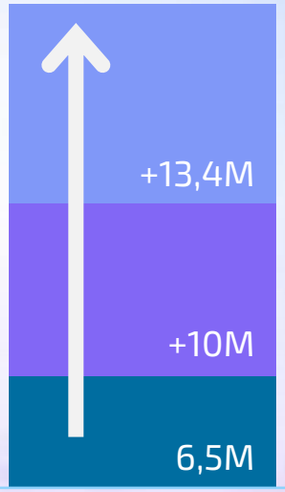
3 Solo en los mercados existentes ya hay grandes posibilidades de crecimiento

Potencial de crecimiento de miembros Prime con una penetración en los hogares de un 6,2 %

19M
Miembros Prime



Potencial de crecimiento de miembros Prime con una penetración en los hogares de un 10 %



30M
Miembros Prime

Potencial de crecimiento en mercados Prime fuera de Europa

Potencial de crecimiento en mercados Prime de Europa

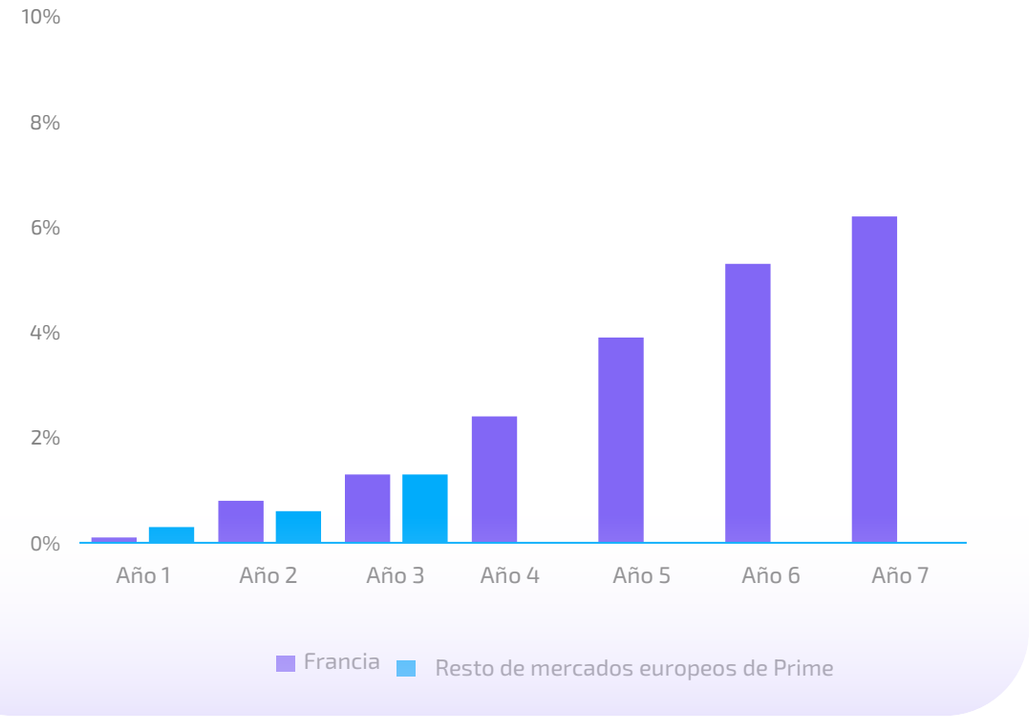
Miembros Prime actuales

Expansión de mercados

Fuente: Datos de la compañía y datos de hogares Eurostat, Oficina Nacional de Estadísticas (ONS) de Reino Unido (ONS), Oficina del Censo de EE.UU., Statista y gobiernos nacionales.

3 Si eDO llegara al 10% de penetración en los hogares de los mercados europeos, alcanzaría 16,5 millones de miembros Prime

Son datos realistas, dado que eDO ya alcanza una penetración del 6,2 % en los hogares en su primer mercado, que ha logrado en el último año un crecimiento máximo, y vemos que otros mercados lanzados posteriormente seguirán el mismo ritmo.



Penetración en los hogares europeos(*)

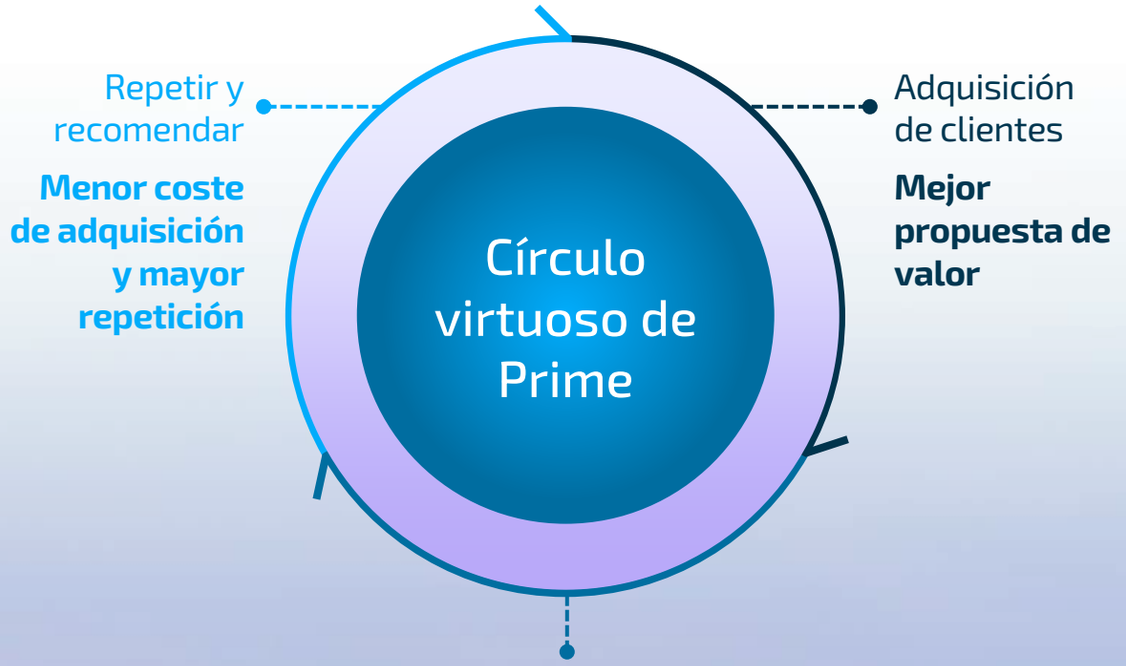
Spotify 44%

NETFLIX 35%

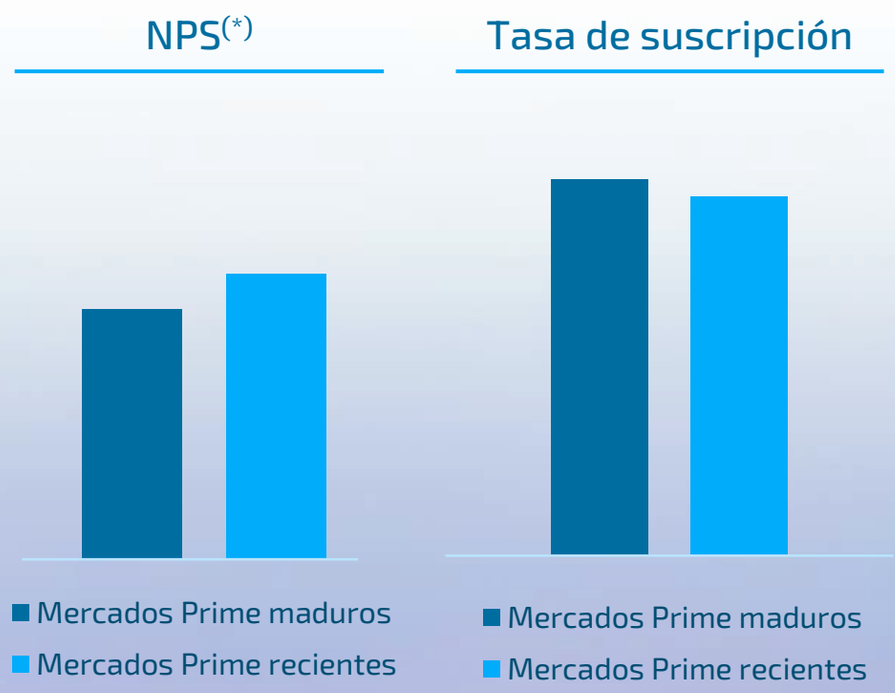
Fuente: Datos de la compañía y datos de hogares Eurostat, Oficina Nacional de Estadísticas (ONS) de Reino Unido (ONS), Oficina del Censo de EE.UU., Statista y gobiernos nacionales
(*) Estimaciones de la compañía basadas en cifras de "World population review.com" para Netflix (suscriptores a partir de 2024 en España, Reino Unido, Alemania Francia, Italia, Portugal y Suiza) y estadísticas de Spotify por "*Business of Apps*" (estimación de suscriptores Premium en Europa para 2023).

3 Y Prime ha demostrado funcionar también fuera Europa. Casos prácticos en Australia, Estados Unidos y Canadá

Prime es una fórmula sólida y reproducible...



...que puede trasladarse al resto de mercados

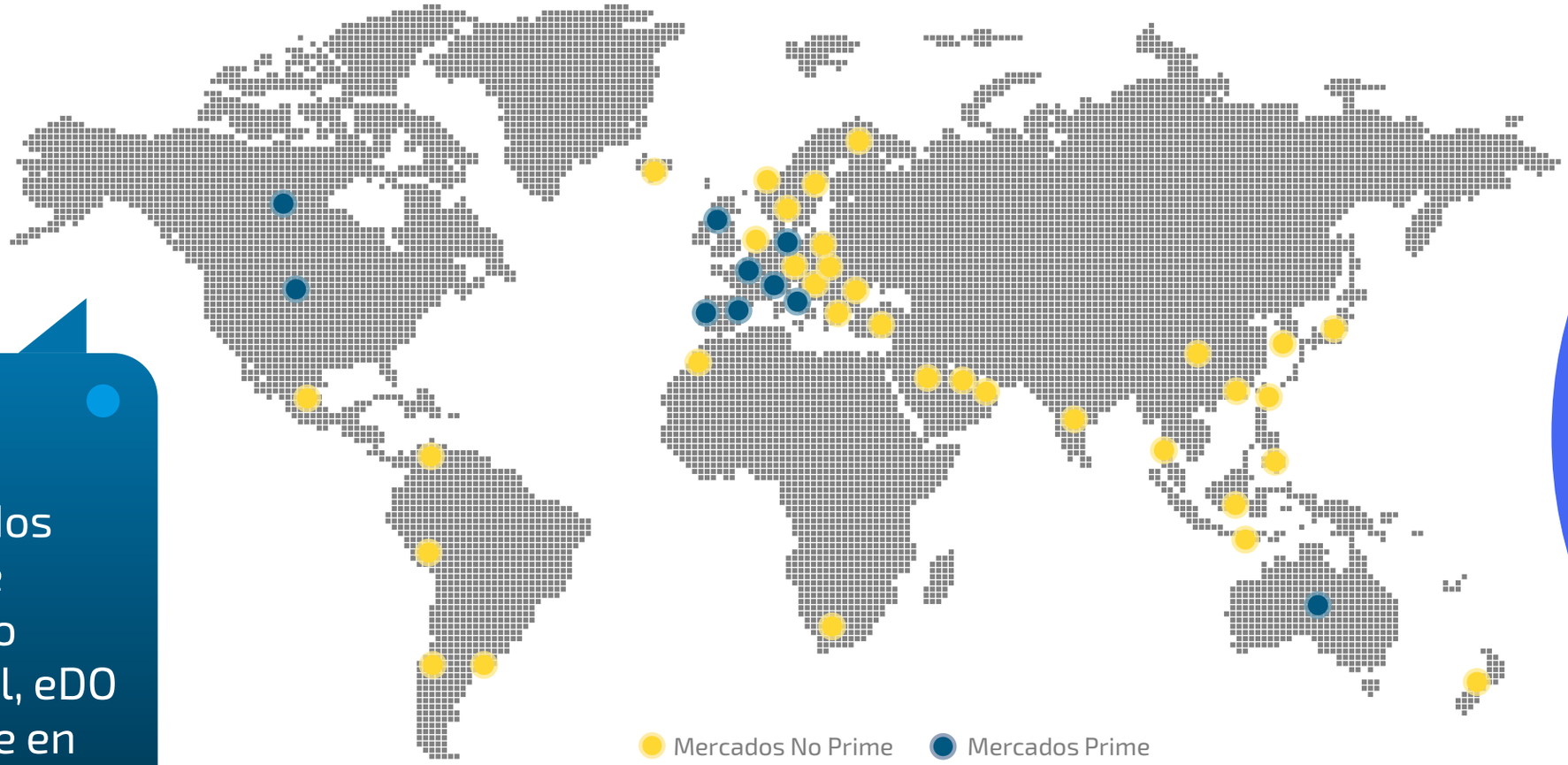


Expansión de mercados

(*) NPS (indicador neto de promotores) por sus siglas en inglés.
Fuente: Datos de la compañía.
El NPS procede de datos internos de la compañía. Los procedimientos y análisis realizados por eDreams ODIGEO han sido verificados y validados por KPMG

3 eDO tiene más oportunidades de crecimiento expandiendo Prime en mercados actuales y nuevos.

