
REINVENTAMOS LOS VIAJES
DÍA DEL INVERSOR 2021
17 de noviembre de 2021
eDreams ODIGEO
eDreams
GOVOYAGES
opodo
travelink
liligo.com

# Descargo de responsabilidad en relación con 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 noviembre de 2021. No ha sido verificada de forma independiente por ningún tercero.

Esta presentación contiene datos financieros sobre el ejercicio cerrado el 31 de marzo de 2021 y sobre los seis meses cerrados el 30 de septiembre de 2021, extraídos de los estados financieros consolidados auditados del Grupo para el ejercicio cerrado el 31 de marzo de 2021 y de los estados financieros resumidos no auditados del Grupo para los seis meses cerrados el 30 de septiembre de 2021, respectivamente, y se encuentran enteramente calificados por la información financiera incluida en dichos estados financieros del Grupo, cuyas copias están disponibles en su sitio web, en 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 preparado 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 cualesquiera pérdidas 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 una oferta o invitación para vender, ni de una solicitud de ofertas para comprar o adquirir valores o instrumentos financieros relacionados de la Sociedad en ninguna jurisdicción, ni debe interpretarse como tal. 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, cualesquiera discrepancias entre los totales y las sumas de los importes consignados se deberán al redondeo.

La información incluida en esta presentación no constituye un asesoramiento en materia de inversiones, normativa, 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 sobre determinados pronósticos financieros y otras previsiones

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, las perspectivas de crecimiento del Grupo en sus seis principales mercados y en el resto del mundo, la transformación de su modelo de negocio a través de Prime, sus perspectivas financieras para el ejercicio fiscal 2025 (incluidas las perspectivas relacionadas con el número de miembros de Prime, los ingresos Cash, el beneficio marginal Cash, el EBITDA Cash, los ingresos medios por usuario o ARPU, los costes variables, los costes fijos, los gastos de capital y el apalancamiento) y la pandemia de COVID-19 y el impacto de esta en su actividad. 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 pandemia de COVID-19, la confianza de los consumidores, los patrones de gasto y los trastornos (incluidos los relacionados con desastres naturales y pandemias sanitarias) 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. 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 y, en particular, de la transformación del modelo de negocio del Grupo de un negocio basado en las transacciones a un negocio basado en las suscripciones mediante la implementación de Prime. 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. El Grupo ha considerado los efectos de la recuperación del sector turístico tras la COVID-19 y el impacto de la transformación de su modelo de negocio en un modelo basado en las suscripciones; como resultado de ello, las previsiones no son directamente comparables con la situación financiera del Grupo y los resultados de sus operaciones de los últimos periodos.

# Medidas del rendimiento que no son PCGA y medidas alternativas del rendimiento

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», «Valor total de las ventas», «EBITDA», «EBITDA ajustado», «Gastos de capital», «EBITDA Cash», «Ingresos Cash», «Beneficio Marginal Cash», «Margen sobre Ingresos», «Margen sobre 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.

Ingresos medios por usuario (ARPU): El ARPU de Prime se refiere al Margen sobre Ingresos Cash generado a partir de los usuarios de Prime en los últimos doce meses. Se calcula considerando todos los elementos del Margen sobre Ingresos Cash vinculados a las reservas realizadas por los miembros de Prime (como, entre otros, las cuotas de Prime cobradas, los incentivos GDS, comisiones adicionales, servicios complementarios, etc.) divididos entre el número medio de miembros de Prime durante el mismo periodo. La dirección considera que es una medida pertinente para seguir el rendimiento de Prime.

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 periodo de seis meses finalizado el 30 de septiembre de 2021, consulte el apartado sobre «Medidas alternativas del rendimiento» (pág. 50 y siguientes) de los estados financieros resumidos no auditados del Grupo correspondientes al periodo de seis meses finalizado el 30 de septiembre de 2021, publicados el 17 de noviembre de 2021, disponibles en nuestro sitio web (https://www.edreamsodigeo.com/).



# ORDEN DEL DÍA

01 **Panorama general, modelo de suscripción Prime, inversión**
(12:00 - 13:30)

02 ***Pausa para comer***
*(13:30 - 14:00)*

03 **Economics, modelo financiero y perspectivas de Prime**
(14:00 - 15:00)

04 **Talleres**
(15:00 - 16:00)

- Diversificación de ingresos «Tienda de viajes»
- Inteligencia artificial
- Autoservicio del cliente

05 ***Pausa para café***
*(16:00 - 16:15)*

06 **Conclusión**
(16:15 - 17:00)

07 **Cena con el equipo**
(19:30)



# PANORAMA GENERAL, MODELO DE SUSCRIPCIÓN PRIME, INVERSIÓN

eDreams ODIGEO

# Nuestra misión

**Ayudar a nuestros clientes** a descubrir el mundo como su **portal integral de viajes** que les ofrece servicios globales

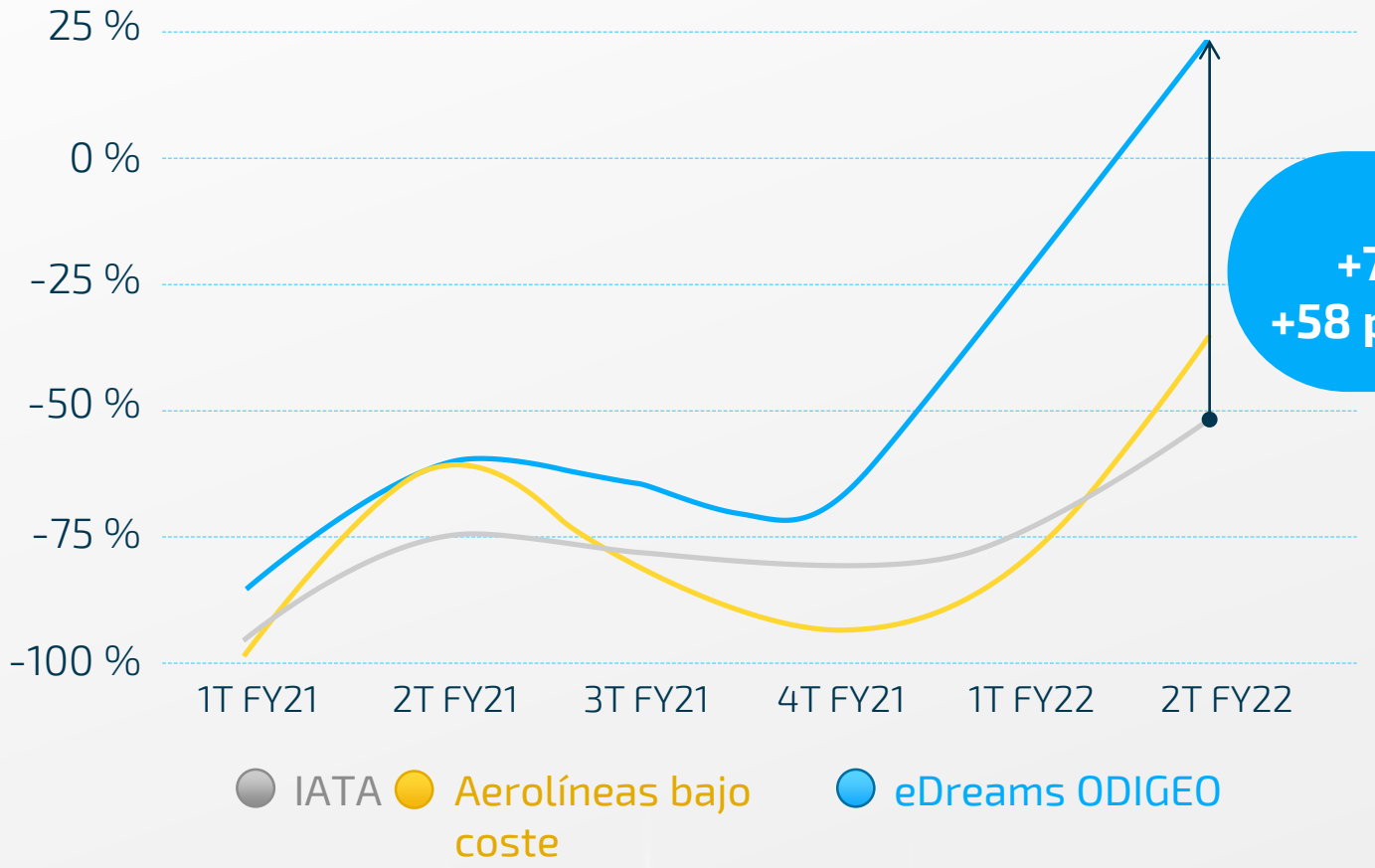


# …y ofrecer el programa de suscripción para viajes más importante del mundo



# Mayor crecimiento de la cuota de mercado con respecto al resto del sector gracias a la propuesta de valor superior de eDO

**Evolución de las operaciones frente a prepandemia, en %**




**eDO**
**+74 p.p. frente a IATA**
**+58 p.p. frente a Bajo Coste**



Fuente: IATA Economics y datos de la empresa

# Una transformación que va de las transacciones a las suscripciones

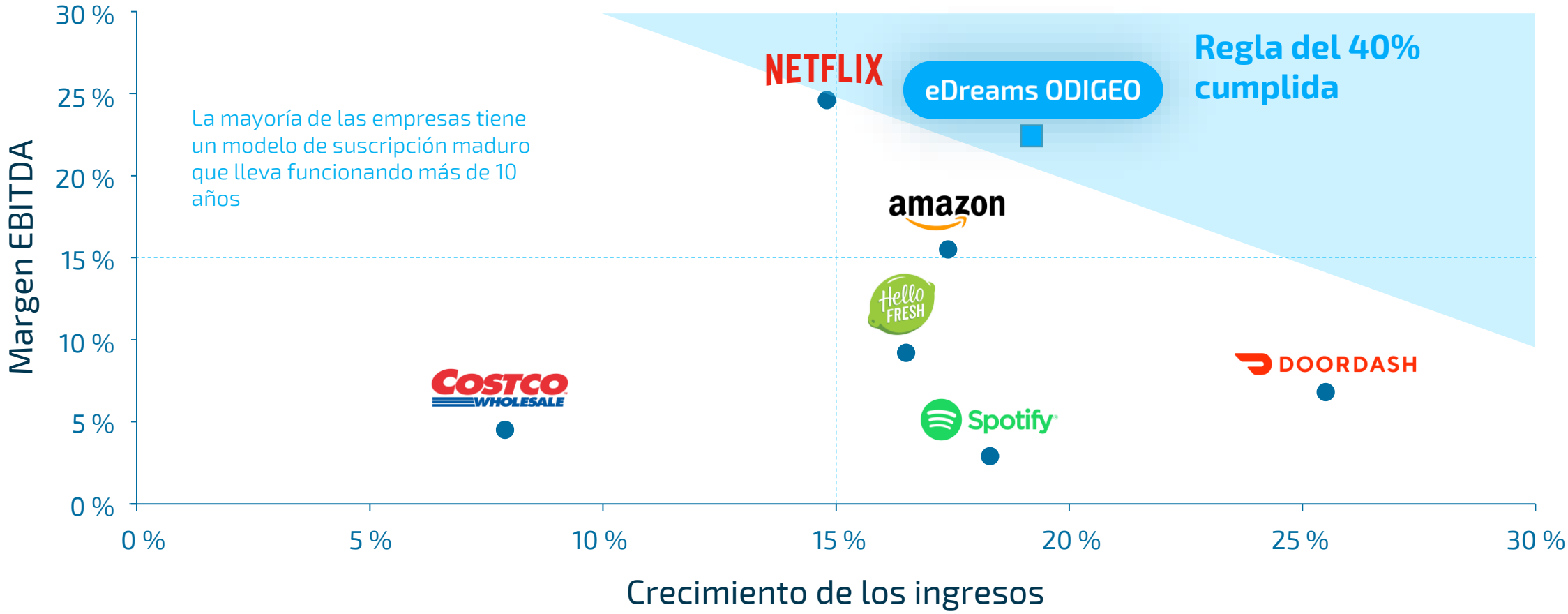
## De las transacciones...

## ...a una actividad basada en las suscripciones




Fuente: Datos de la empresa * U12M Ene 2020
Ejercicio fiscal (FY por sus siglas en inglés)

# eDO es único en términos de rentabilidad y crecimiento entre otros servicios de suscripción (tras alcanzar la madurez)




Fuente: Factset a 21 de noviembre, calendarización datos financieros a Dic-AÑO
Nota: Crecimiento de los ingresos basado en estimaciones año civil 2021 – año civil 2023 para las demás empresas y en el 2º trim. del ejercicio fiscal de 2022 anualizado – estimaciones ejercicio 2025 para eDO, para excluir el impacto de la COVID; margen EBITDA basado en estimaciones año civil 2022 para las demás empresas, y en estimaciones ejercicio 2025 para eDO.

# Gran potencial de eDO: resultados superiores para accionistas y clientes al tiempo que transforma el sector

CREAR EL MAYOR PROGRAMA DE SUSCRIPCIÓN PARA VIAJES: PRIME

AMPLIAR NUESTRA CUOTA DE MERCADO

ALCANZAR LOS MÚLTIPLOS MÁS ALTOS DEL SECTOR

**eDO OBJETIVOS EJERCICIO 2025**

Miembros de Prime
>7,25 mill.