Prime está presente en 10 mercados mientras que como negocio transaccional, eDO está presente en 44 mercados.



Nuevos mercados en pruebas

3 Así, si eDo lanzase Prime en 10 nuevos mercados y ampliara los no europeos existentes, alcanzaría 41 millones de miembros.

Potencial de crecimiento de miembros Prime

con un penetración en hogares de 6.2%





with 10% household penetration





Potencial de crecimiento en 10 nuevos mercados

Potencial de crecimiento en mercados fuera de Europa

Potencial de crecimiento en mercados Prime de Europanly

Actual

Expansión de mercados

Fuente: Datos de la compañía y datos de hogares Eurostat, Oficina Nacional de Estadísticas (ONS) de Reino Unido (ONS), Oficina del Censo de EE.UU., Statista y gobiernos nacionales.

3

eDO mejorará continuamente su oferta Prime para satisfacer a sus clientes y mantener su ventaja competitiva

IA

EXPANSIÓN DE MERCADOS

MEJORA DE PRODUCTOS

PLATAFORMA PROPIETARIA ÚNICA DE eDO

3 Segmentar y mejorar la oferta de productos Prime permitirá generar un buen crecimiento

Lo habitual en las compañías de suscripción B2C de gran éxito es hacer evolucionar la suscripción inicial para realizar ofertas o niveles de suscripción adicionales segmentados.

	Spotify	NETFLIX	deliveroo	COSTCO WHOLESALE
Original	**Spotify Premium**	**Netflix**	**Plus**	**PriceCostco**
Nuevas ofertas de suscripción incorporadas con el tiempo	✓ Premium Individual ✓ Premium Estudiante ✓ Premium Familiar ✓ Premium Duo	✓ Estándar con anuncios ✓ Estándar ✓ Premium	✓ Plus Gold ✓ Plus Diamond ✓ Deliveroo Estudiantes ✓ Para empresas	✓ Gold Star ✓ Executive ✓ Business ✓ Business Executive



3

Adoptar un enfoque de segmentación y clasificación ofrece a las empresas múltiples ventajas, tanto a corto como a largo plazo.



- Penetración de mercados
- Retención de clientes
- Satisfacción de clientes
- Percepción de marca

3

En el último año, eDO ha lanzado su primera “segunda” propuesta, Prime Plus

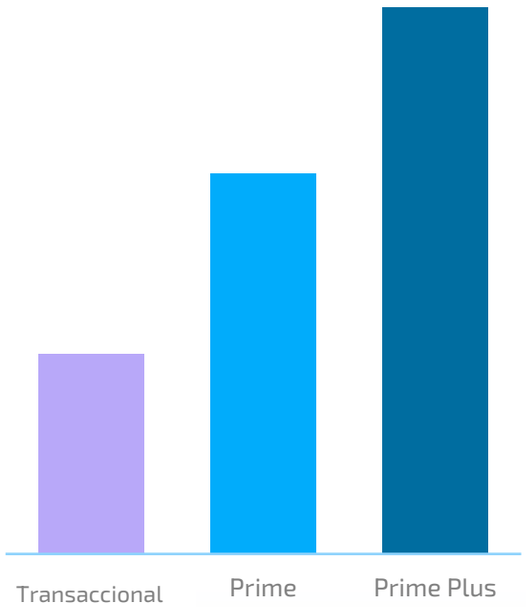
	CMD(*) Nov 21	2025	
	Prime	Prime	Prime Plus
Ahorros de precios			
Descuentos en vuelos	✓	✓	✓
Descuentos en hoteles(**)	✓	✓	✓
Descuentos en alquiler de coches	✗	✓	✓
Compartir descuentos Prime con 4 amigos y familiares	✗	✗	✓
Vales exclusivos para el Wallet (más de 300 € al mes)	✗	✓	✓
Acceso exclusivo a los Prime Days y otros eventos	✓	✓	✓
Flexibilidad			
Congelar el precio de cualquier vuelo por 1 €	✗	✓	✓
Cancelación de dos reservas de vuelo en la app tras la prueba gratuita	✗	✗	✓
Tranquilidad			
Atención al cliente VIP: respuesta a casi todas las llamadas en 1 minuto(**)	✓	✓	✓
Reembolso anticipados en 48 horas de más de 150 aerolíneas si cancelan los vuelos	✗	✓	✓

Mejora de productos

(*) Día del Inversor (Capital Market Day – CMD en inglés)
(**) Los descuentos Prime en hoteles en Noviembre de 2021 estaban en fase inicial y a través de marca blanca.
(***) Los procedimientos y análisis realizados por eDreams ODIGEO han sido verificados por KPMG.

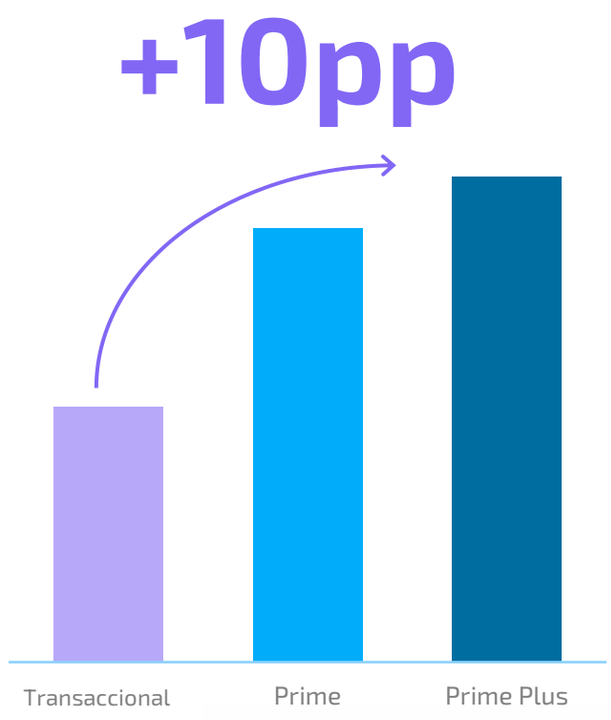
3 Así se ha mejorado el compromiso de los clientes que han contratado Prime Plus

Los clientes Prime Plus repiten mucho más



Tasa de repetición (fin de FY24)

Los clientes de Prime Plus suelen proceder de recomendaciones de amigos



Cuota de clientes que nos han conocido a través de un amigo o familiar



Mejora de productos

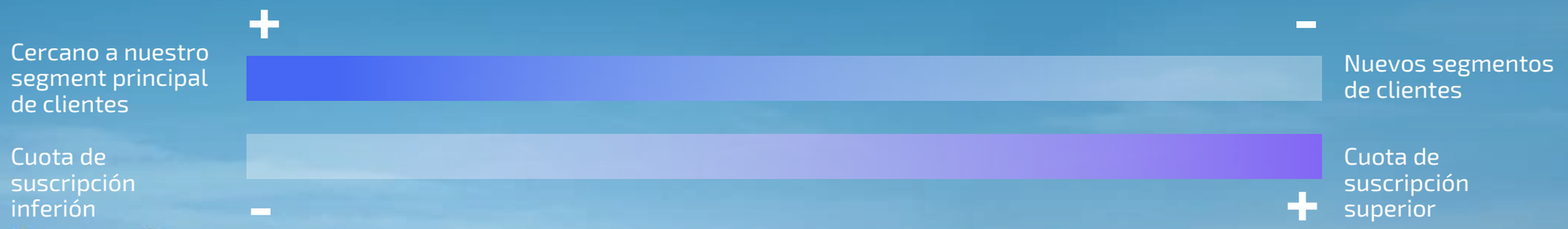
Basado en la tasa de repetición anualizada del 4QFY24
Nota: Las tasas de repetición de Prime Plus y Basic incluyen todas las reservas repetidas (vuelos, hoteles, paquetes dinámicos, coches), los gastos adicionales adquiridos después de la reserva y la congelación de precios.
Fuente: datos de la compañía

3 Más allá de Prime Plus, podemos segmentar aún más las ofertas para ampliar nuestro alcance a los clientes

Opciones básicas

Opciones Premium

Opciones para empresas

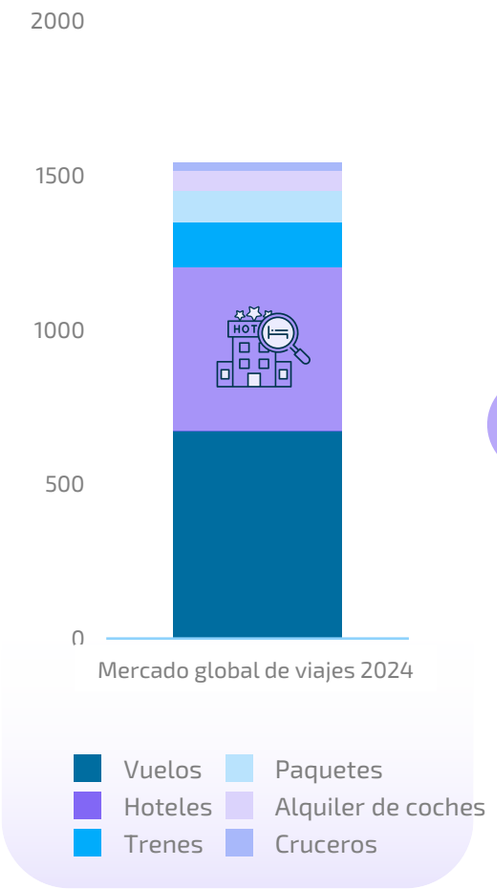




Mejora de productos

3 Existen oportunidades para atraer a los clientes a través de otros grandes productos turísticos, como los hoteles





€531k millones
(Mercado global hoteles*)

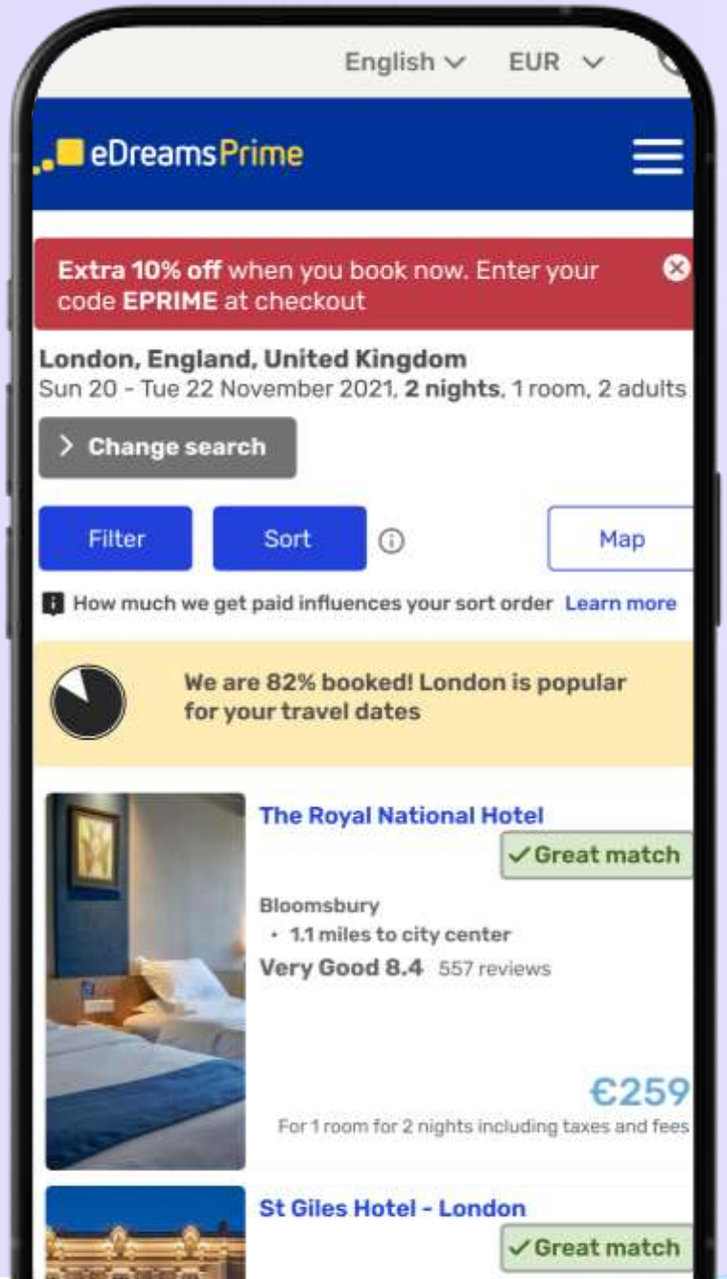
€293k millones
(Mercado online global hoteles*)

62%
(Penetración OTAs**)

Mejora de productos

Fuente: Phocuswright. Informe Phocalpoint. (en miles de millones de euros)
* Reservas brutas estimadas para 2024.
** Penetración de las OTA en el mercado hotelero online estimada para 2024.

3 En 2022 Prime ofrecía hoteles a través de una solución de marca blanca con importantes carencias

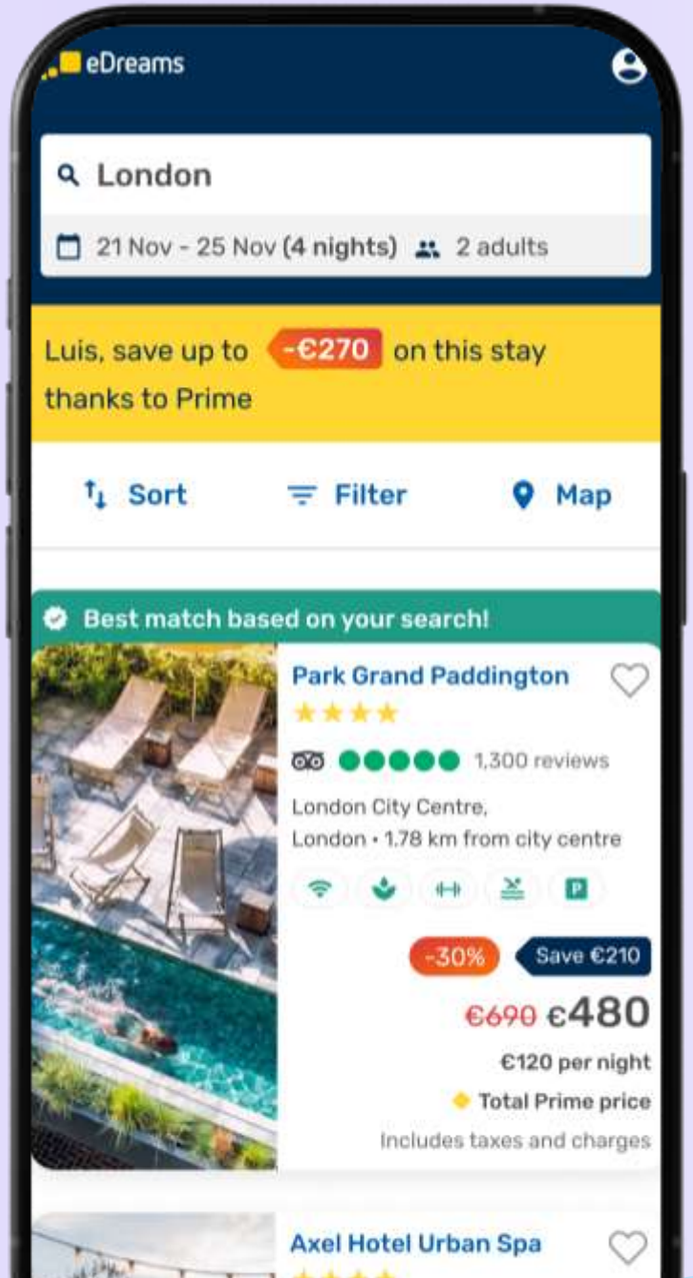


2022 | Resultados de búsqueda

- ✗ Funnel génerico, sin diesño Prime.
- ✗ Inventario limitado a un solo proveedor.
- ✗ Sin campañas promocionales.
- ✗ Sin personalización de la IA Prime.
- ✗ Los precios no mostraban el descuento Prime.

Mejora de productos

3 En 2025 ofrecemos una experiencia hotelera muy superior gracias a nuestra plataforma exclusiva.

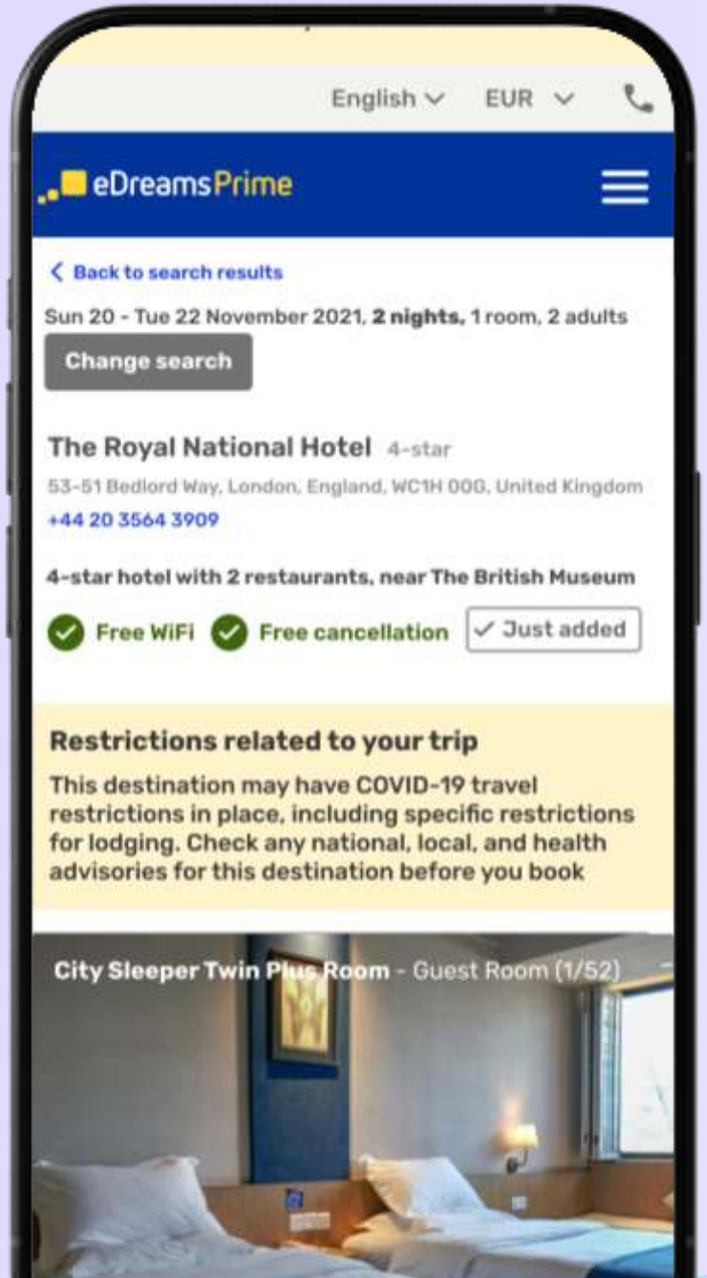


2025 | Resultados de búsqueda

- Precios competitivos en todo el funnel.
- Plataforma exclusiva de múltiples proveedores que maximiza el ahorro del cliente.
- Más de 15 campañas al año, con descuentos negociados de gran valor.
- IA innovadora optimizando clasificación, precios y merchandising.
- Servicio postventa avanzado y automatizado con reembolso inmediato.

Mejora de productos

3 La solución de marca blanca de 2022 no ofrecía una experiencia de usuario de vanguardia

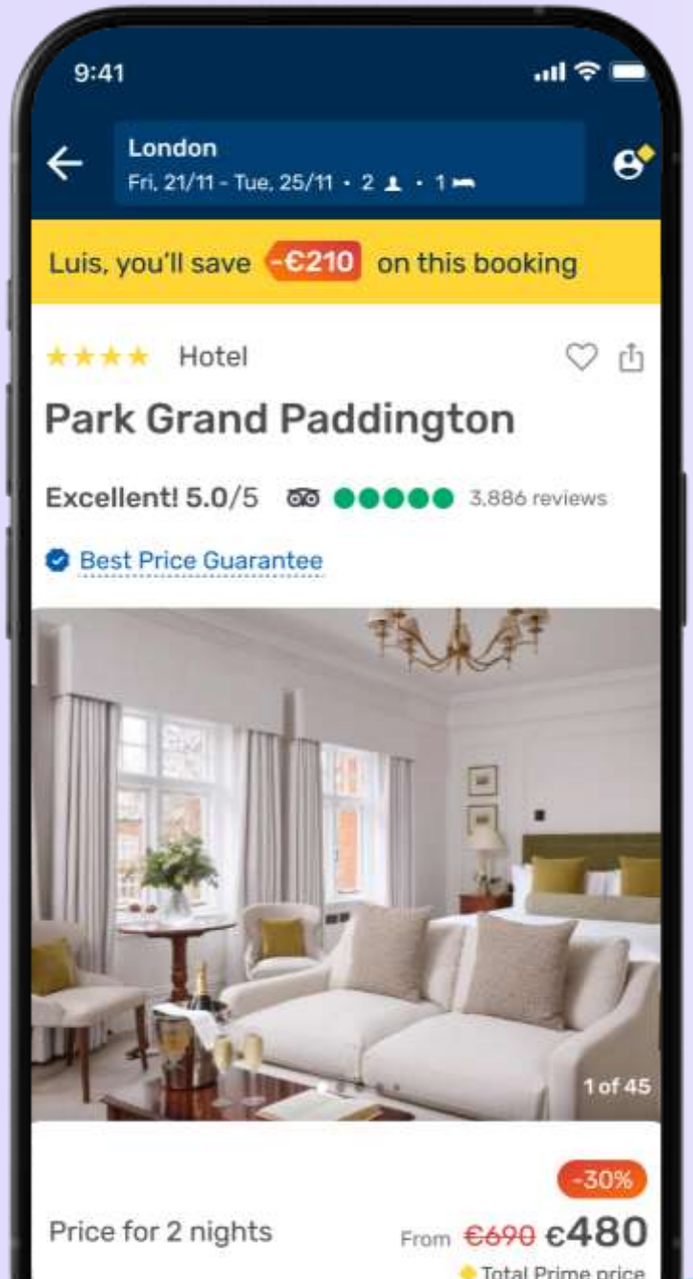


2022 | Detalles de Hoteles

- Decuentos reducidos y mala comercialización
- Hotel y fotos de habitaaciones desactualizadas y dificiles de usar.
- Un tipo de habitación por reserve.
- Ningún retargeting después de la búsqueda y contacto mínimo tras la reserva.
- Imposibilidad de almacenar y utilizar datos históricos.