ARPU Prime
~ 80 €

EBITDA Cash
>180 MILL. €

# 1.0

# Una **sólida posición** en un **mercado atractivo**

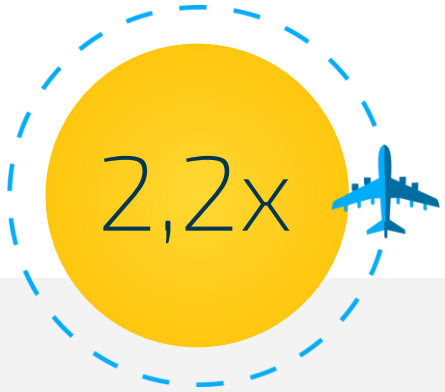


# 1.0 eDO: un mercado amplio, en expansión y atractivo

## Mercado muy amplio y mayor vertical de comercio electrónico

1,3 bill. €

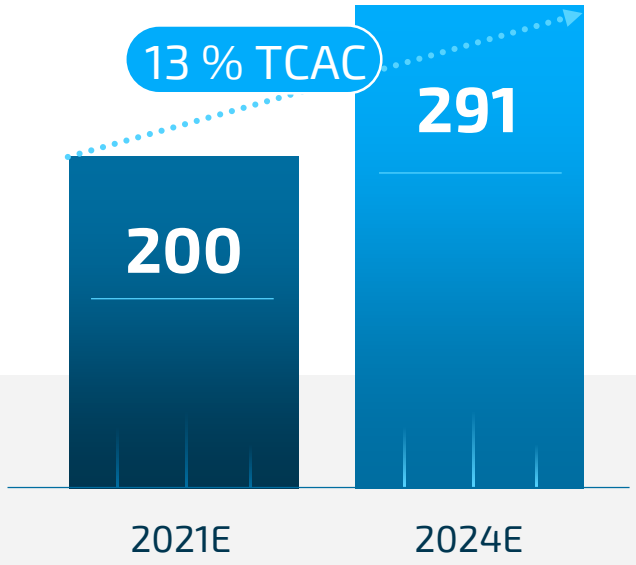
Mercado de viajes mundial, 2019




Tamaño viajes online frente a siguiente mayor segmento de comercio electrónico (ropa), 2019

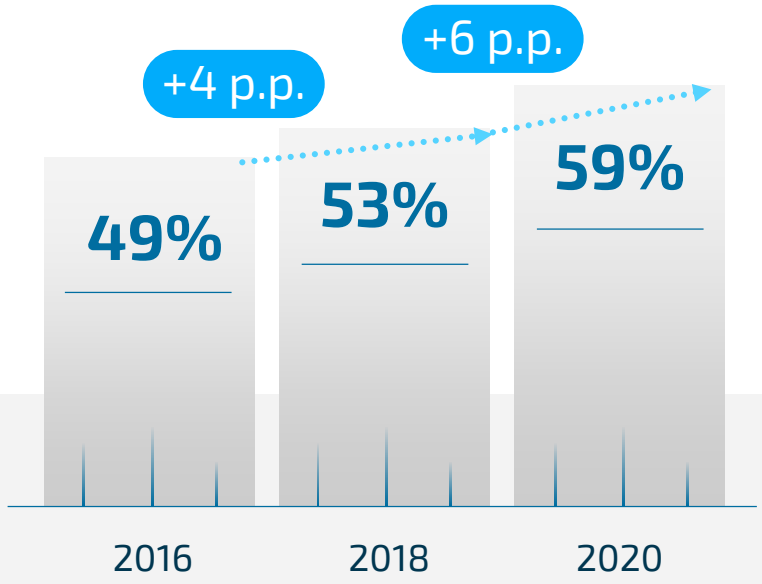
## Perspectivas de crecimiento atractivas tras la pandemia

**Tamaño del mercado europeo de viajes**
En miles de millones de euros




## eDO posicionado en los segmentos adecuados (online y ocio)

**Penetración online mercado de vuelos europeo**
% sobre el valor total de las ventas




Fuente: PhocusWright, Statista

1.0

# En el sector de los viajes, eDO es líder mundial en vuelos, excluyendo a China

## N.º 2 MUNDIAL EN VUELOS

INGRESOS VUELOS GLOBALES
Estimados, AÑO 2020 (MILL. €)




Trip.com — 957 — N.º 1

eDreams ODIGEO — 162 — N.º 2

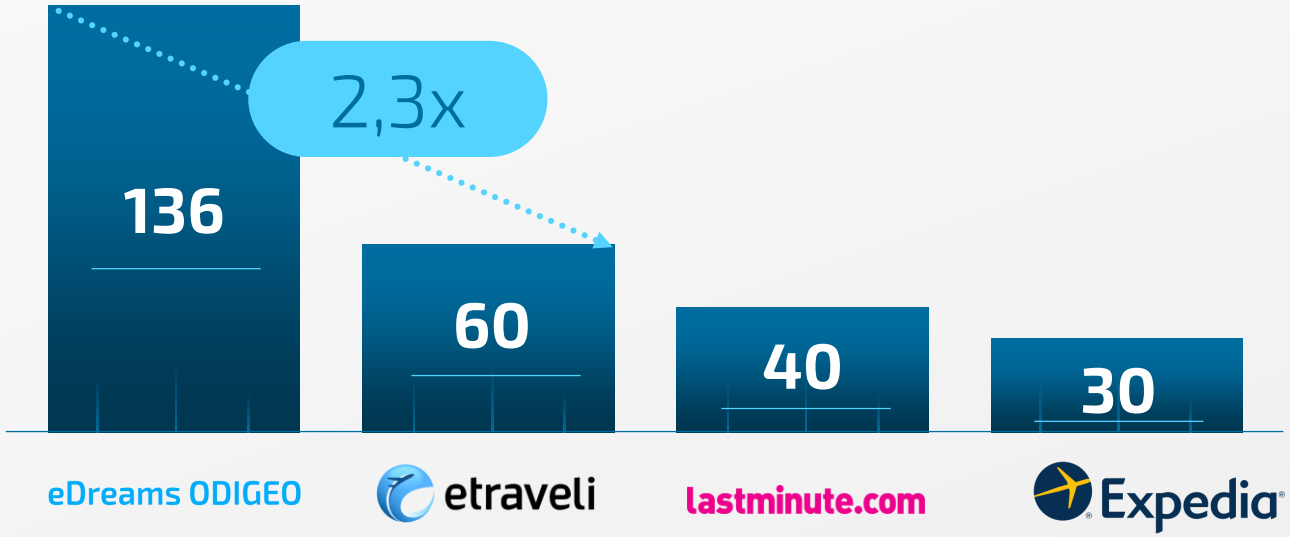
Expedia — 92 — N.º 3

Fuente: Datos de la empresa

# 1.0 Escala sin igual en Europa

## Nº 1 EN VUELOS EN EUROPA

INGRESOS VUELOS EUROPA
Estimados, AÑO 2020 (MILL. €)






Fuente: PhocusWright, datos de la empresa, estimación de eDO

# Hemos **ampliado nuestra cuota** durante la pandemia

## CUOTA DE MERCADO EUROPA 2020

**Vuelos OTA**

37 %

**(+6 p.p. 19-20)**

**Vuelos total**

3,5 %

Fuente: PhocusWright, datos de la empresa

# 1.0 Gracias a su sólida posición, eDO puede impulsar inigualables ventajas de escala

## ESCALA EN LA DEMANDA

**62 MILL.** Promedio de búsquedas / día[1]

**452 MILL.** Predicciones IA online / día[1]

## IMPORTANTE DIVERSIFICACIÓN DE INGRESOS

**67 % (+11 p.p. interanual)**

% de ingresos de la empresa por servicios complementarios y productos vacacionales[3]

## ESCALA EN SUMINISTRO

**x3** Vuelos por día/ruta que cualquier otra aerolínea[2]

**662** Aerolíneas conectadas[1]

## PLATAFORMA TECNOLÓGICA DEL MÁS ALTO NIVEL

**1 plataforma > 274 sitios web y aplicaciones[1]**

**7.800** lanzamientos de funciones/año[4]



Fuente: Datos de la empresa, análisis de eDO (1) Octubre 2021 (2) Septiembre 2021 (3) 2T FY22 (4) FY21

# 2.0

# Sentamos las bases del crecimiento: **Prime, un programa de suscripción sin igual**



2.0

# eDO conmociona el mercado con Prime, una propuesta ganadora para el cliente

## ¿Qué es eDreamsPrime ?

Suscripción de solo **54,99** €/año

### DESCUENTOS EN TODOS LOS VIAJES

Ahorro en vuelos, alojamiento, coches y paquetes dinámicos

Un ahorro que se aplica a todos los que viajan con el suscriptor

### SERVICIO DE ATENCIÓN AL CLIENTE PRIORITARIO

Servicio de atención al cliente exclusivo y gratuito disponible por teléfono las 24 horas, todos los días

### ACCESO A OFERTAS ESPECIALES

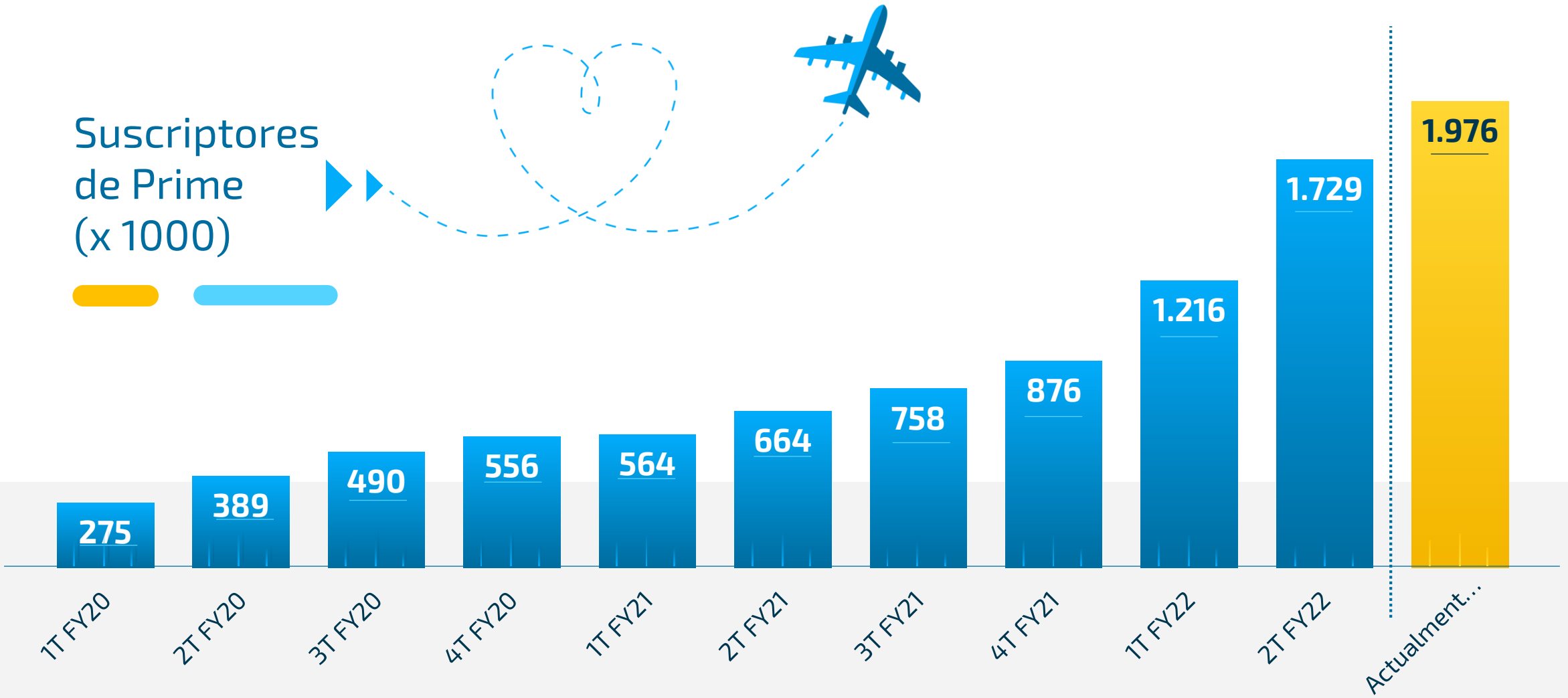
Acceso exclusivo a ofertas y promociones especiales

(por ejemplo, Día Prime)

**Otros programas de suscripción conocidos:**
*(Precios para Francia)*

- amazon **49 €/año** (5,99 €/mes)
- Spotify **120 €/año** (9,99 €/mes)
- NETFLIX **108 €/año** (8,99 €/mes)

# 2.0 Prime es el primer servicio de suscripción de viajes del mundo



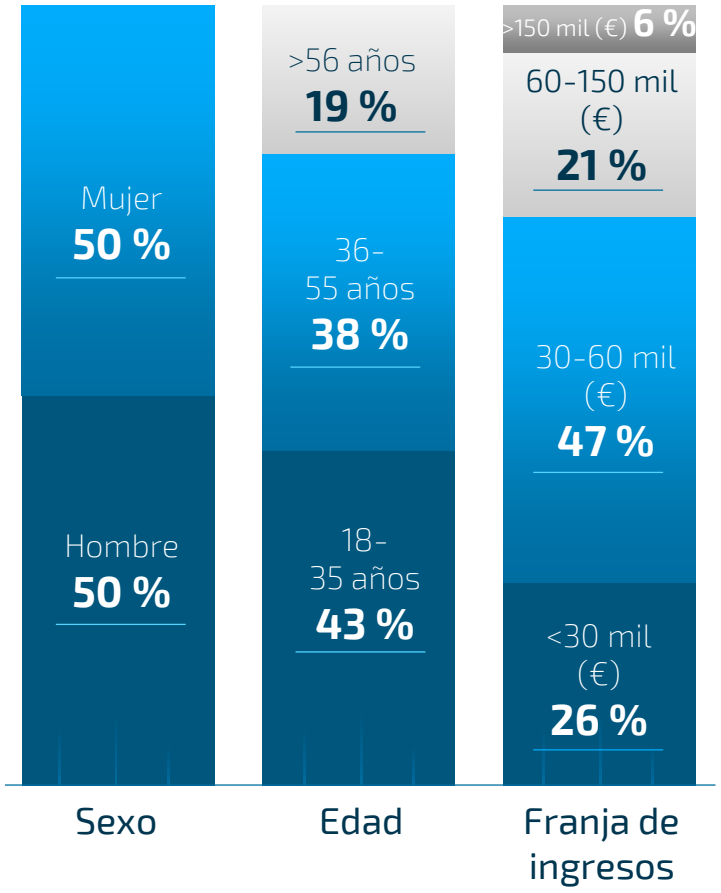

Fuente: Datos de la empresa *12 de noviembre de 2021

2.0

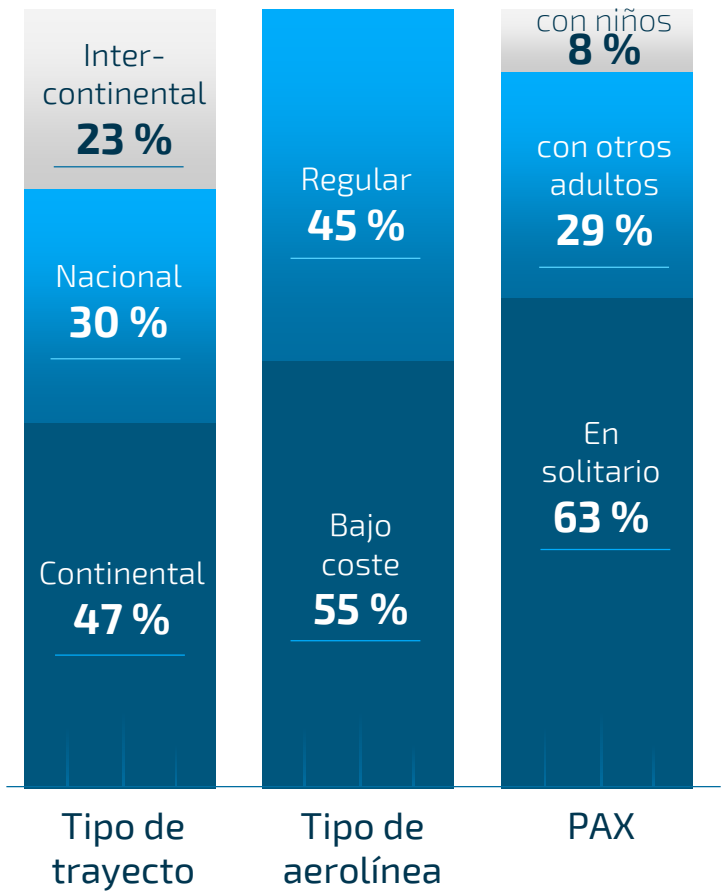
# Prime atrae a viajeros de todas las edades y a todo tipo de perfiles de viaje

¿Quiénes son los suscriptores de Prime?