Mejora de productos

3 Plataforma hotelera propia de última generación en continua mejora



2025 | Detalles de hoteles

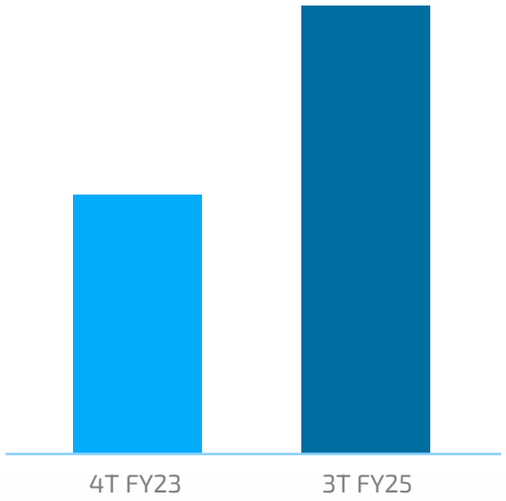
- **Mejor precio garantizado**, destacando la competitividad de precios.
- Galería de imágenes con filtros inteligentes y potenciada por **IA.**
- **Múltiples tipos de habitaciones** por reserva.
- Estrategia completa de contacto con el cliente para quienes buscan y reservan.
- Datos de búsqueda y reserva impulsan la personalización basada en IA.

Mejora de productos

3 …. que ya es visible en las métricas clave

Mejora de la conversión

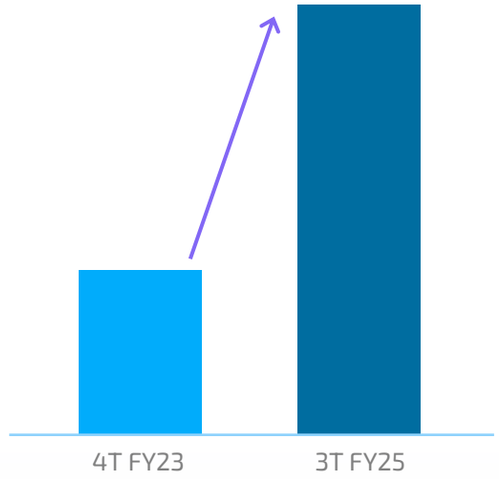
+50%



Conversión neta – Funnel de hoteles

Cuota de crecimiento de reservas Prime para hoteles

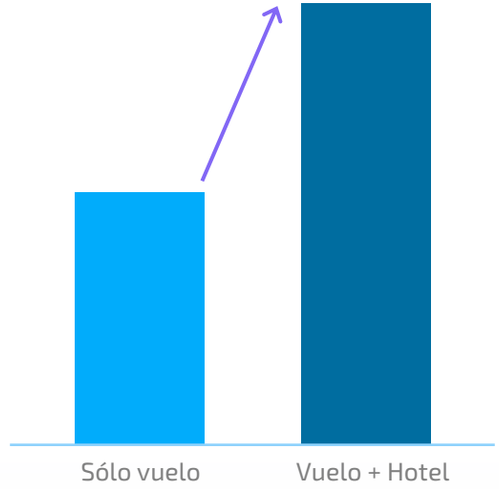
2,9x



Cuota de reservas Prime de hotel por reserva Prime de vuelo

Mayor LTV(*) en clientes que reservan vuelo + hotel frente a sólo reservas de vuelos

+40%



LTV de 24 meses (+*) por tipo de reserve de cliente

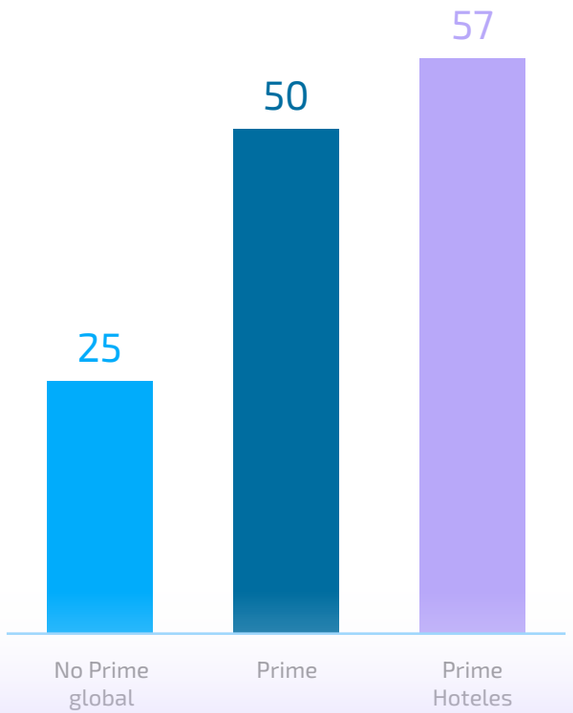
Mejora de productos

Fuente: Datos internos de la compañía. Lanzamiento de un nuevo producto hotelero durante el 4T FY23. Datos sobre conversión tomados del primer punto de datos disponible.
(*) LTV (tiempo de vida del cliente)
(*) LTV a 24 meses basado en datos reales de 6 meses extrapolados a 24 meses.

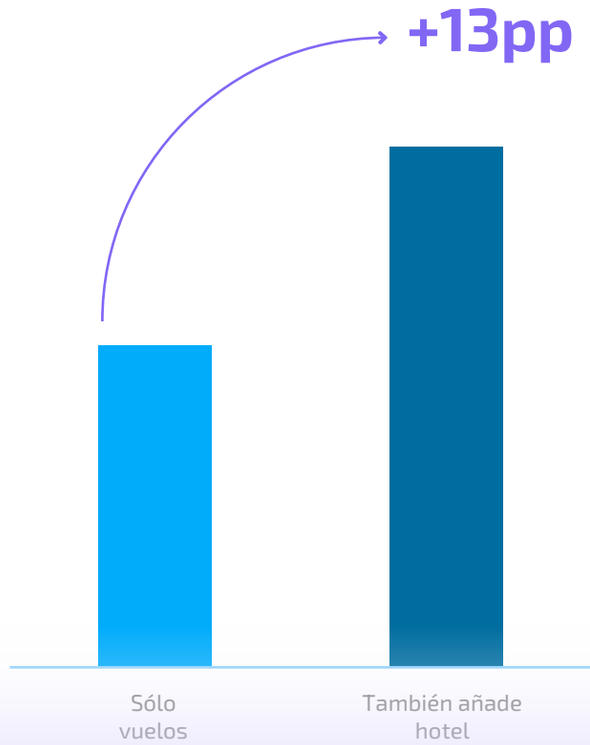
3 Como resultado, los clientes Prime tienen un NPS más alto y mayor tasa de retención que los que solo reservan vuelos



Los clientes Prime tienen un NPS(*) aún mayor en hoteles



La tasa de retención anual mejora cuando los clientes también reservan hoteles



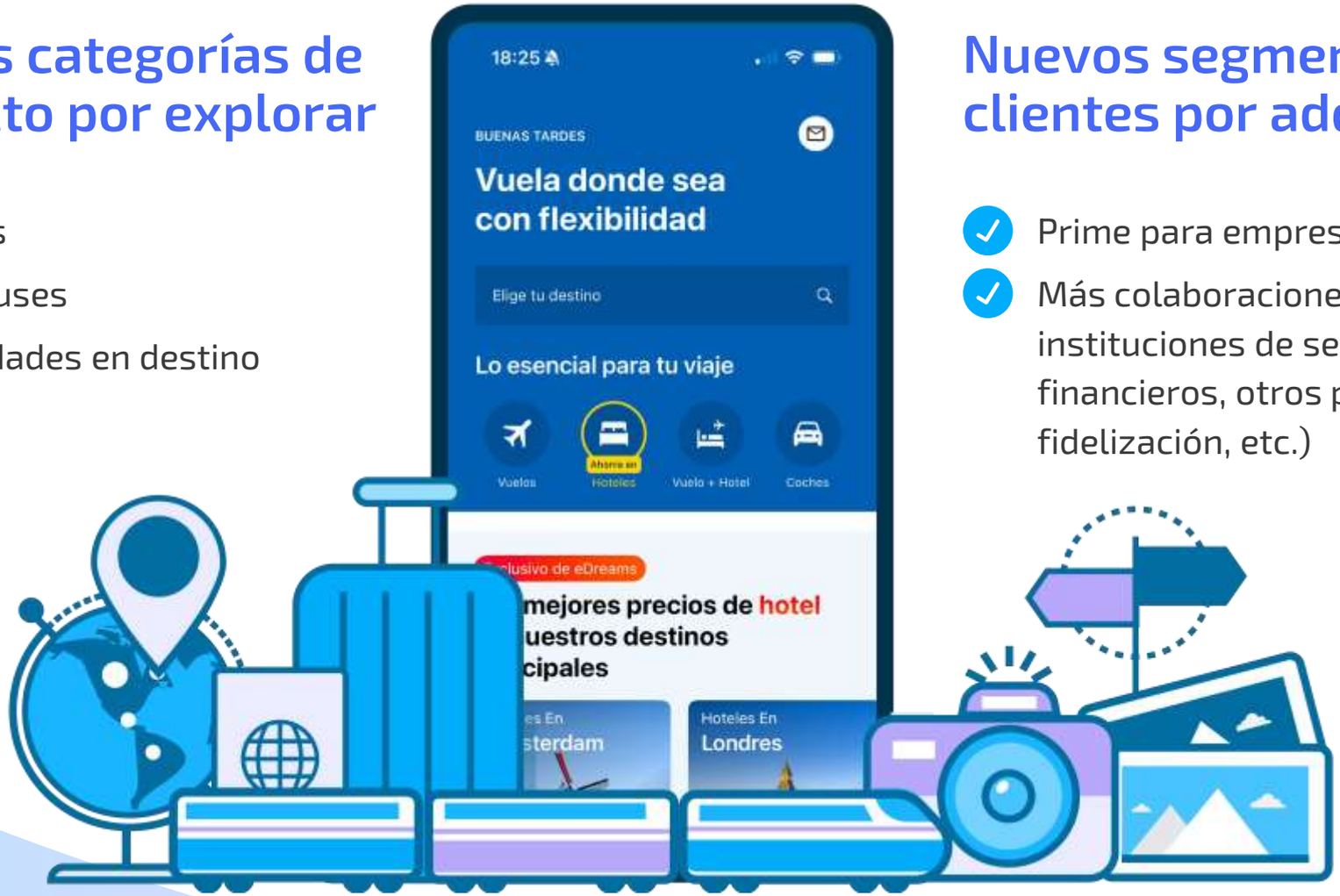
Mejora de productos

Fuente: Datos de la compañía.
(*) NPS (indicador neto de promotores) por sus siglas en inglés
NPS: NPS ofrece datos internos de la compañía (los procedimientos y análisis realizados por eDreams ODIGEO han sido verificados por KPMG).
Retención anual: Datos de la compañía basados en grupos de clientes que se unieron en 2023.

3 Más allá de los hoteles, existen otras categorías de productos que brindan a eDO la oportunidad de crecer y generar mayor fidelidad

Nuevas categorías de producto por explorar

- Trenes
- Autobuses
- Actividades en destino



Nuevos segmentos de clientes por adquirir

- Prime para empresas
- Más colaboraciones (con instituciones de servicios financieros, otros programas de fidelización, etc.)

Mejora de productos

3 Conclusiones clave

1

El uso avanzado de IA mejora significativamente las operaciones de eDO, su competitividad y eficiencia, tanto a corto como a largo plazo.

2

La penetración de Prime en los mercados actuales seguirá aumentando con el tiempo.

3

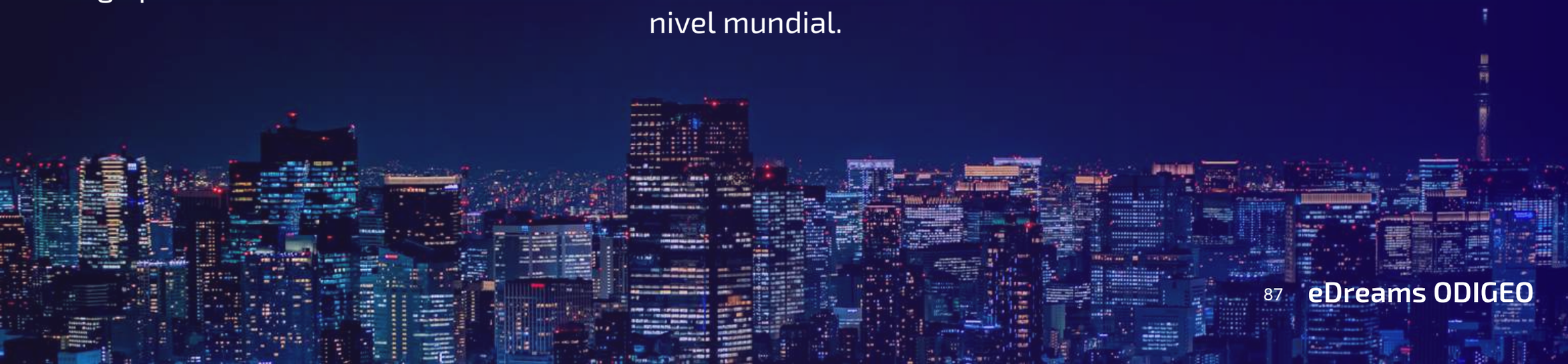
Prime es un producto que se puede expandir fuera de nuestros mercados principales, con una gran oportunidad de crecimiento a nivel mundial.