## Datos demográficos




## Tipo de reserva






eDreams ODIGEO

Fuente: Datos de la empresa Nota: Diciembre de 2020 - Octubre de 2021

Prime es un modelo de negocio revolucionario en el sector turístico y **ofrece una propuesta que beneficia a los clientes y a eDO**



## 2.1
## Una innovación revolucionaria en el sector turístico

2.1

# El ciclo virtuoso de Prime crea una relación de fidelidad con los clientes donde todos ganan

Romper la dinámica basada en las transacciones en el sector de los viajes online




Más ventas cruzadas nos permiten **ofrecer condiciones más beneficiosas y añadir nuevas funciones y servicios**

El cliente **se une al programa** atraído por nuestro **excelente servicio, las condiciones especiales y los precios**

La reducción del gasto de marketing nos permite **mejorar el atractivo de otros productos y aumentar las ventas cruzadas**

Más **satisfacción** genera **tasas de repetición más altas** con nosotros y **mayores cuotas de bolsillo**

La repetición se produce a través de **canales baratos**

2.1

# Prime es una propuesta revolucionaria en el sector turístico

Prime resuelve el problema de fidelización en el turismo

## SUSCRIPCIÓN EDREAMS PRIME

- **Servicio VIP de por vida**
- **Ahorros instantáneos**
- Valor de suscripción «amortizado» con la **1ª/2ª reserva**
- Ahorro en **todos los productos**




## PROGRAMAS DE FIDELIDAD TRADICIONALES DEL SECTOR

- **Servicio inexistente o mínimo**
- Puntos para canjear en **futuras reservas**
- Muy **alta frecuencia** exigida
- Solo para **un producto**

Prime es un modelo de negocio revolucionario en el sector turístico y **ofrece una propuesta que beneficia a los clientes y a eDO**



## 2.2
## Propuesta de valor superior para los clientes

# 2.2 Prime constituye una propuesta de valor superior para los clientes

## A Prime ofrece los mejores precios para los viajes...

**% de oportunidades ganadas de eDO frente a la competencia***

- 98 % → **Vuelos** (frente a las 10 prales. aerolíneas)
- 83 % → **Hotel** (frente a pral. OTA hoteles)
- 95 % → **Coches** (frente a pral. OTA de alquiler de coches)

## B ...junto con atractivos beneficios no vinculados a los precios...

**Asistencia del servicio de atención al cliente prémium**

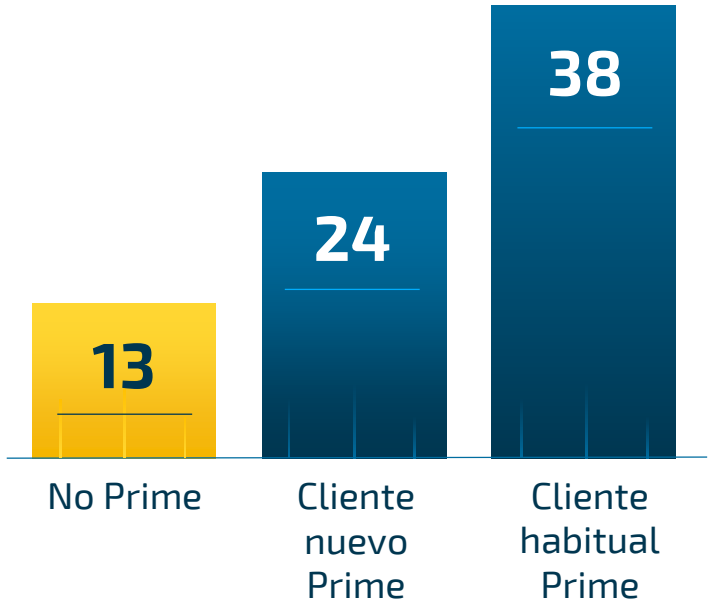
- Asistencia las 24 horas, todos los días
- Menor tiempo de espera
- Agentes más experimentados

**Acceso exclusivo a ofertas y promociones especiales**

- Días Prime
- Acceso anticipado a campañas promocionales
- Ofertas Prime

## C ...lo que da lugar a un NPS del cliente más alto

**Net Promoter Score****
Metodología de Bain & Company



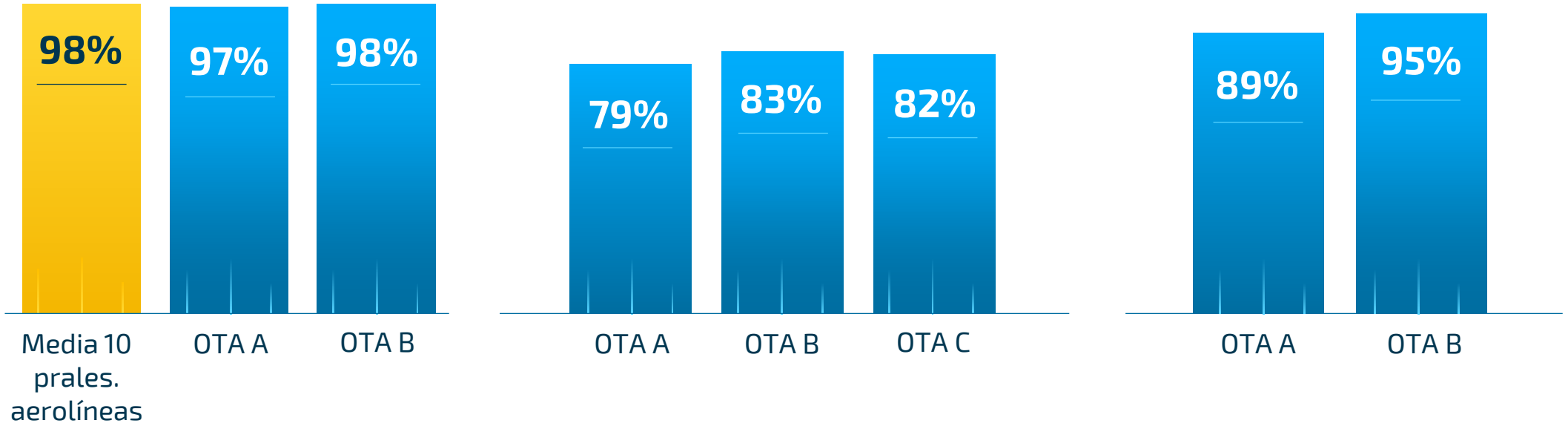

Fuente: Datos de la empresa, análisis de eDO
*Porcentaje de oportunidades ganadas (*win rate*) con respecto a los principales competidores. Para más detalles, ver las siguientes diapositivas.
**Encuesta NPS externa independiente realizada por Ipsos. 2890 entrevistas telefónicas realizadas en nuestros 5 principales mercados (ES, FR, IT, DE, UK) en septiembre de 2021. NPS calculado según la metodología original de Bain & Company: % de promotores (puntuación de 9-10) - % de detractores (puntuación de 0-6)

# 2.2.A Ofrecemos los mejores precios del mercado en vuelos, alojamiento y alquiler de coches

Verificado por KPMG

**Vuelos*** | **Alojamiento**** | **Alquiler de coches*****

**% de veces en las que el programa Prime de eDO ofrece un mejor precio**




* Vuelos (Fechas de la comparación: 1-21 de octubre de 2021): Comparación basada en miles de puntos de datos recogidos en nuestros 5 principales mercados (ES, FR, IT, UK, DE). Comparación realizada teniendo en cuenta exactamente el mismo contenido (rutas, fechas, proveedor, etc.), con respecto a los precios de las aerolíneas en su sitio web directo y a los precios mostrados por las OTA en sus respectivos sitios. Porcentaje de oportunidades ganadas ponderado por ruta según la demanda (volúmenes). Los resultados han sido verificados por KPMG.

** Hoteles (Fechas de la comparación: 15-30 de septiembre de 2021): 1000 búsquedas para los 20 principales destinos (principales 10 hoteles por ciudad de destino) en nuestros 5 principales mercados (ES, FR, IT, UK, DE). Porcentaje de oportunidades ganadas ponderado por ciudades más visitadas sobre la base de nuestros volúmenes de reservas. Los procedimientos y análisis realizados por eDreams ODIGEO han sido verificados por KPMG.

*** Coches (Fechas de la comparación: 15-30 de septiembre de 2021): Comparación de los grandes proveedores de alquiler de coches en los 5 principales destinos en nuestros principales mercados, para un total de más de 50.000 combinaciones. Comparación del mismo tipo de coche y fechas para los 4 principales proveedores (Hertz, Avis, Europcar, Budget) en el sitio web de la OTA competidora. Porcentaje de oportunidades ganadas ponderado por ciudades más visitadas sobre la base de nuestros volúmenes de reservas. Los procedimientos y análisis realizados por eDreams ODIGEO han sido verificados por KPMG.

# 2.2.A ¿Cuánto se ahorran los clientes?

## Pareja que viaja un fin de semana

LISBOA — BARCELONA

Vie 05/11 – Dom 07/11

| | SITIO DEL PROVEEDOR | PRIME | AHORRO € |
|---|---|---|---|
| Vuelos | 367€ | 354€ | -13 € |
| Hoteles | 468€ | 394€ | -74 € |
| Coches | 86€ | 67€ | -19 € |

**-106 € Ahorro Prime vs. Proveedor**

## Vacaciones de 1 semana en familia (2 adultos + 2 niños)

MADRID — ORLANDO

Vie 29/10 – Vie 05/11

| | SITIO DEL PROVEEDOR | PRIME | AHORRO € |
|---|---|---|---|
| Vuelos | 2.208 € | 2.149 € | -59 € |
| Hoteles | 1.552 € | 1.472 € | -80 € |
| Coches | 575 € | 531 € | -44 € |

**-183 € Ahorro Prime vs. Proveedor**

Fuente: análisis de eDO
Nota: búsquedas reales realizadas el 19 de octubre de 2021 para el precio de eDreams Prime en ED.COM frente al sitio web directo de la aerolínea, el sitio web directo del hotel y el sitio web directo del proveedor de alquiler de coches

# 2.2.B Prime también ofrece atractivos beneficios no vinculados a los precios

## SERVICIO DE ATENCIÓN AL CLIENTE EXCLUSIVO TODOS LOS DÍAS, LAS 24 HORAS

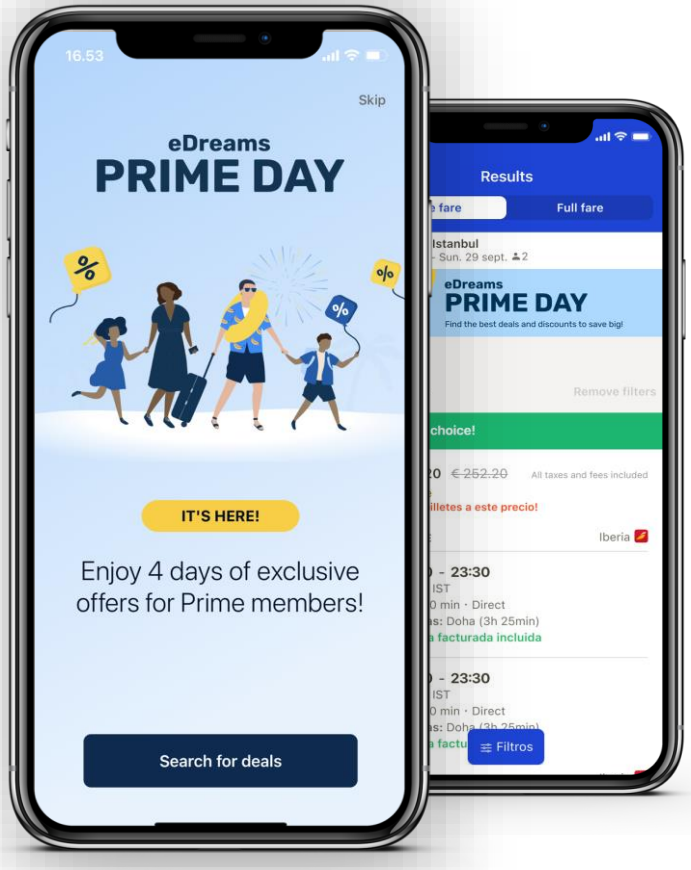
### Las 24 horas, 7 días a la semana / Menor tiempo de espera / Mejores agentes

> Llamé para hacer un **cambio en el vuelo**, ¡¡y pude hacerlo **con un coste mínimo** para mí!! [...] Denney [...] fue **MUY amable, simpática y servicial. [...] QUIERO FELICITAR a E_DREAMS y a TODA SU PLANTILLA por estar SIEMPRE ahí y disponible para AYUDAR. ¡¡¡Soy y seguiré siendo un MIEMBRO FIEL DE EDREAMS PRIME!!!**

> [...] El empleado Mustafa fue muy **servicial y resolvió el problema que tenía directamente.** También me explicó las **excelentes ventajas de Opodo Prime, por lo que estoy seguro de que no voy a cancelar el servicio.** Gracias, Mustafa

> [...] No recibí los correos electrónicos de Jet2.com y **Abhishek de EDreams Prime lo arregló todo [...] Excelente ayuda, educado y paciente.** Gracias

## ACCESO EXCLUSIVO A OFERTAS Y PROMOCIONES ESPECIALES




Fuente: Comentarios de clientes recibidos en septiembre y octubre de 2021

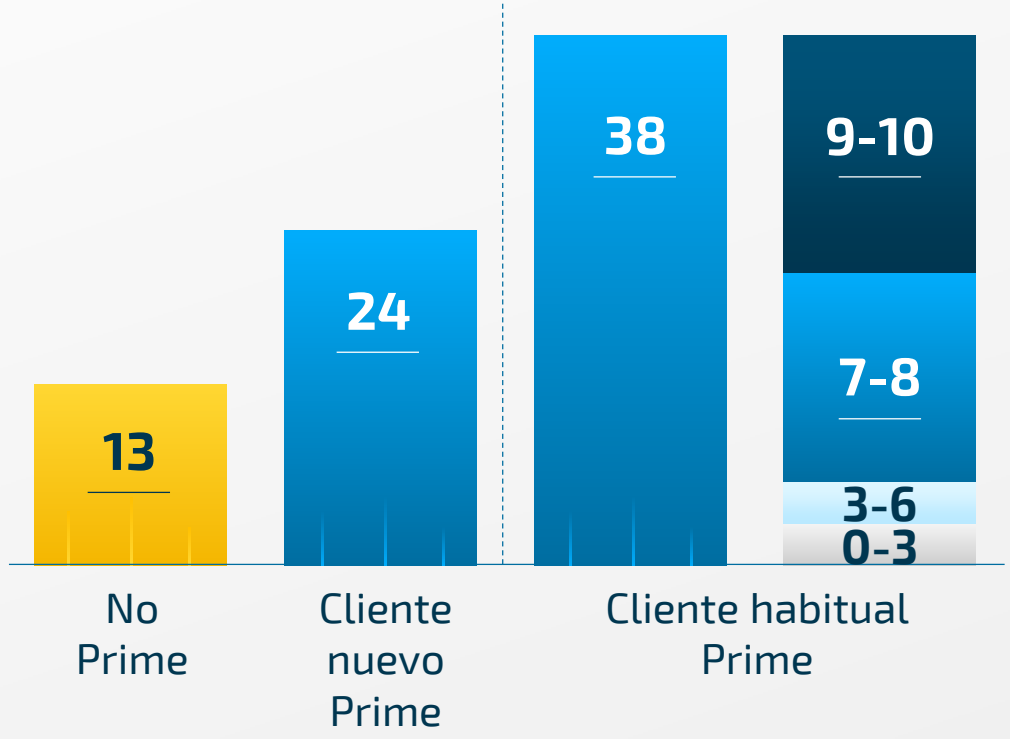
2.2.C

# El resultado: mejora del apoyo de los clientes y desmercantilización de la propuesta de valor

*Estudio externo independiente realizado por* Ipsos

## El 91% de nuestros clientes habituales Prime nos da una puntuación de 7 o más en NPS

Net Promoter Score y distribución






Fuente: Encuesta realizada por Ipsos en nuestros 5 principales mercados (FR, ES, IT, DE, UK)
Nota: NPS calculado según la metodología original de Bain & Company, % de promotores (puntuación de 9-10) - % de detractores (puntuación de 0-6)

# 2.2.C Los suscriptores nos recomiendan por la excelente experiencia del cliente, los precios bajos y la transparencia de la información

*Estudio externo independiente realizado por* Ipsos

## ¿Qué impulsa principalmente la recomendación?

| CATEGORÍA | % PROMOTORES* | CARACTERÍSTICAS VALORADAS |
|---|---|---|
| **EXPERIENCIA DEL CLIENTE** | **81 %** | Rapidez y agilidad del proceso de compra, fiabilidad y buena experiencia general de compra, buen servicio |
| **PRECIOS** | **44 %** | Precios atractivos, uniformidad, ninguna o pocas comisiones, relación calidad-precio |
| **INFORMACIÓN** | **37 %** | Transparencia del sitio web, información claramente explicada, correos electrónicos de confirmación recibidos, etc. |
| **CONTENIDO** | **14 %** | Amplia variedad de aerolíneas, hoteles y proveedores de coches |



Fuente: Encuesta realizada por Ipsos en nuestros 5 principales mercados (FR, ES, IT, DE, UK). Ejemplo para ES.
*% de promotores que mencionaron esta categoría como motivo de recomendación; suman más del 100 % ya que cada encuestado puede haber mencionado más de 1.

Prime es un modelo de negocio revolucionario en el sector turístico y **ofrece una propuesta que beneficia a los clientes y a eDO**



## 2.3
## Importante creación de valor para eDO y sus accionistas

# 2.3 Prime supone una importante creación de valor para eDO y sus accionistas



## Alto LTV con resultados atractivos

- Los clientes Prime están **más comprometidos y repiten más** (2,7x vs. No Prime) en **canales de adquisición más económicos** (~75 % vs. 25% los No Prime)
- Resultado: un **CLV 2,5 veces superior en un periodo de 24 meses…**
- … y unos **resultados atractivos** (2x-3x 24M LTV/CAC)




## Fuente de ingresos más estable

- Las cuotas recurrentes por suscripción ofrecen unos **ingresos de mayor calidad**



## Una relación más sólida con nuestros socios

- Prime garantiza a nuestros socios el acceso a un **cliente fidelizado y de gran valor, a un grupo de usuarios cerrado**

2.3

# Los miembros de Prime nos visitan más a menudo y presentan una tasa de conversión mayor que los clientes No Prime, lo que conlleva más reservas de clientes ya existentes

## Clientes Prime frente a clientes No Prime

x1,4

**Promedio de visitas por usuario**
(en 12 meses)

x2,0

**Tasa de conversión**

x2,7

**Reservas por cliente**
(en 12 meses)



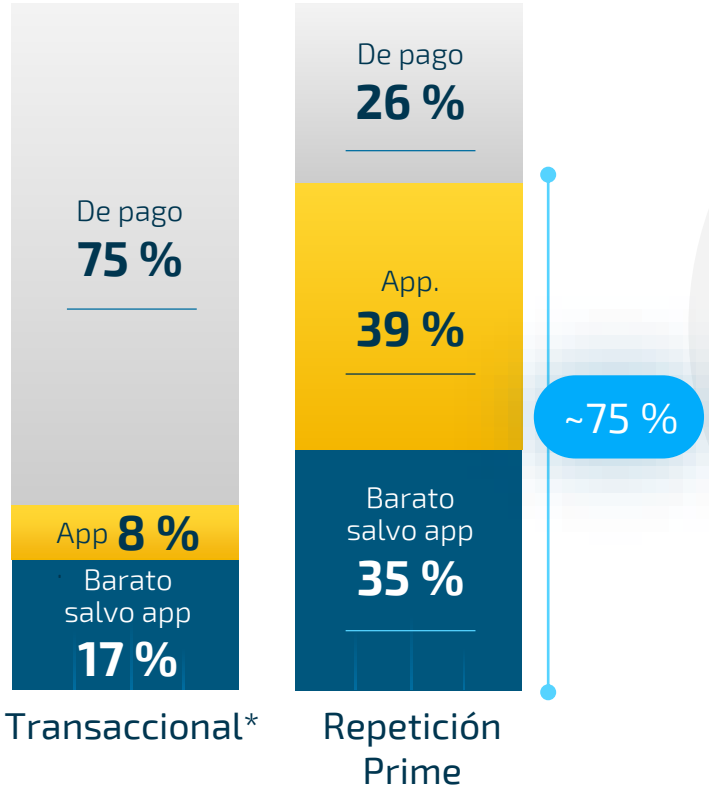

Nota 1: Prime incluye solo a los miembros que han utilizado la prueba gratuita y han renovado su suscripción. No Prime excluye a los usuarios que se han convertido en Prime en los siguientes 6 meses.
Nota 2: Tasa de conversión = total de reservas realizadas en 12 meses con respecto al total de visitas realizadas en el periodo

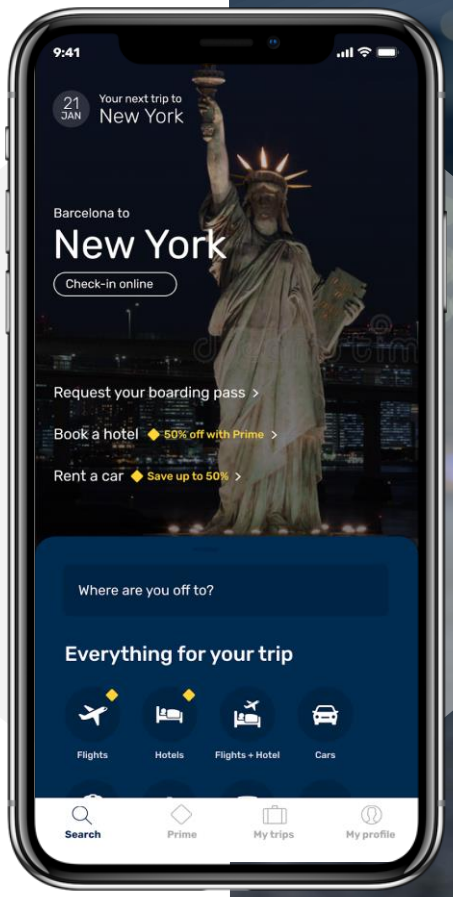
2.3

# ...y un mix de canales más económico

Alrededor de un 75 % de los miembros de Prime repiten en canales baratos

## Canal de repetición






Nota: Los canales de pago incluyen SEM sin marca, meta y otros canales de pago. Los baratos incluyen los directos, (canales que no implican costes de marketing) *Transaccional: Reservas clientes No Prime + 1ª reserva

# 2.3 Resultado: un valor de vida del cliente (LTV) a 24 meses considerablemente mayor para los miembros de Prime

| | | No Prime | Prime | Prime frente a No Prime |
|---|---|---|---|---|
| **AÑO 1** | Primera reserva | +Margen sobre ingresos<br>-Coste variable | +Cuota de Prime<br>+Margen sobre ingresos<br>-Coste variable<br>-Descuento de Prime | Nivel similar de margen sobre ingresos<br>Coste variable ligeramente superior para Prime |
| | Reservas repetidas en el 1er año | +Margen sobre ingresos<br>-Coste variable | +Margen sobre ingresos<br>-Coste variable<br>-Descuento de Prime | Nivel similar de margen sobre ingresos<br>Repetición de Prime coste variable un 30% menor |
| | | *(n.º de reservas repetidas el 1er año) | | **N.º repeticiones Prime = 2,7 veces No Prime** |
| **AÑO 2** | Reservas repetidas en el 2º año | +Margen sobre ingresos<br>-Coste variable | +Cuota de Prime<br>+Margen sobre ingresos<br>-Coste variable<br>-Descuento de Prime | Renovación de Prime del 1er año al 2º año<br>Nivel similar de margen sobre ingresos<br>Repetición de Prime coste variable un 30% menor |
| | | *(n.º de reservas repetidas el 2º año) | | **N.º repeticiones Prime = 2,9 veces No Prime** |
| **LTV a 24 meses indexado** | | 100 | 250 | **LTV 24M Prime = 2,5x No Prime** |

Nota: LTV calculado a partir de datos de renovación, repetición y rentabilidad (en €), indexado con el CLV de No Prime a 24 meses

Prime es un modelo de negocio revolucionario en el sector turístico y **ofrece una propuesta que beneficia a los clientes y a eDO**



## 2.4

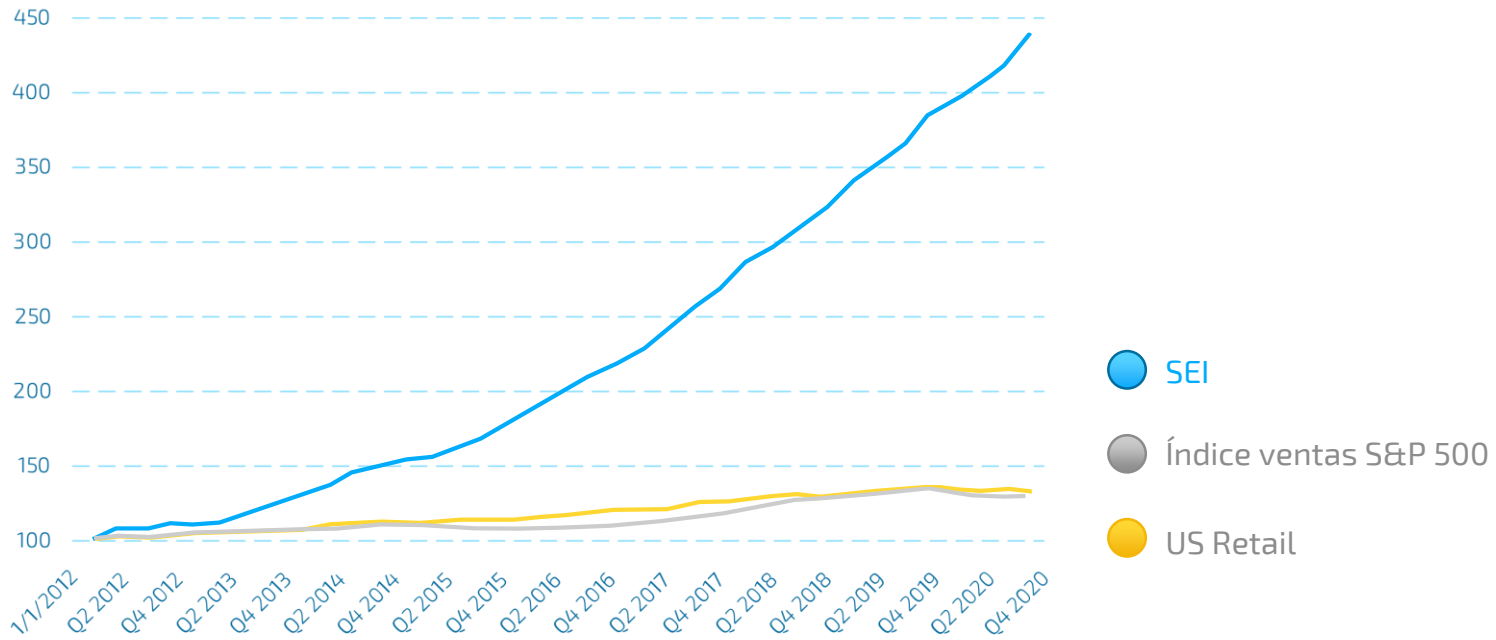
**Modelo de negocio basado en la suscripción muy establecido en diversos sectores: somos pioneros en el sector de los viajes**

# 2.4 El modelo de negocio basado en las suscripciones ya está muy establecido fuera del sector turístico, con un crecimiento mucho más rápido que el de las actividades tradicionales

La Subscription Economy® casi ha **sextuplicado su valor*** en los últimos 9 años…

**… entre cinco y ocho veces más rápido** que las actividades tradicionales

Nivel del Subscription Economy Index frente al crecimiento de las ventas de S&P 500 y US Retail



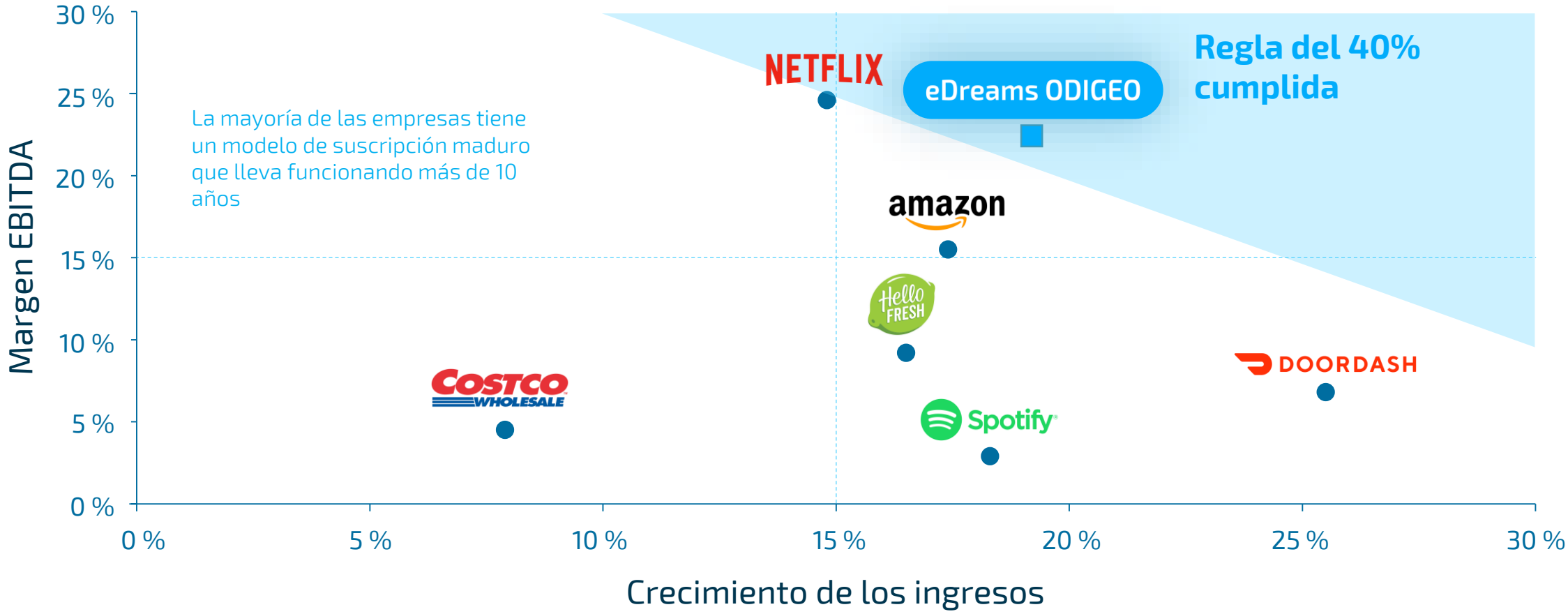

Principales empresas con modelo de suscripción por vertical

amazon NETFLIX Spotify® Adobe

Fuente: Subscription Economy Index de Zuora
*Niveles trimestrales del Subscription Economy Index (SEI), en comparación con los índices del S&P 500 Sales per Share y US Retail Sales.
Todos los índices parten de un valor inicial de 100 a 1 de enero de 2012, y crecen en proporción al aumento trimestral de las ventas totales pasadas anuales que miden.