4

Prime en Hoteles ha mejorado significativamente en los últimos años, mostrando un gran progreso y oportunidades.

5

Ampliar la variedad de nuestra oferta Prime nos permitirá llegar a más clientes nuevos.



4

Perspectivas financieras



4 La sólida base de eDO para el éxito futuro



De transacción a suscripción



Factores clave de crecimiento



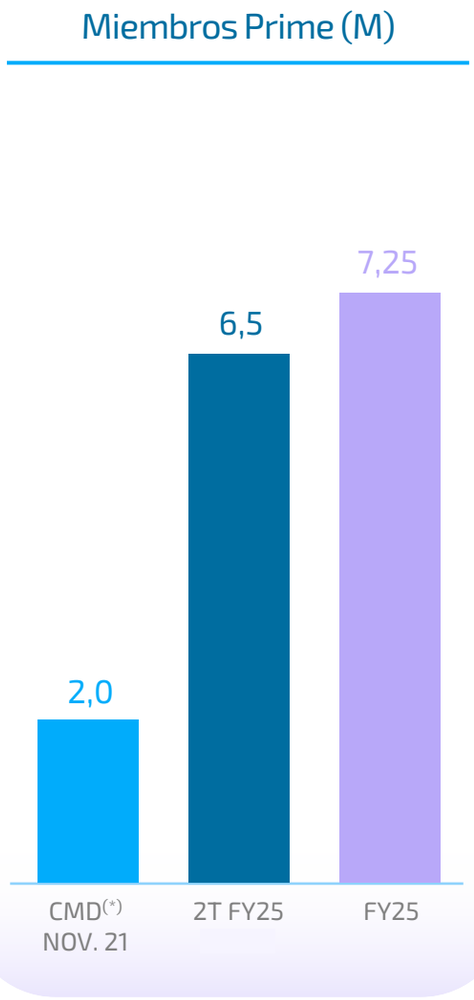
Previsiones para FY26

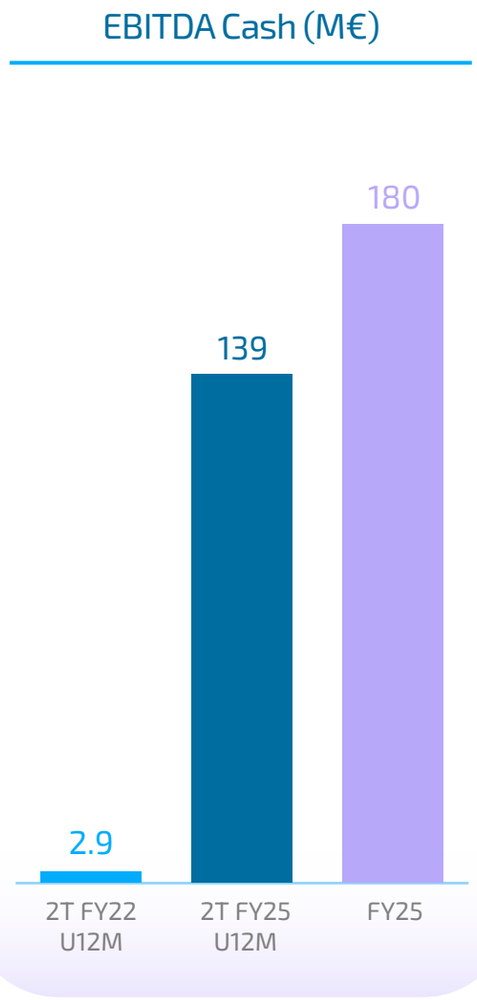


Crecimiento más allá de FY26

4 Tras el éxito del plan, estamos en vías de cumplir nuestras previsiones



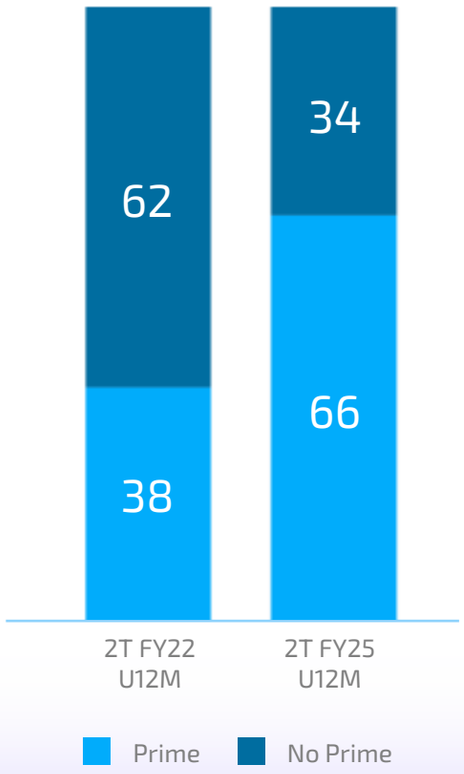




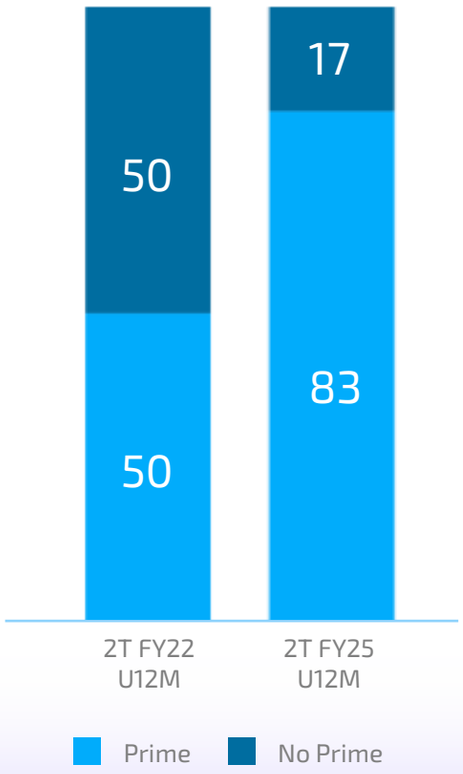
Fuente: datos de la compañía.

4 Hemos logrado con éxito la transformación de nuestro modelo de negocio: hoy somos una compañía de suscripción

% Prime vs. No Prime
Margen sobre ingresos Cash



% Prime vs. Non-Prime
Beneficio Marginal Cash

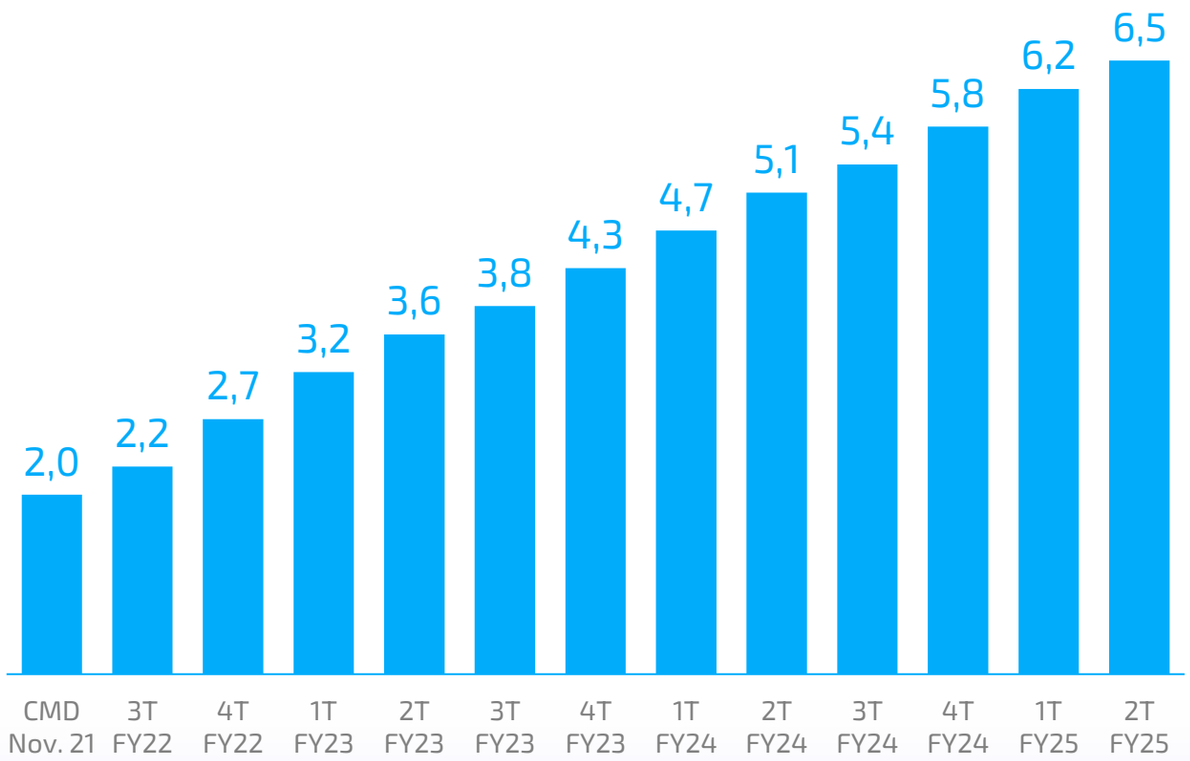




Fuente: datos de la compañía.

4 Desde el último CMD, hemos aumentado la penetración y mantenido estable el LTV/CAC.

Evolución de miembros Prime desde CMD(*) noviembre 2021 *(en millones)*



Rango LTV(**)/CAC de Prime de últimos 3 años



(*) Día del Inversor (Capital Market Day – CMD en inglés)
(**) LTV (tiempo de vida del cliente)
Fuente: datos de la compañía.

4 Existen varios factores clave para gestionar nuestro LTV en relación al CAC

LTV(*) = Beneficio Marginal del cliente (excluye coste de adquisición), solo durante 24 meses

CAC = Coste de adquisición

Principales factores de rendimiento:

Para el LTV:

- ARPU
- % de renovación
- Coste variable (excl. adquisición)

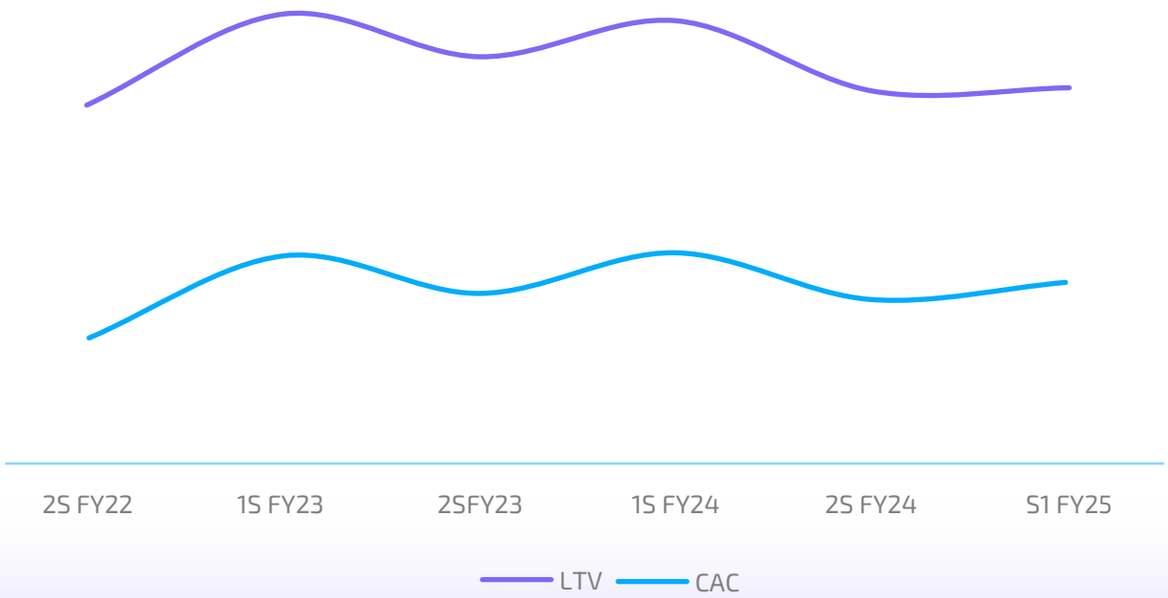
Para el CAC:

- % tráfico orgnicó (antiguos clients y recomendaciones) vs. tráfico de pago
- Coste por clic de tráfico de pago
- Conversión de visitas en suscripciones y posteriores reservas

(*) LTV (tiempo de vida del cliente)

4 Mantenemos un ratio estable de LTV a CAC de 2x a 3x, al ajustar los costes de adquisición al LTV generado por los clientes

Evolución de LTV(*) y CAC desde el último CMD(**)



LTV

Sólido rendimiento, con un crecimiento de las tasas de renovación que compensa el descenso del ARPU.

CAC

Las inversiones estratégicas en nuevas zonas geográficas, equilibradas por una eficaz captación de clientes a través de recomendaciones, sustituyen ahora a los antiguos clientes.

CAC Flexible

Estrategia de gasto a medida para maximizar el rendimiento de la inversión e impulsar el crecimiento sostenible.

Fuente: datos de la compañía.
(*) LTV (tiempo de vida del cliente) de 24 meses.
(**) Día del Inversor (Capital Market Day – CMD en inglés)

4

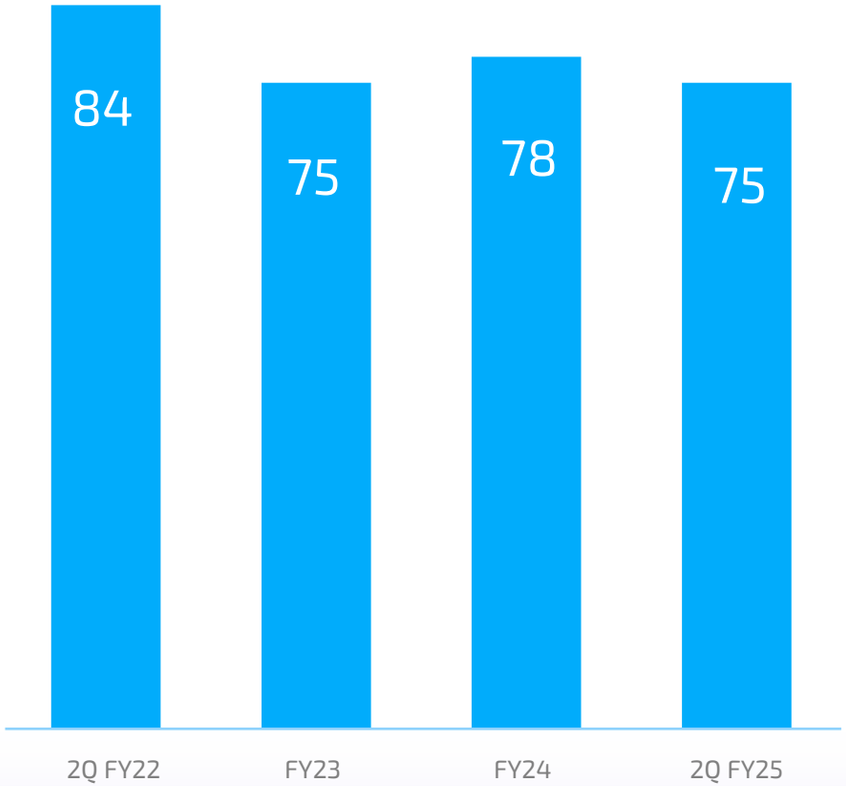
En el último año, eDO ha lanzado su primera “segunda” propuesta, Prime Plus…

	CMD(*) Nov 21	2025	
	Prime	Prime	Prime Plus
Ahorros de precios			
Descuentos en vuelos	✓	✓	✓
Descuentos en hoteles(**)	✓	✓	✓
Descuentos en alquiler de coches	✗	✓	✓
Compartir descuentos Prime con 4 amigos y familiares	✗	✗	✓
Vales exclusivos para el Wallet (más de 300 € al mes)	✗	✓	✓
Acceso exclusivo a los Prime Days y otros eventos	✓	✓	✓
Flexibilidad			
Congelar el precio de cualquier vuelo por 1 €	✗	✓	✓
Cancelación de dos reservas de vuelo en la app tras la prueba gratuita	✗	✗	✓
Tranquilidad			
Atención al cliente VIP: respuesta a casi todas las llamadas en 1 minuto(**)	✓	✓	✓
Reembolso anticipados en 48 horas de más de 150 aerolíneas si cancelan los vuelos	✗	✓	✓

Mejora de productos

(*) Día del Inversor (Capital Market Day – CMD en inglés)
(**) Los descuentos Prime en hoteles en Noviembre de 2021 estaban en fase inicial y a través de marca blanca.
(***) Los procedimientos y análisis realizados por eDreams ODIGEO han sido verificados por KPMG.

4 … sin aumentar el ARPU. Buscamos mejorar la propuesta de valor y retener a nuestros miembros el máximo tiempo posible.



- En los últimos años, hemos reinvertido los ingresos procedentes de nuevos productos y funciones, en mejorar el valor y los descuentos para nuestros clientes. Tenemos previsto mantener este enfoque, dando prioridad a la satisfacción y fidelidad de los clientes.
- Como seguimos mejorando la propuesta de valor de nuestros miembros Prime, se espera que nuestro ARPU fluctúe entre 70 y 75 euros. Esta flexibilidad nos permitirá adaptarnos a la evolución de la dinámica del mercado y ajustar nuestra oferta para garantizar un crecimiento y una rentabilidad sostenibles.



Fuente: datos de la compañía.

4 Existen varios factores clave para gestionar nuestro LTV en relación al CAC

LTV(*) = Beneficio Marginal (excluye coste de adquisición), solo durante 24 meses

Main drivers of performance	Expected evolution
ARPU	70-75
% de renovación	Incrementa %
Costes variablest (excl. adquisición)	Estable

Aumento de LTV

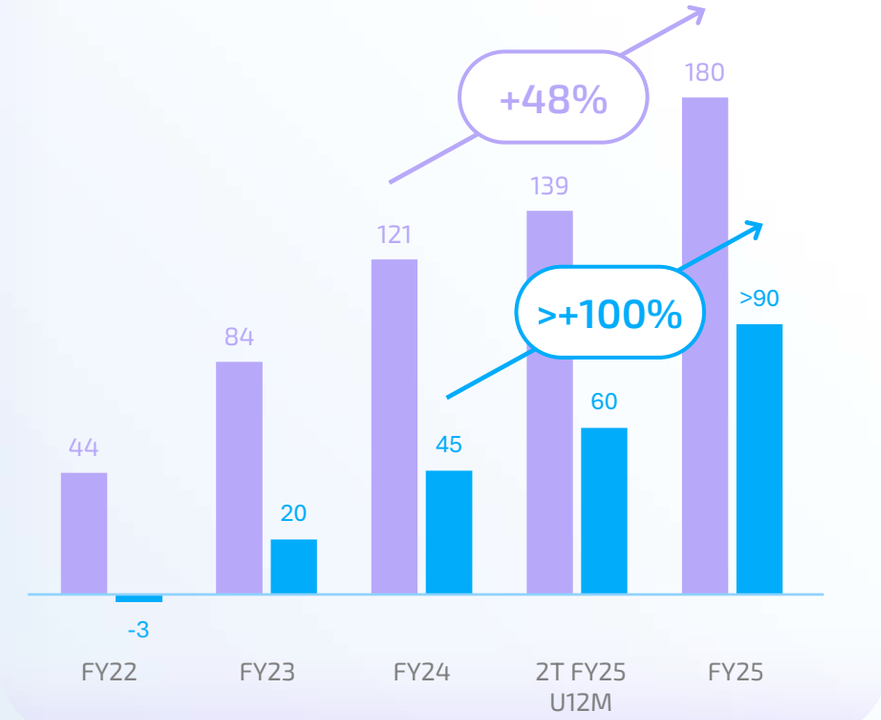
Aumento de LTV » Capacidad de aumentar inversion en CAC » Impulsar el crecimiento dentro de nuestras expectativas de retorno

(*) LTV (tiempo de vida del cliente)

4 El crecimiento del EBITDA Cash impulsa un crecimiento aún más fuerte del Flujo de efectivo (libre)

(€M)	FY22	FY23	FY24	2T FY25 U12M	FY25
EBITDA Cash	44,2	84,4	121,4	139,0	180,0
Capex	(26,9)	(38,1)	(48,8)	(53,3)	
Impuestos	1,8	(1,7)	(4,6)	(2,3)	
Intereses	(21,7)	(24,5)	(23,1)	(23,0)	
Flujo de efectivo (libre)(*)	**(26)**	**20,1**	**44,9**	**60,4**	**>90**

Evolución de EBITDA Cash y Flujo de efectivo (libre)(*)
en millones de euros

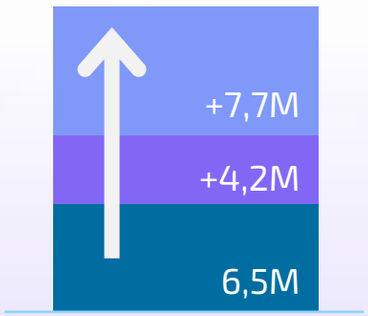


Fuente: datos de la compañía
(*) Flujo de efectivo (libre) ex capital circulante de No Prime y excluye impacto de refinanciación.

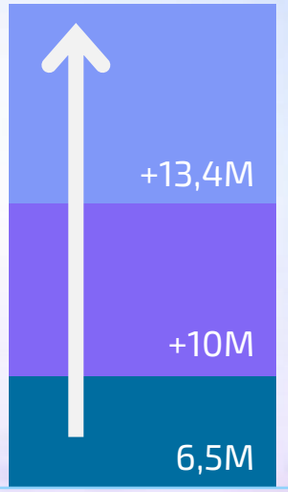
Solo en los mercados existentes ya hay grandes posibilidades de crecimiento

Potencial de crecimiento de miembros Prime con una penetración en los hogares de un 6,2 %

19M
Miembros Prime



Potencial de crecimiento de miembros Prime con una penetración en los hogares de un 10 %