2.4

# eDO es único en términos de rentabilidad y crecimiento entre otros servicios de suscripción (tras alcanzar la madurez)




Fuente: Factset a 21 de noviembre, calendarización datos financieros a Dic- FINAL DE AÑO
Nota: Crecimiento de los ingresos basado en estimaciones año civil 2021 – año civil 2023 para las demás empresas y en el 2º trim. del ejercicio fiscal de 2022 anualizado – estimaciones ejercicio 2025 para eDO, para excluir el impacto de la COVID; margen EBITDA basado en estimaciones año civil 2022 para las demás empresas, y en estimaciones ejercicio 2025 para eDO.

# 2.4 Llevamos ventaja gracias a 4,5 años de pruebas y aprendizaje, lanzamientos de productos e introducciones en el mercado

Introducción mercado

Lanzamiento producto

2017

2018 — **Francia**

2019 — **Italia**

2020 — **España** y **Alemania**

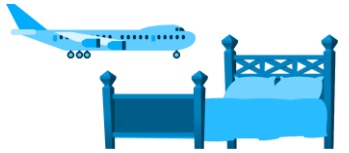
2021 — **Reino Unido**

**Portugal, test Estados Unidos (PMV*) y Australia**

Prueba de **Hoteles**




Prueba de **Paquetes dinámicos** *(vuelo + hotel)*



Prueba de **Coches**



4,5 años de pruebas y aprendizaje

Decenas de miles de entrevistas a clientes

Miles de tests A/B

Iteraciones de visualización continua

* Producto mínimo viable
Nota: Años naturales

2.4

# Pasar de un modelo transaccional a uno centrado en las suscripciones requiere una transformación integral de la empresa que lleva años lograr

## Gestión de ingresos

**Modelo de precios basado en la IA, gestión durante el tiempo de vida** basada en sofisticadas **previsiones de cancelaciones**, etc.

## Marketing

Modelos de marketing de **gestión durante el tiempo de vida**, adaptación de la estrategia de **adquisición de clientes**, comunicaciones durante el **ciclo de vida** de los miembros, cancelaciones y gestión de la **retención**, etc.

Muchos más...

**Todas las áreas de la empresa deben adaptarse**

## Pagos

**Pagos recurrentes** conforme a la PSD2, gestión de fondos, etc.

## Servicio de atención al cliente

Equipos de atención al cliente **prémium**, gestión **omnicanal**, configuración del equipo de gestión de la **retención**, incentivos, etc.

## Finanzas

Gestión de **efectivo**, de la reserva a los **informes basados en el cliente**, impuestos, sistemas de reconocimiento de ingresos, etc.



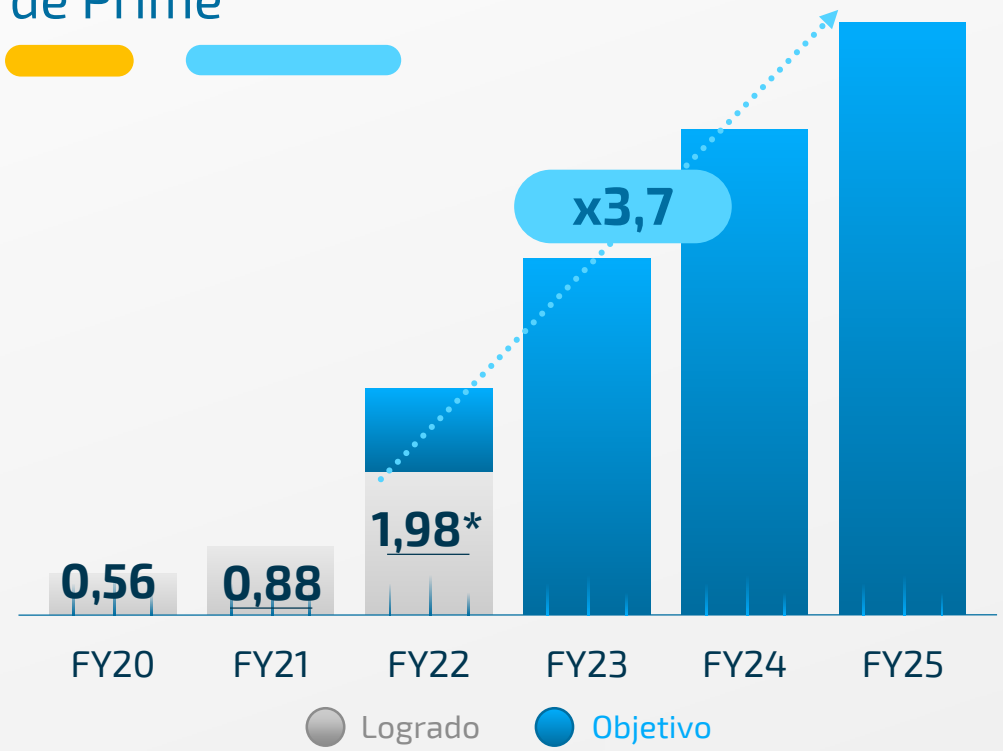
# 3.0

Previsiones: **>7,25 millones de miembros de Prime** y > 180 mill. de € de EBITDA Cash (ejercicio 2025)

# 3.0 Nos estamos transformando en un negocio basado en la suscripción, y esperamos alcanzar más de 7,25 millones de suscriptores de Prime en el ejercicio fiscal 2025

N.º de suscriptores de Prime

>7,25 mill.




- **Plan realizable** para ampliar Prime
- **Su sólida trayectoria** y los constantes **excelentes resultados de Prime en todos los mercados** apoyan las nuevas orientaciones
- **Creación de valor** tanto para los clientes como para los accionistas
- Enorme **potencial de crecimiento**



Fuente: Datos de la empresa *12 de noviembre de 2021



# Esperamos alcanzar este objetivo mediante 4 impulsores del crecimiento estratégicos

## 3.A
Convertir a los clientes transacciones actuales en clientes Prime

## 3.B
Ampliar la cuota de Prime en los principales mercados europeos

## 3.C
Incrementar el número de suscriptores en nuevos mercados (como EE. UU.)

## 3.D
Captar nuevos miembros de Prime en otras categorías de productos

# 3.A Crecer en nuestros principales mercados convirtiendo a los actuales clientes…

CONVERTIR CLIENTES ACTUALES

**Base de clientes de eDO**

**18 mill.**

Clientes transaccionales 2019-2021*

**INMENSA OPORTUNIDAD DE CONVERSIÓN**

…a medida que los clientes regresan tras la pandemia y descubren Prime

Fuente: Datos de la empresa
* Clientes transaccionales de vuelos (no Prime) de eDO en Europa entre 2019 y noviembre de 2021

# 3.B ...y conseguir una mayor cuota en Europa

AMPLIAR LA CUOTA EN LOS PRINCIPALES MERCADOS

**Mercado europeo disponible**

**225 mill.**

Hogares europeos*

**~95 %**

Cuota de mercado disponible**

**AMPLIO MERCADO DISPONIBLE**

...Europa es el tercer mayor mercado de viajes y la cuota para obtener es muy amplia

Fuente: Eurostat, Office for National Statistics del Reino Unido, PhocusWright, datos de la empresa
*Unión Europea y Reino Unido, 2020 **Cuota de mercado de vuelos Europa, 2021

# 3.C Incrementar el número de miembros a través de mercados más nuevos donde no tenemos una marca sólida ni una larga presencia

**Prime**
Diferenciador clave en nuevos mercados




**Plataforma eDO**
Ampliable y no restringida a una región

## …lanzado con éxito en 8 mercados diferentes

Ejemplo de EE. UU. (lanzado como producto mínimo viable)

| | | |
|---|---|---|
| **Importante tasa de suscripción*** | +4 p.p. | EE. UU. frente a principales mercados** |
| **Aceleración del crecimiento de las reservas** | +250 % | 2019 – 2T FY22 |
| **Incremento cuota de mercado** | x4 | 2019 – 2T FY22 |

**Gran oportunidad** para seguir desarrollando **nuevos mercados de eDO y acceder a nuevas geografías** (unos 190 mill. de hogares en los 5 principales mercados en expansión)

Fuente: Datos de la empresa, oficinas nacionales de estadística
*No meta **Incl. DE, ES, FR, IT, UK (mayo-julio de 2021)

# 3.D Desarrollar la adquisición de suscriptores de Prime en otras categorías de productos

## Las categorías de productos vacacionales son atractivas...

**Valor total de las ventas mercado europeo de las OTA**
En miles de millones de euros, 2019

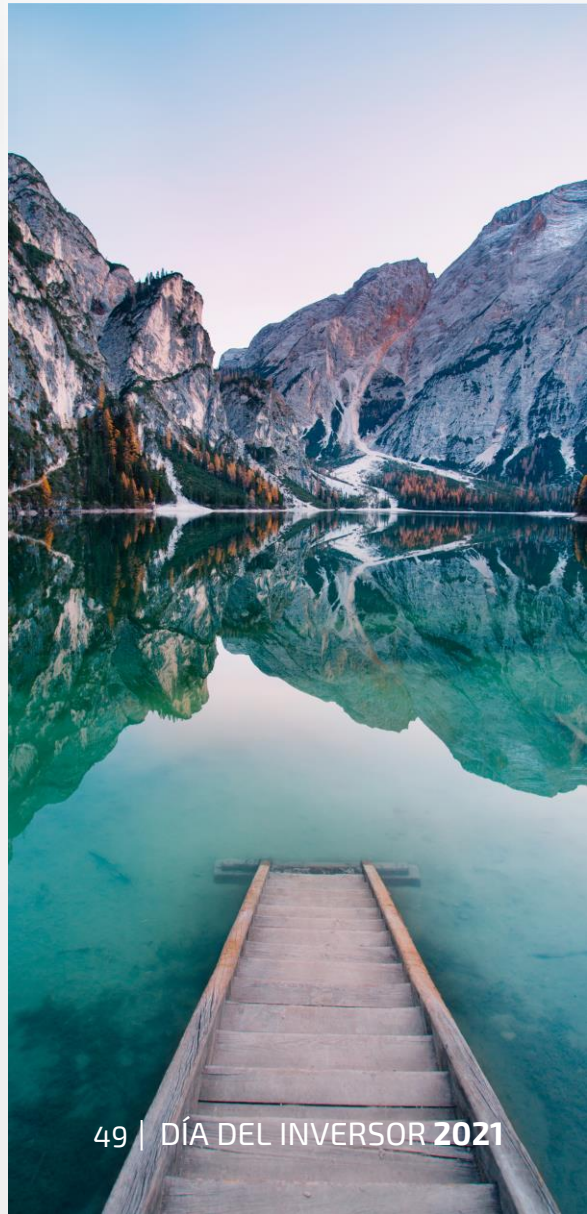



## ...y eDO realiza ventas cruzadas de los mismos con gran éxito

**Vacacionales frente a Vuelos**
**Índice de crecimiento de las reservas**
ESTIM. FY22 frente a FY19




Fuente: Datos de la empresa



3.0

# eDO ha demostrado su capacidad para captar nuevos clientes a través del programa Prime

## Porcentaje de nuevos clientes entre los miembros de Prime*




Fuente: Datos de la empresa
* Porcentaje medio de nuevos clientes sobre una base de 2 mill. de miembros de Prime, octubre de 2021. Un cliente nuevo se define como un cliente que no ha realizado ninguna operación con eDO en los últimos 36 meses.

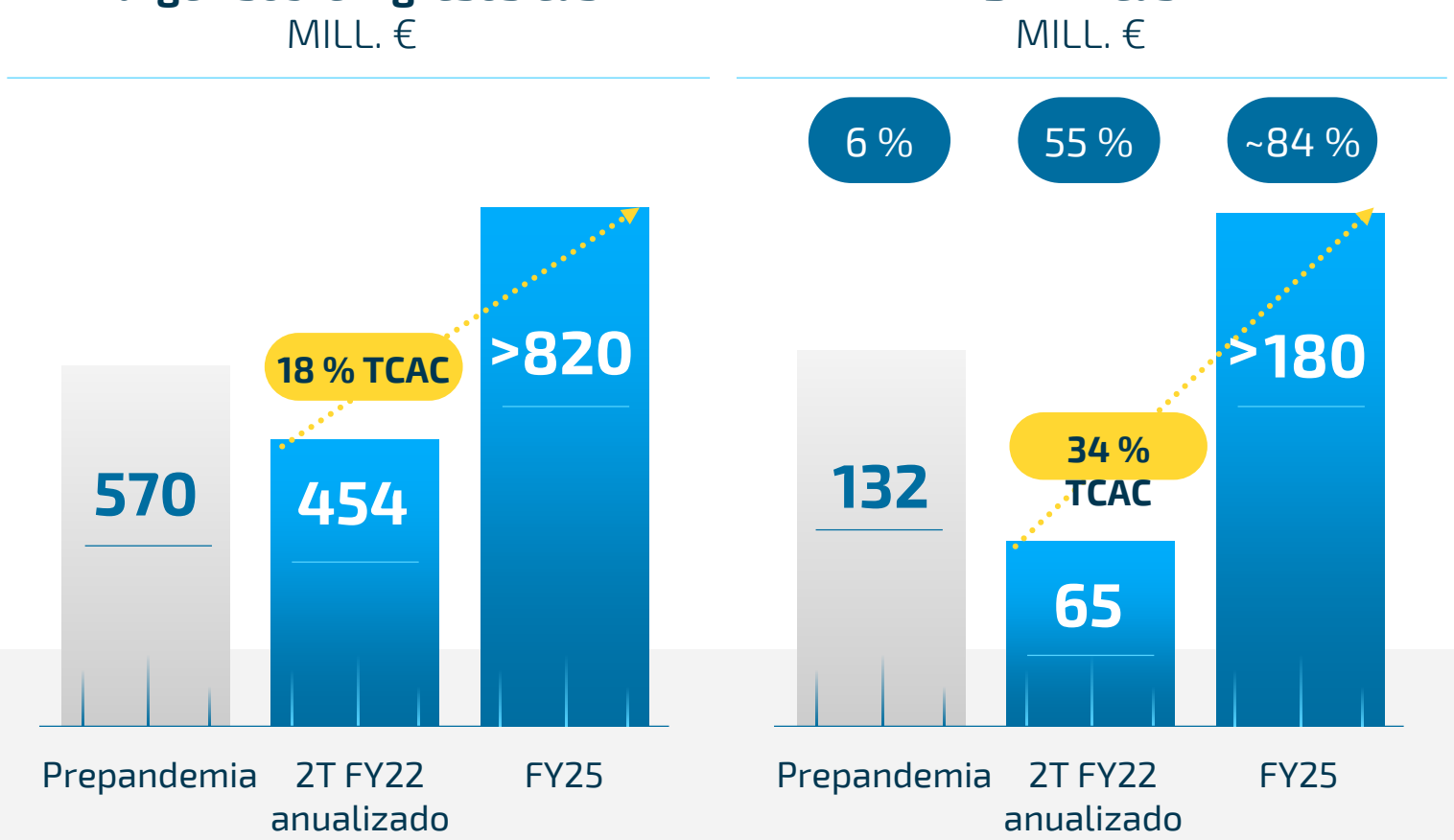
# En resumen, los objetivos son una base de miembros de Prime de > 7,25 mill., un margen sobre ingresos Cash de > 820 mill. de € y un EBITDA Cash de > 180 mill. de €

**>7,25 mill.**

Miembros de Prime FY25

**~ 80 €**

ARPU Prime FY25




Nota: TCAC basada en 3,5 años
* Al final del ejercicio fiscal 2025 (FY por sus siglas en inglés)

% Prime sobre el total

# 3.0 eDO es cada vez más comparable a los modelos en línea basados en las suscripciones tras la gran aceptación de Prime

## eDreams ODIGEO

**De las transacciones...**

despegar · Trip. · Expedia · BOOKING HOLDINGS · On the Beach · lastminute.com

- Modelo en línea basado en las transacciones
- Mayor pérdida de clientes
- Mayor coste de adquisición del cliente

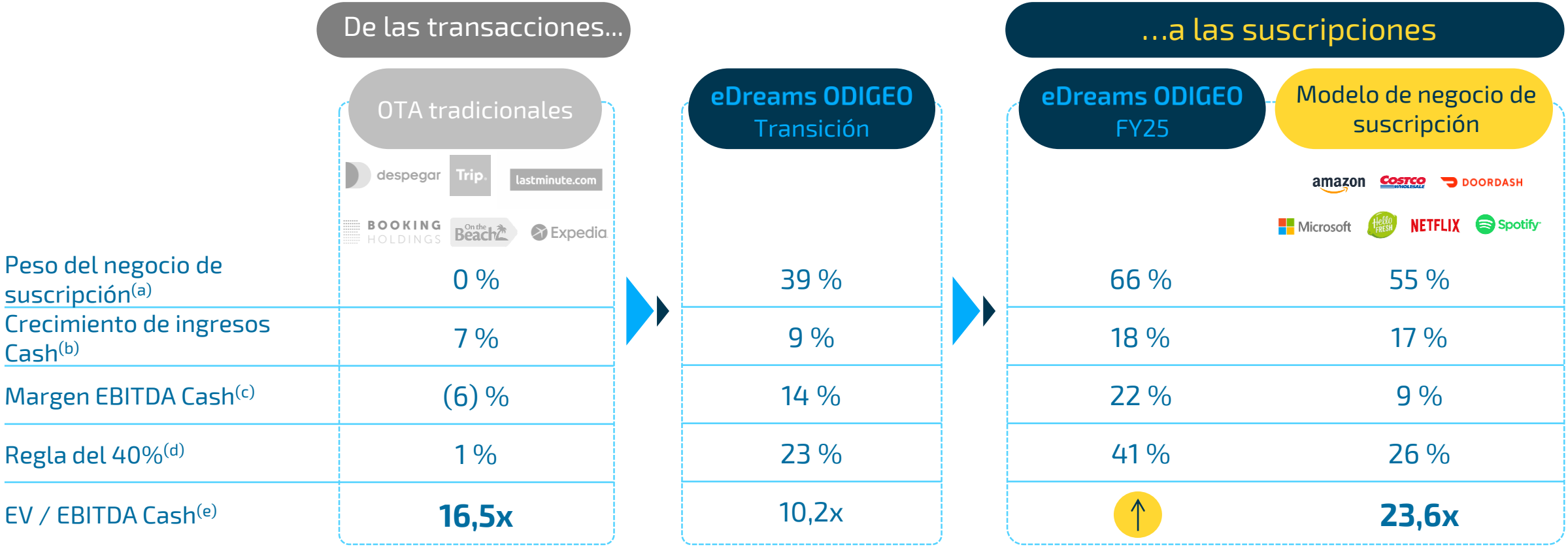
**...a las suscripciones**

amazon · COSTCO WHOLESALE · DOORDASH · Microsoft · HelloFRESH · NETFLIX · Spotify

- Modelo en línea basado en las suscripciones
- Ingresos recurrentes elevados
- Mayor retención y CLV

3.0

# Una estrategia centrada y probada está transformando a eDO en un negocio basado en las suscripciones




Nota: Las previsiones financieras de los pares se basan en el consenso de los analistas

(a) eDO basado en la cuota de Prime en el número de reservas; pares basados en la cuota de clientes de suscripción de Amazon, Spotify, Microsoft, Netflix y DoorDash

(b) Columna izquierda de eDO basada en TCAC Prepandemia FY20A – EST. FY25 y OTA tradicionales basadas en TCAC Prepandemia 2019A – EST. 2024 para permitir una mejor comparación; columna derecha de eDO basada en TCAC FY22 anualizado – EST. FY25 para reflejar un crecimiento más normalizado teniendo en cuenta el impacto de la COVID; Pares con modelo de suscripción basados en TCAC EST. 2021 – EST. 2022

(c) eDO y OTA tradicionales a la izquierda se basan en el margen EBITDA a 3 meses (jun. – sept. de 2021); a la derecha, eDO se basa en el margen del ejercicio fiscal 2025 estimado; Pares con modelo de suscripción basados en el margen EBITDA estimado del año 2022.

(d) Se define como el crecimiento de ingresos Cash + margen EBITDA Cash

(e) Basado en el actual valor de la empresa; a la izquierda, eDO y las OTA tradicionales se basan en los datos financieros de 2019 anualizados para reflejar el impacto prepandemia; Pares con modelo de suscripción basados en los datos financieros estimados del año 2022.

Fuente: Factset a 21 de noviembre, calendarización datos financieros a Dic-FINAL DE AÑO

# 3.0 Equipo de gestión ampliamente capacitado para ejecutar el plan

**Equipo directivo de alta calidad…**

- Con experiencia
- Comprometidos con una visión clara
- Una trayectoria demostrada

**…con capacidad para innovar y adaptarse a un panorama cambiante**

- Líderes en diversificación de ingresos
- Han creado una revolución al presentar el primer programa de suscripciones en el sector turístico

# Gran potencial de eDO: resultados superiores para accionistas y clientes al tiempo que transforma el sector

CREAR EL MAYOR PROGRAMA DE SUSCRIPCIÓN PARA VIAJES: PRIME

AMPLIAR NUESTRA CUOTA DE MERCADO

ALCANZAR LOS MÚLTIPLOS MÁS ALTOS DEL SECTOR

**eDO OBJETIVOS EJERCICIO 2025**

Miembros de Prime
>7,25 mill.

ARPU Prime
~ 80 €

EBITDA Cash
> 180 MILL. €

# DÍA DEL INVERSOR **2021**

**eDreams ODIGEO**


REINVENTAMOS LOS VIAJES
DÍA DEL INVERSOR 2021
17 de noviembre de 2021
eDreams ODIGEO
eDreams
GOVOYAGES
opodo
travelink
liligo

# ORDEN DEL DÍA

01 **Panorama general, modelo de suscripción Prime, inversión**
(12:00 - 13:30)

02 ***Pausa para comer***
*(13:30 - 14:00)*

03 **Impactos económicos, modelo financiero y perspectivas de Prime**
(14:00 - 15:00)

04 **Talleres**
(15:00 - 16:00)

- Diversificación de ingresos «Tienda de viajes»
- Inteligencia artificial
- Autoservicio del cliente

05 ***Pausa para café***
*(16:00 - 16:15)*

06 **Conclusión**
(16:15 - 17:00)

07 **Cena con el equipo**
(19:30)



# IMPACTOS ECONÓMICOS, MODELO FINANCIERO Y PERSPECTIVAS DE PRIME

eDreams ODIGEO

# Descargo de responsabilidad en relación con 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 noviembre de 2021. No ha sido verificada de forma independiente por ningún tercero.

Esta presentación contiene datos financieros sobre el ejercicio cerrado el 31 de marzo de 2021 y sobre los seis meses cerrados el 30 de septiembre de 2021, extraídos de los estados financieros consolidados auditados del Grupo para el ejercicio cerrado el 31 de marzo de 2021 y de los estados financieros resumidos no auditados del Grupo para los seis meses cerrados el 30 de septiembre de 2021, respectivamente, y se encuentran enteramente calificados por la información financiera incluida en dichos estados financieros del Grupo, cuyas copias están disponibles en su sitio web, en 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 preparado 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 cualesquiera pérdidas 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 una oferta o invitación para vender, ni de una solicitud de ofertas para comprar o adquirir valores o instrumentos financieros relacionados de la Sociedad en ninguna jurisdicción, ni debe interpretarse como tal. 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, cualesquiera discrepancias entre los totales y las sumas de los importes consignados se deberán al redondeo.

La información incluida en esta presentación no constituye un asesoramiento en materia de inversiones, normativa, 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 sobre determinados pronósticos financieros y otras previsiones

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, las perspectivas de crecimiento del Grupo en sus seis principales mercados y en el resto del mundo, la transformación de su modelo de negocio a través de Prime, sus perspectivas financieras para el ejercicio fiscal 2025 (incluidas las perspectivas relacionadas con el número de miembros de Prime, los ingresos Cash, el beneficio marginal Cash, el EBITDA Cash, los ingresos medios por usuario o ARPU, los costes variables, los costes fijos, los gastos de capital y el apalancamiento) y la pandemia de COVID-19 y el impacto de esta en su actividad. 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 pandemia de COVID-19, la confianza de los consumidores, los patrones de gasto y los trastornos (incluidos los relacionados con desastres naturales y pandemias sanitarias) 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. 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 y, en particular, de la transformación del modelo de negocio del Grupo de un negocio basado en las transacciones a un negocio basado en las suscripciones mediante la implementación de Prime. 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. El Grupo ha considerado los efectos de la recuperación del sector turístico tras la COVID-19 y el impacto de la transformación de su modelo de negocio en un modelo basado en las suscripciones; como resultado de ello, las previsiones no son directamente comparables con la situación financiera del Grupo y los resultados de sus operaciones de los últimos periodos.

# Medidas del rendimiento que no son PCGA y medidas alternativas del rendimiento

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», «Valor total de las ventas», «EBITDA», «EBITDA ajustado», «Gastos de capital», «EBITDA Cash», «Ingresos Cash», «Beneficio Marginal Cash», «Margen sobre Ingresos», «Margen sobre 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.

Ingresos medios por usuario (ARPU): El ARPU de Prime se refiere al Margen sobre Ingresos Cash generado a partir de los usuarios de Prime en los últimos doce meses. Se calcula considerando todos los elementos del Margen sobre Ingresos Cash vinculados a las reservas realizadas por los miembros de Prime (como, entre otros, las cuotas de Prime cobradas, los incentivos GDS, comisiones adicionales, servicios complementarios, etc.) divididos entre el número medio de miembros de Prime durante el mismo periodo. La dirección considera que es una medida pertinente para seguir el rendimiento de Prime.

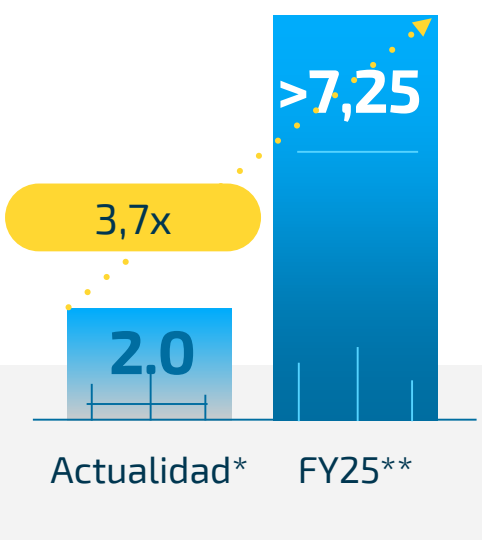
El Grupo ha presentado estas medidas alternativas del rendimiento y medidas no NIIF porque considera que son indicadores útiles sobre su rendimiento financiero y su capacidad para endeudarse y reembolsar su deuda y pueden ayudar a analistas, inversores y otras partes a evaluar su negocio. Sin embargo, 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 periodo de seis meses finalizado el 30 de septiembre de 2021, consulte el apartado sobre «Medidas alternativas del rendimiento» (pág. 50 y siguientes) de los estados financieros resumidos no auditados del Grupo correspondientes al periodo de seis meses finalizado el 30 de septiembre de 2021, publicados el 17 de noviembre de 2021, disponibles en nuestro sitio web (https://www.edreamsodigeo.com/).

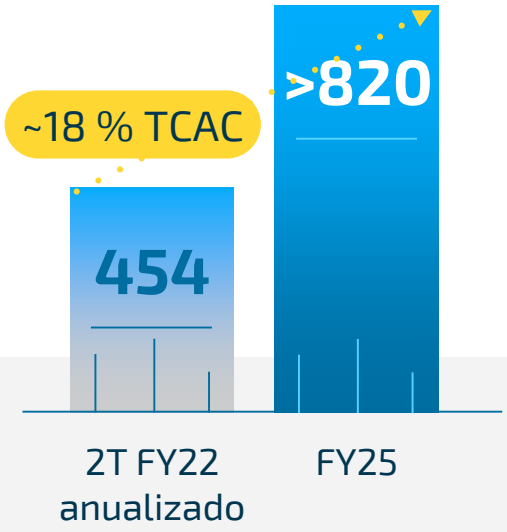


# Orientaciones de eDO para continuar la transformación hacia Prime

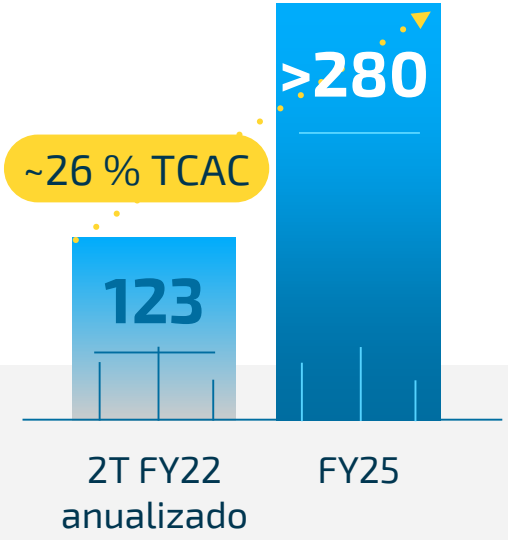
**Suscriptores de Prime**
(en millones)



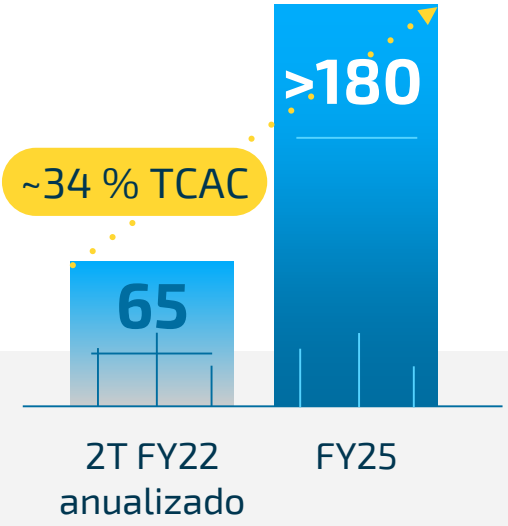

**Margen sobre Ingresos Cash**
(en millones de euros)




**Beneficio Marginal Cash**
(en millones de euros)



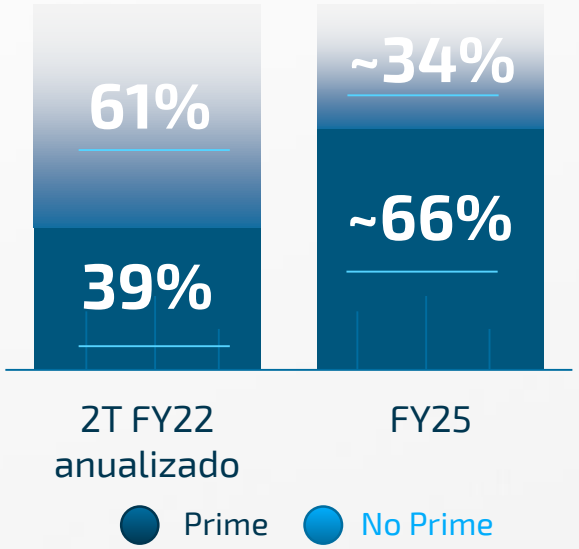

**EBITDA Cash**
(en millones de euros)




* A 12 de noviembre de 2021 **A finales del ejercicio fiscal de 2025 (FY por sus siglas en inglés)
Nota: TCAC suponiendo un periodo de 3,5 años desde mediados del ejercicio fiscal 2022 hasta el ejercicio fiscal 2025.