30M
Miembros Prime

Potencial de crecimiento en mercados Prime fuera de Europa

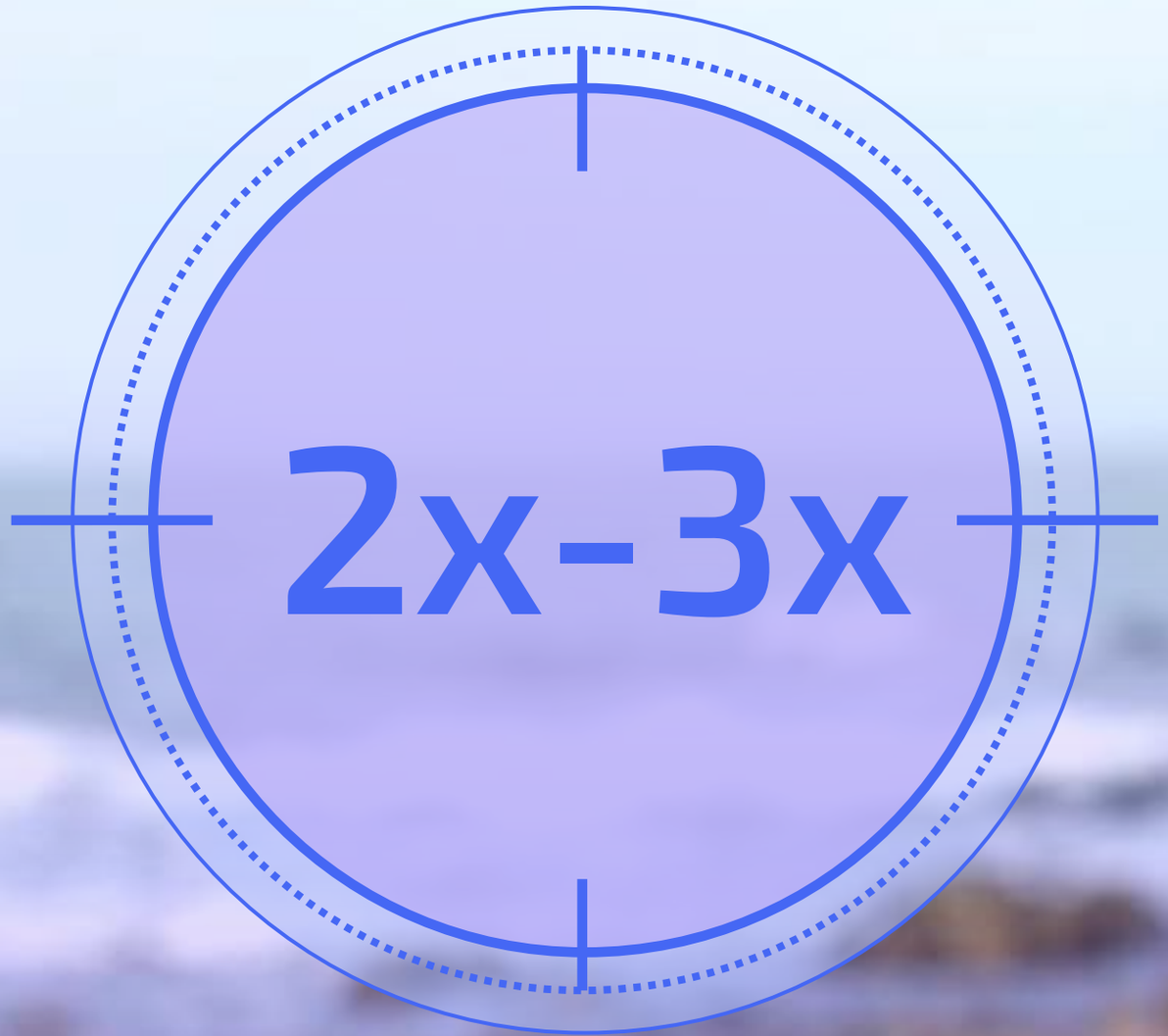
Potencial de crecimiento en mercados Prime de Europa

Miembros Prime actuales

Fuente: Datos de la compañía y datos de hogares Eurostat, Oficina Nacional de Estadísticas (ONS) de Reino Unido (ONS), Oficina del Censo de EE.UU., Statista y gobiernos nacionales.

4

Planeamos mantener nuestra relación LTV(*)/CAC dentro del mismo rango.

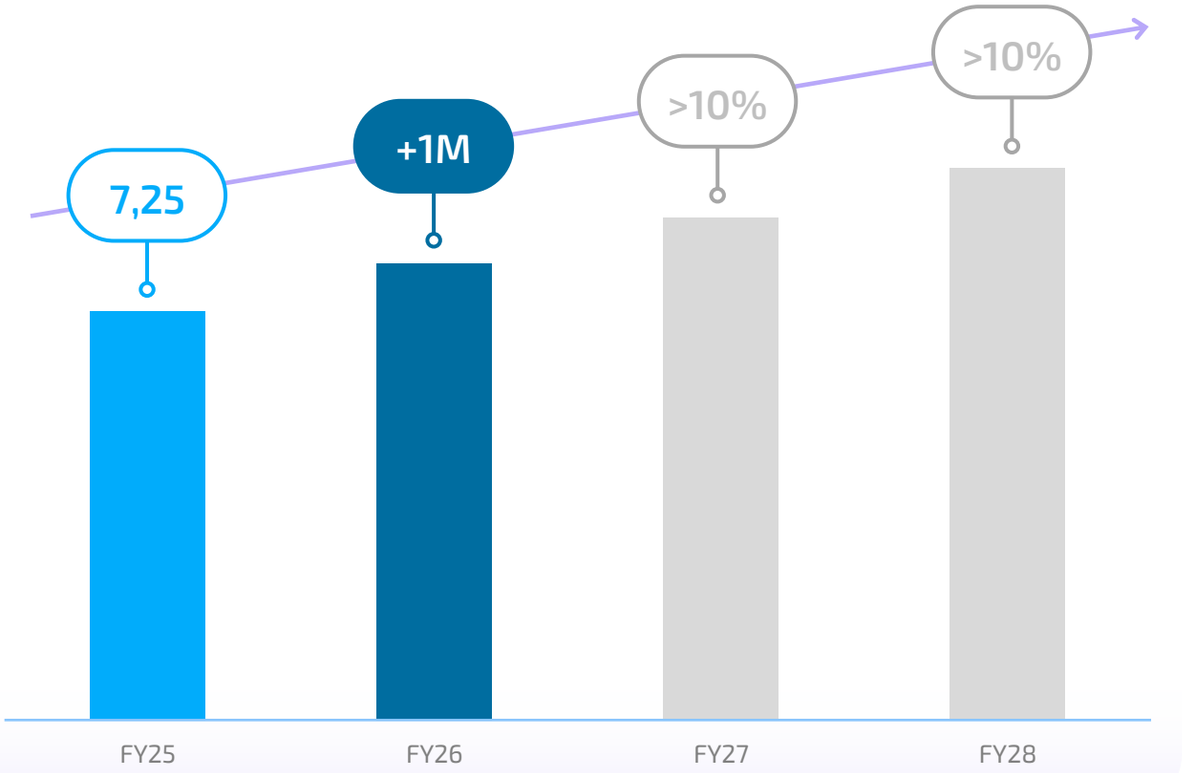


Fuente: datos de la compañía
(*) LTV (tiempo de vida del cliente) 24 meses

4 Seguiremos ampliando nuestra base de miembros Prime en el FY26 a través de diversas palancas



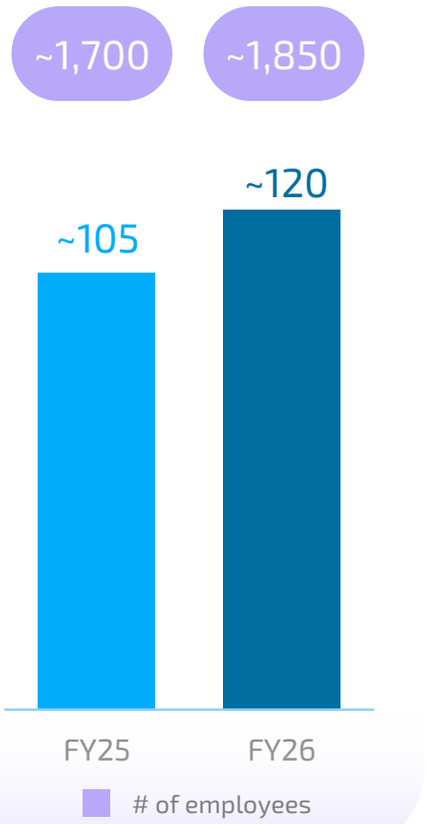
Evolución de miembros Prime



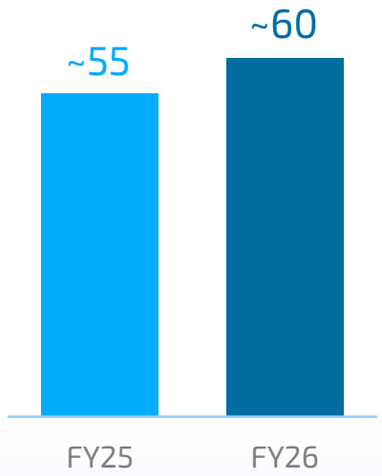
Fuente: datos de la compañía.

4 Inversión de capital: continuaremos invirtiendo para seguir creciendo más allá del FY25.

Costes fijos (M€)



CAPEX (M €)



Para aprovechar las oportunidades emergentes, invertiremos en expandir nuestras capacidades de desarrollo.

Nuestra sólida marca empleadora nos posiciona para atraer talento de primer nivel.

eDreams ODIGEO ENTRE LAS MEJORES COMPAÑÍAS PARA TRABAJAR 2024

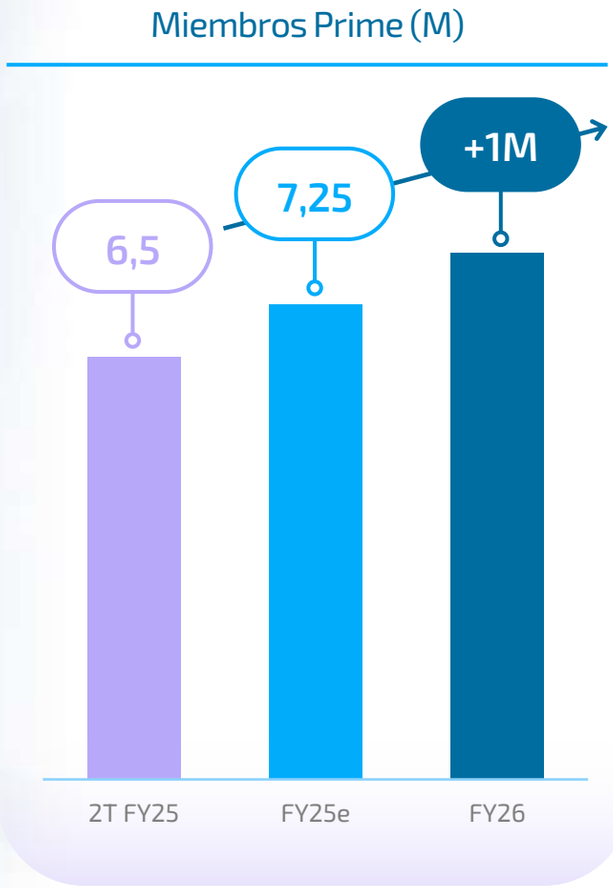
Forbes eSP

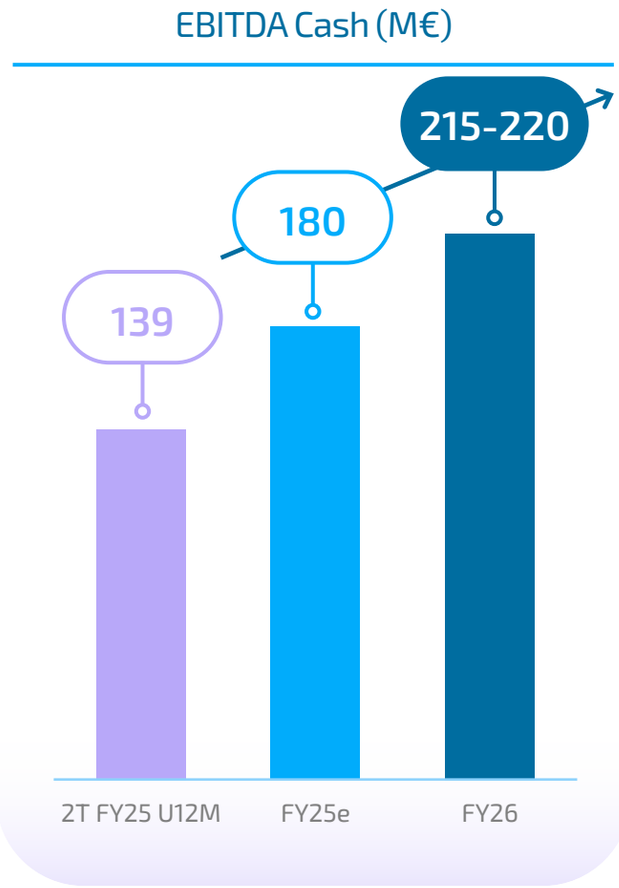


Fuente: datos de la compañía.

4 El objetivo de FY26 es sumar +1M de miembros un EBITDA Cash de 215-220M € manteniendo el crecimiento y la rentabilidad.



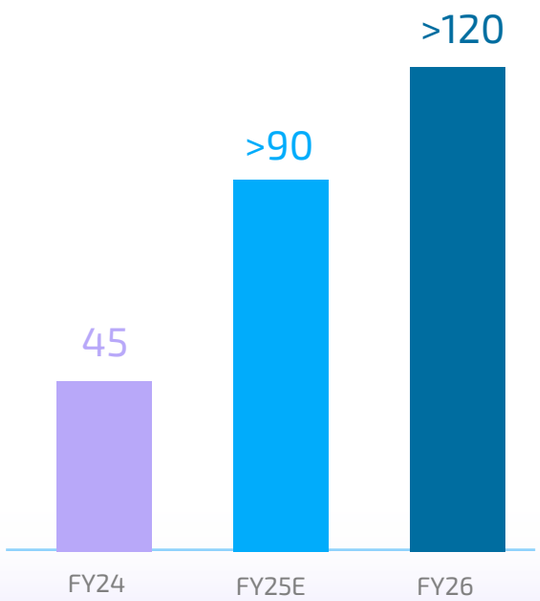




Fuente: datos de la compañía.

4 … que se traduce en un alto crecimiento del flujo de efectivo (libre) de más de un 30% en FY26

Flujo de efectivo (libre)(*) (M€)

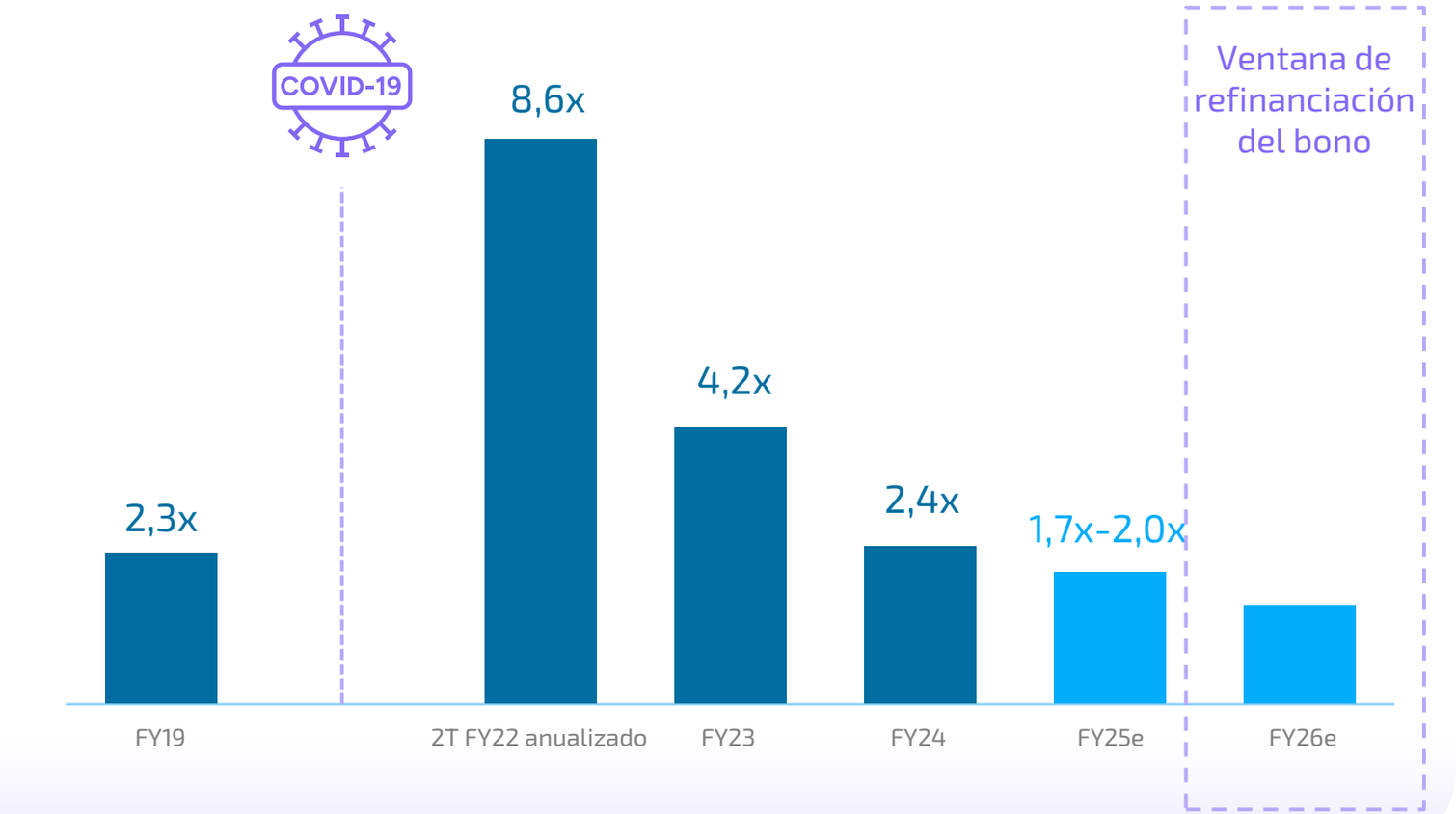




Fuente: datos de la compañía
(*) Flujo de efectivo (libre) ex capital circulante de No Prime y excluye impacto de refinanciación.

4 La sólida generación de flujo de efectivo permite un continuo desapalancamiento

Perfil de endeudamiento (Deuda neta/ EBITDA Cash)



La ventana óptima para refinanciar será entre el verano de 2025 y el de 2026. A medida que disminuya nuestro apalancamiento neto, esperamos una reducción en el diferencial de nuestra tasa de interés sobre las tasas libres de riesgo.

Fuente: datos de la compañía.

4

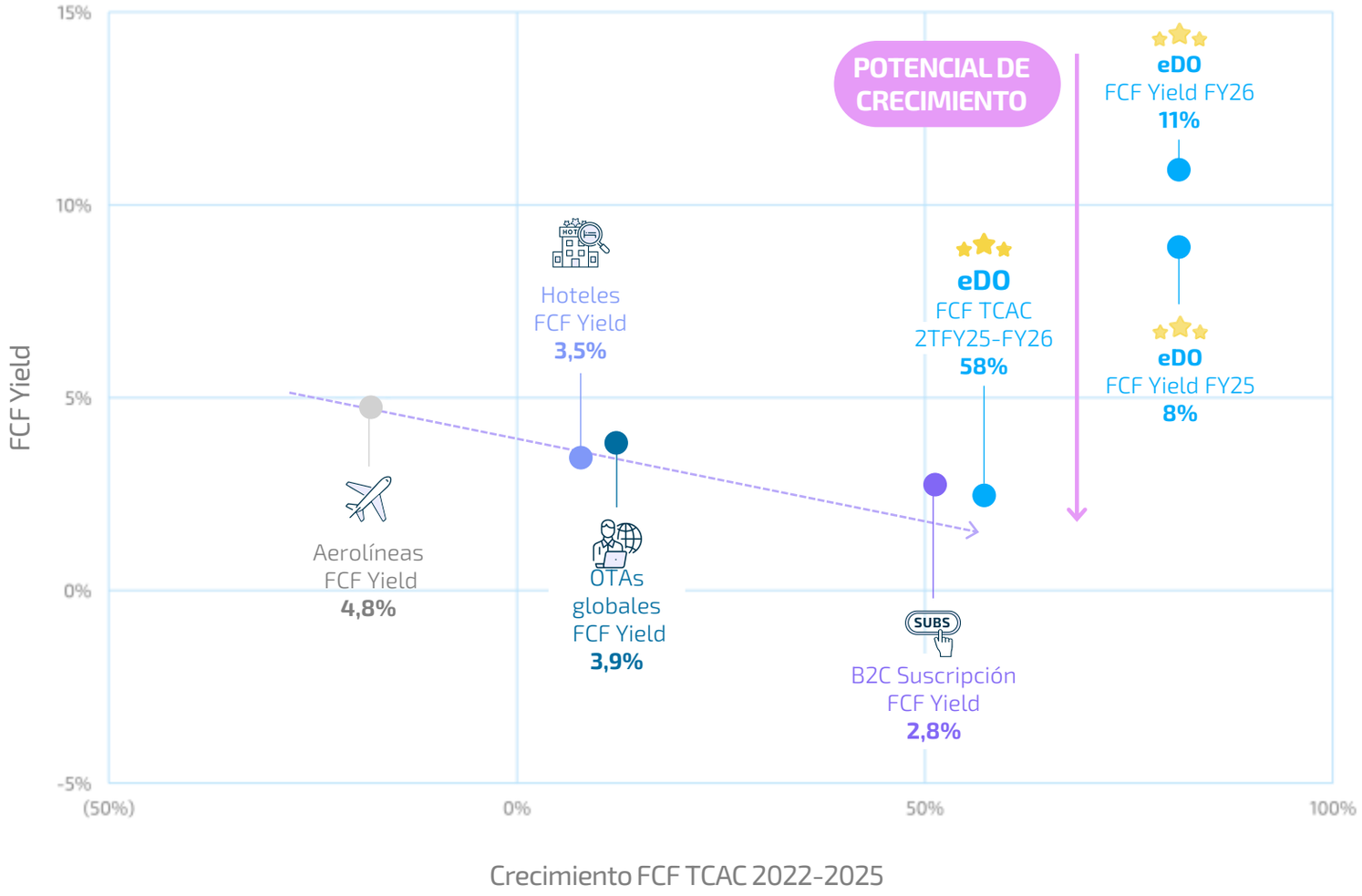
Somos una empresa generadora de efectivo y ya comenzado a usar nuestros recursos disponibles para remunerar a los accionistas.

Posibles usos de Flujo de edectivo (libre)

- Recompra de acciones
  - Yield FY25 **8%**
  - Yield FY26 **11%**
  - **Febrero 2024:** 1º programa de recompra
  - **Mayo 2024:** Oferta pública de adquisición
  - **Noviembre 2024:** 1º programa de recompra
- Dividendos
- Reducción de deuda bruta
  - Yield **4,5%**
  - Debido al menor rendimiento de la deuda en comparación con el capital, la recompra de acciones es financieramente más eficiente.
- Adquisiciones

Fuente: datos de la compañía y Bloomberg a 20 de enero de 2025

4 A pesar de generar fuerte flujo de efectivo, eDO está infravalorada con un FCF yield de 8-11%, frente al 3-5% de sus competidores



Flujo de efectivo (libre) es capital circulante de no Prime

>120M €

FY26e

58%

TCAC 2TFY25 U12M – FY26

Fuente: FactSheet FCF (2022-2025e).
Global OTAs: Datos medios de Bloomberg. Empresas incluidas: Booking Holding, Despegar, Expedia, Trip.com, Tripadvisor.
Aerolíneas: : Datos medios de Bloomberg. Empresas incluidas: AirFrance, KLM, IAG, Lufthansa, Easyjet, Ryanair y Wizzair.
Hoteles: Datos medios de Bloomberg. Empresas incluidas: Accor, Marriott, IHG, Hilton, Whitbread, Melia, Minor.
Compañías de suscripción B2C: Datos medios de Bloomberg. Empresas incluidas: Costco, Teamviewer, Spotify, Netflix, Bumble, Duolingo, Hellofresh, Peloton, Dropbox y Wix.
eDO: Datos y estimaciones de la compañía (FY23-FY26).

4 Conclusiones claves

1

Las suscripciones ahora representan alrededor del 70% del Margen sobre ingresos Cash y más del 80% del Beneficio Marginal Cash, lo que marca un cambio exitoso hacia un modelo de negocio basado en suscripciones.

2

El crecimiento está impulsado por el aumento de miembros mediante la penetración en mercados existentes, expansión a nuevos mercados y mejoras en los productos, manteniendo una buena relación LTV/CAC.

3

Esperamos sumar más de 1 millón de miembros el próximo año, mientras aumentamos el EBITDA en efectivo a entre 215 y 220 millones de euros y generamos más de 120 millones de euros en flujo de caja libre.

4

Con un FCF yield de 8-11% frente al 3-5% de loscompetidores, sólidos fundamentos y perspectivas de crecimiento, la infravaloración de eDO representa una atractiva oportunidad de inversión.