# Objetivo: convertirnos en una plataforma principalmente basada en las suscripciones...

**% reservas de vuelos Prime frente a no Prime**






**Margen sobre Ingresos Cash (mill. €)**

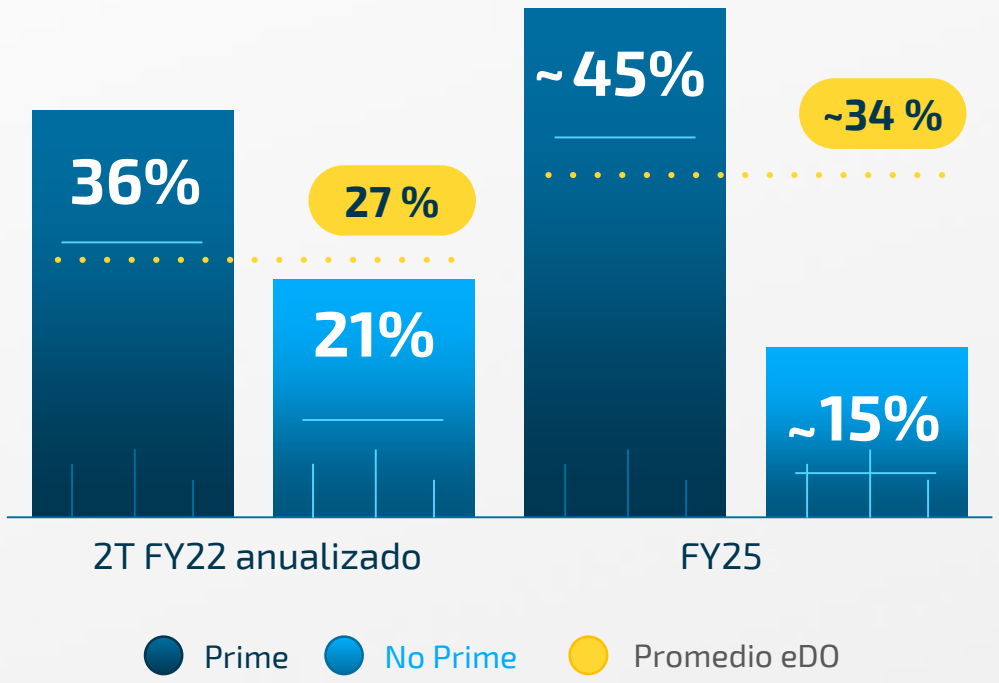



Aumentar aún más el compromiso del cliente para impulsar la transición al modelo de suscripción Prime

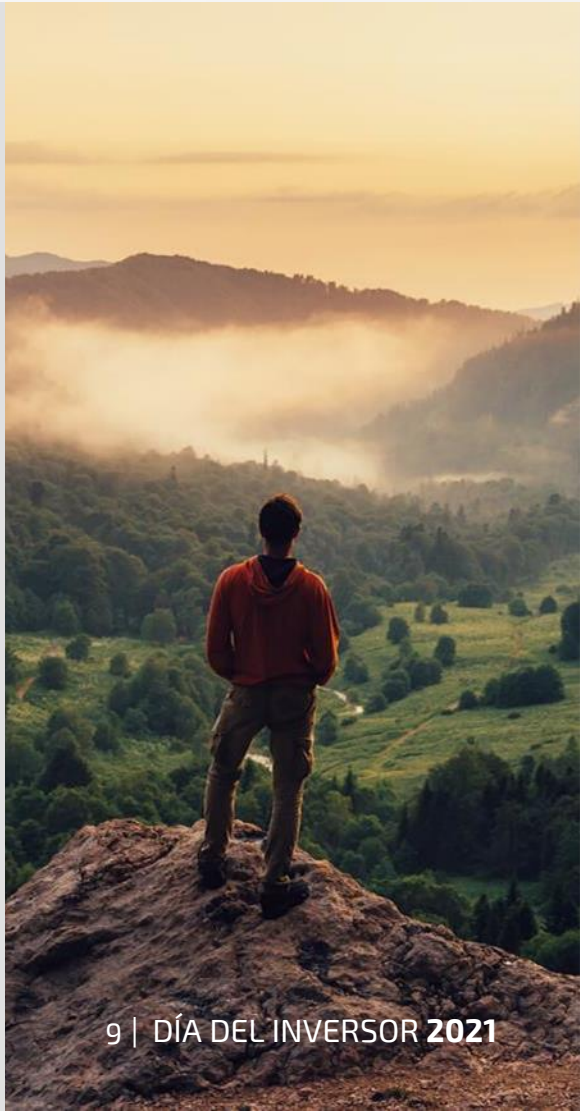
Incremento de los ingresos principalmente basado en el crecimiento de las suscripciones y reservas Prime

# …con una combinación donde Prime sea más importante para impulsar el aumento de la rentabilidad

## % Beneficio Marginal Cash




- Se espera que el Beneficio Marginal Cash llegue a más que duplicarse entre los ejercicios fiscales de 2022 y 2025 gracias al crecimiento de Prime
- Incremento del margen derivado del efecto de la combinación ya que Prime, con mayor margen, conforma un porcentaje más alto de Beneficio Marginal.



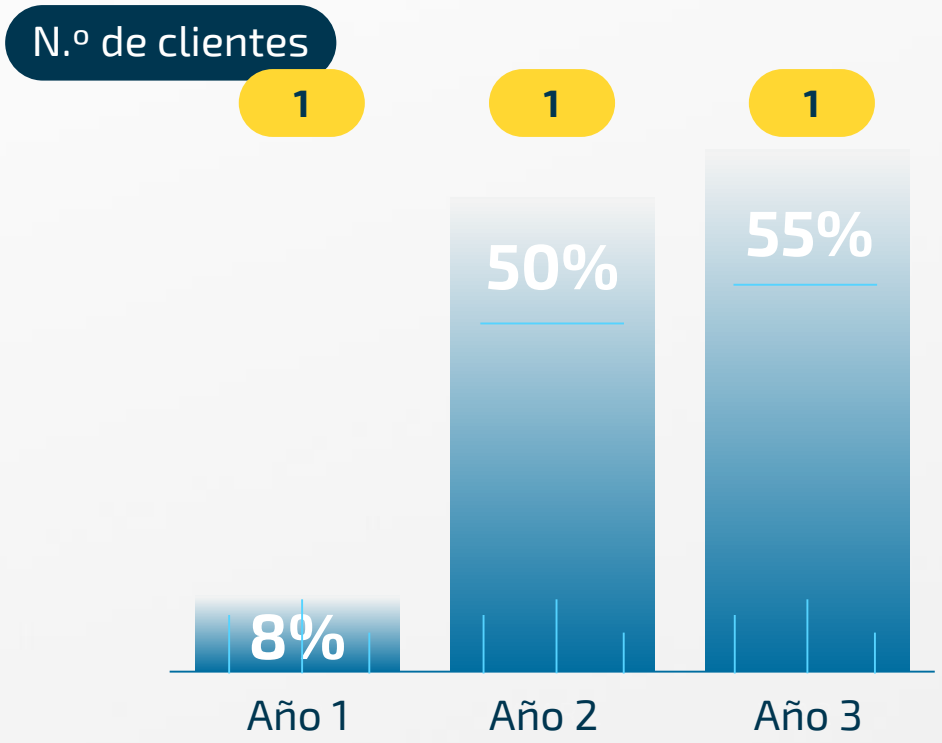
# Unos «unit economics» de Prime atractivos…

| | | No Prime | Prime | Prime frente a No Prime |
|---|---|---|---|---|
| **AÑO 1** | Primera reserva | +Margen sobre ingresos<br>-Coste variable | +Cuota de Prime<br>+Margen sobre ingresos<br>-Coste variable<br>-Descuento de Prime | Nivel similar de margen sobre ingresos<br>Coste variable ligeramente superior para Prime |
| | Reservas repetidas en el 1er año | +Margen sobre ingresos<br>-Coste variable | +Margen sobre ingresos<br>-Coste variable<br>-Descuento de Prime | Nivel similar de margen sobre ingresos<br>Repetición de Prime coste variable un 30% menor |
| | | *(n.º de reservas repetidas el 1er año) | | **N.º repeticiones Prime = 2,7 veces No Prime** |
| **AÑO 2** | Reservas repetidas en el 2º año | +Margen sobre ingresos<br>-Coste variable | +Cuota de Prime<br>+Margen sobre ingresos<br>-Coste variable<br>-Descuento de Prime | Renovación de Prime del 1er año al 2º año<br>Nivel similar de margen sobre ingresos<br>Repetición de Prime coste variable un 30% menor |
| | | *(n.º de reservas repetidas el 2º año) | | **N.º repeticiones Prime = 2,9 veces No Prime** |
| **LTV a 24 meses indexado** | | 100 | 250 | **LTV 24M Prime = 2,5x No Prime** |

Nota: LTV calculado a partir de datos de renovación, repetición y rentabilidad (en €), indexado con el LTV de No Prime a 24 meses

# ...para impulsar un valor creciente a lo largo del tiempo

**Ejemplo ilustrativo – % Beneficio Marginal Cash**




- Supone un cliente de Prime que renueva cada año
- Márgenes del primer año inferiores debido al coste de adquisición del cliente
- El coste variable disminuye significativamente a medida que el cliente renueva en los años 2 y 3



# Comprender los principales impulsores del modelo de negocio de Prime

A

**Suscriptores de Prime**

Alcanzar >7,25 millones de miembros de Prime al final del año fiscal 2025

B

**ARPU Prime**

ARPU estable parcialmente reinvertido en el ahorro del cliente

C

**Costes variables**

Coste de adquisición por cliente reducido por las reservas repetidas

D

**Inversión de capital**

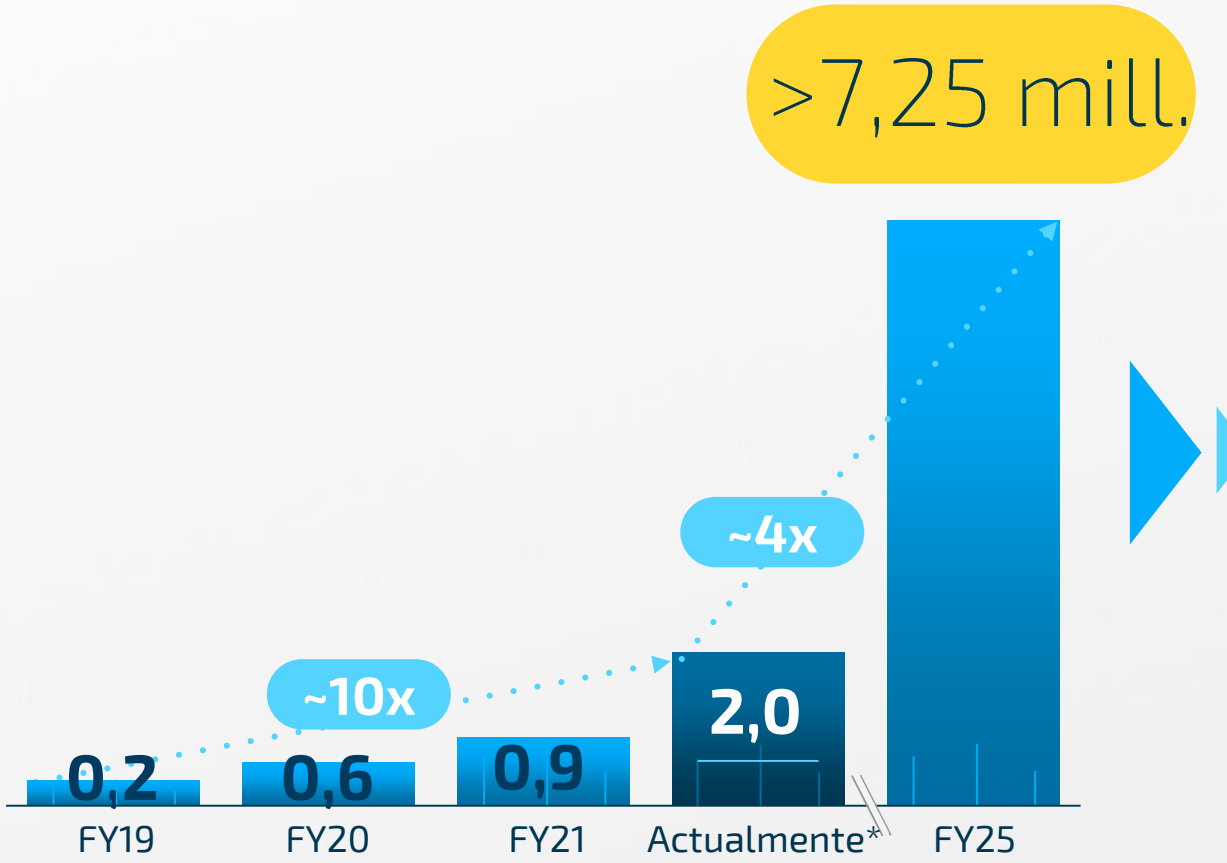
Las inversiones en Prime se beneficiarán de la escala

A

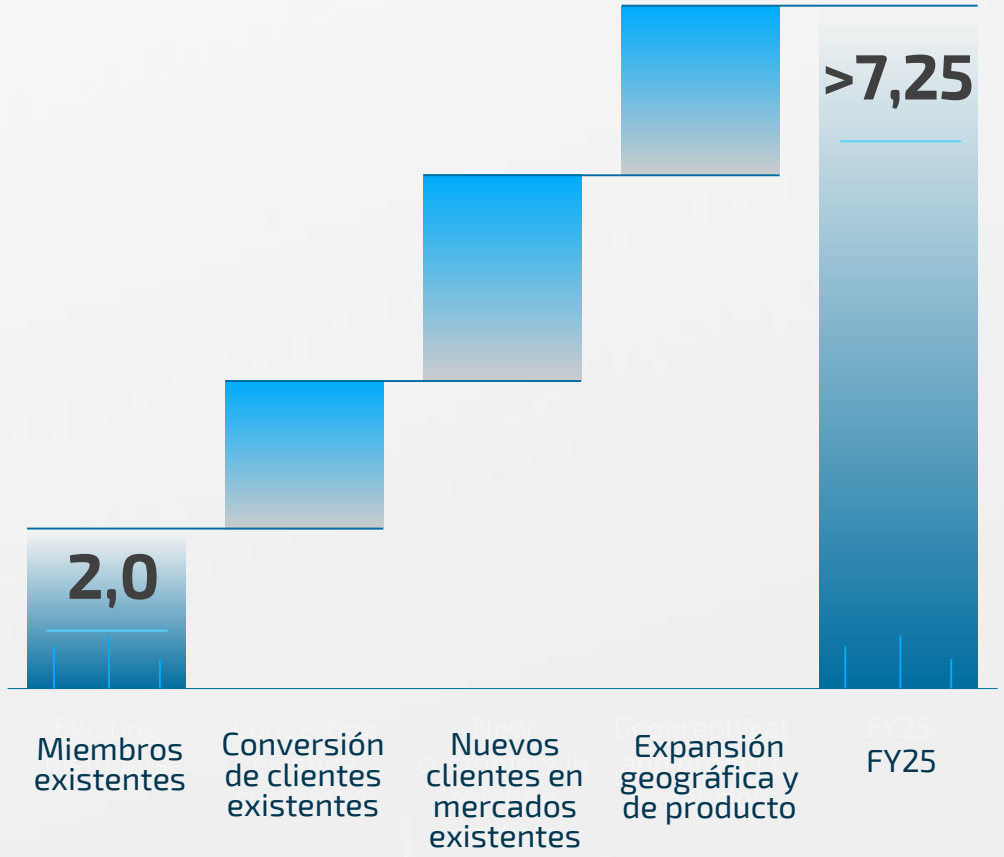
# Suscriptores de Prime

Alcanzar >7,25 millones de suscriptores de Prime al final del año fiscal 2025

## Evolución de los suscriptores de Prime




## Desarrollo de suscriptores de Prime



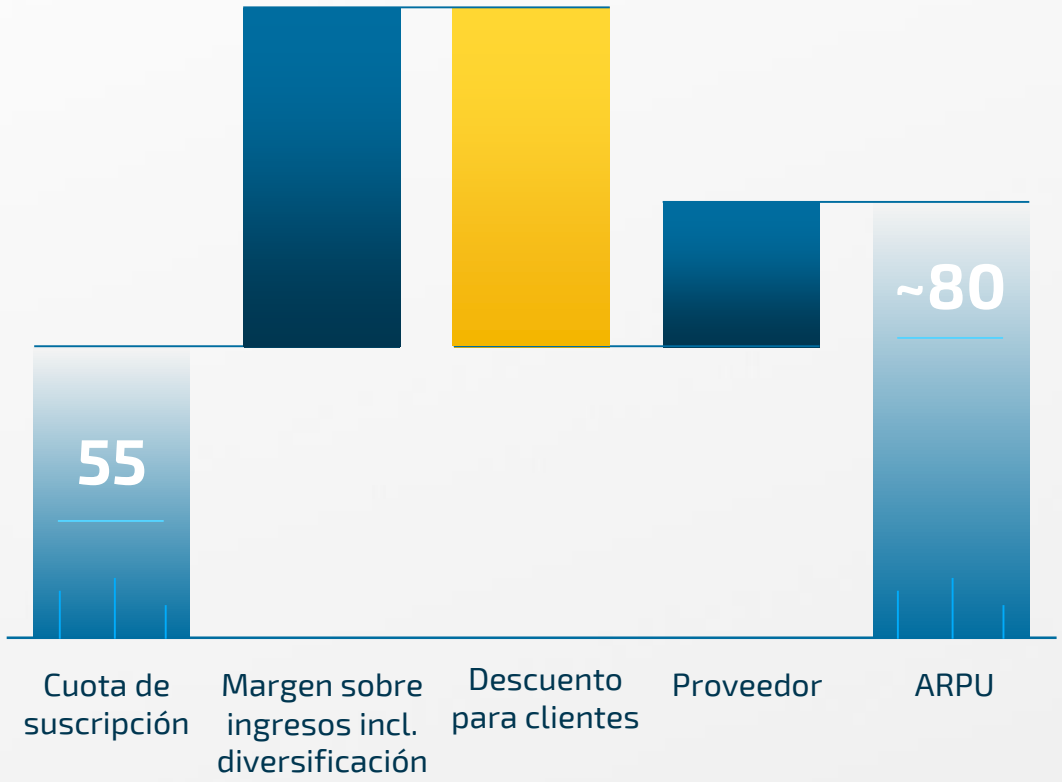

*A 12 de noviembre de 2021

B

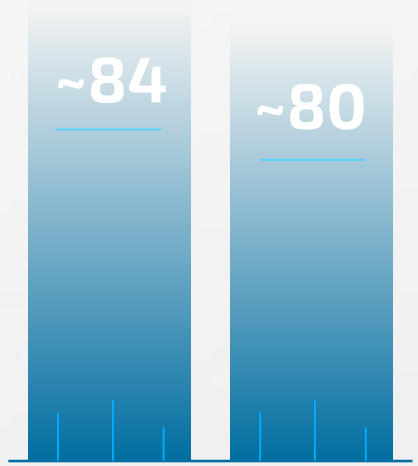
# ARPU Prime

ARPU estable parcialmente reinvertido en el ahorro del cliente

## ARPU Prime: desglose ilustrativo
(€)



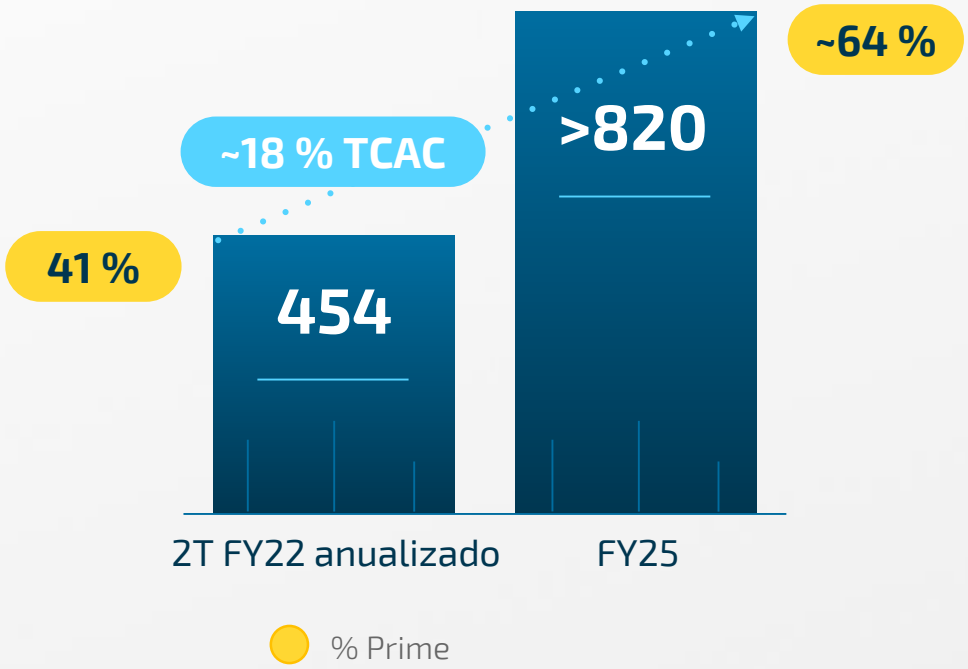

## ARPU Prime: evolución
(€)




- **Precio de suscripción:** relativamente similar en todas las regiones
- **Diversificación y otros ingresos:** ingresos adicionales además del billete de avión (equipaje adicional, selección de asientos, comida en vuelo, hoteles, coches, etc.)
- **Descuento a clientes:** descuentos otorgados a los miembros de Prime que nos permiten ofrecer los mejores precios del mercado
- **Proveedores:** consiste en incentivos de proveedores e iniciativas de pago

# El Margen sobre Ingresos Cash se basará principalmente en las suscripciones

## Margen sobre Ingresos Cash (mill. €)



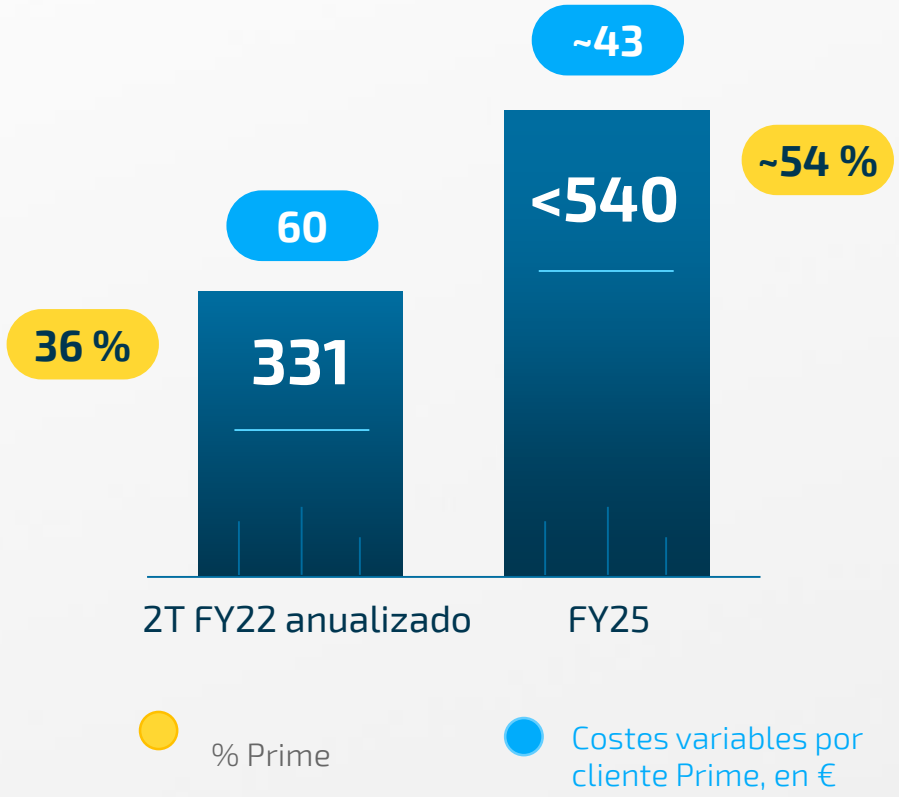

- Crecimiento del Margen sobre Ingresos Cash impulsado por un aumento del volumen, a medida que más usuarios se suscriben a Prime gracias a la funcionalidad de la plataforma y a las ofertas de producto
- Los ingresos adicionales de los clientes recurrentes se reinvierten en la plataforma Prime
- Generación de ingresos recurrentes y resistentes con fundamento en nuestro modelo basado en las suscripciones



Nota: TCAC suponiendo un periodo de 3,5 años desde mediados del ejercicio fiscal 2022 hasta el ejercicio fiscal 2025.

# C Costes variables

## Costes variables (en millones de euros)

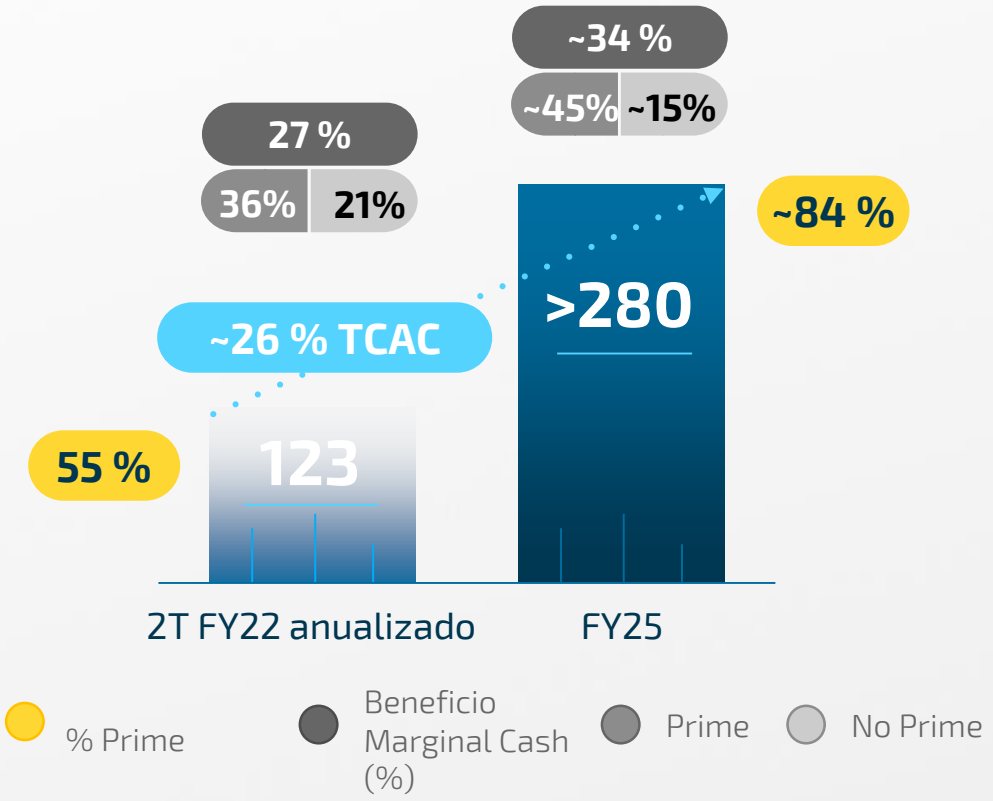



- Los costes de adquisición por cliente Prime disminuyen con el tiempo dados los menores costes asociados a la renovación frente a los costes de adquisición de nuevos clientes
- Se supone que los costes unitarios por reserva del servicio de atención telefónica y comerciales se mantienen estables en el tiempo para garantizar la máxima calidad de servicio

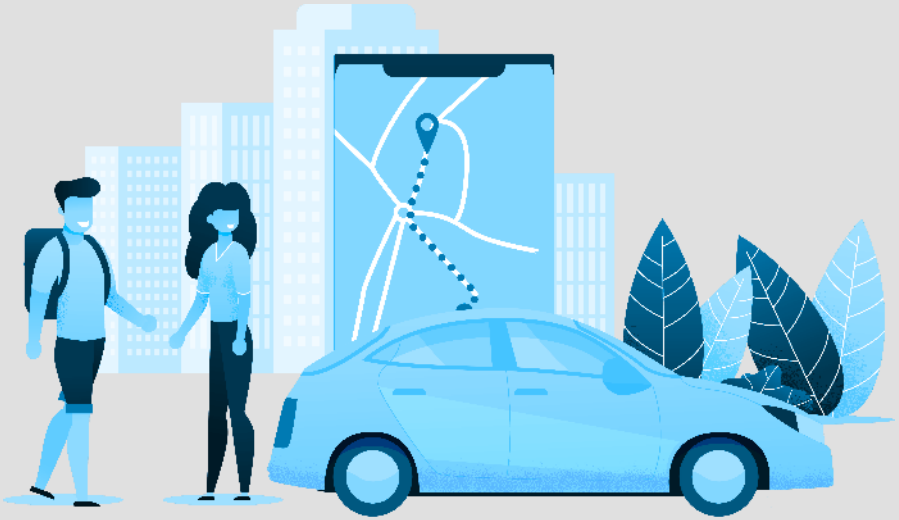


# Incremento del Beneficio Marginal Cash por el crecimiento de la base de clientes fidelizados

## Beneficio Marginal Cash (en millones de euros)




- A medida que aumenta la base de suscriptores de Prime, los costes de adquisición (como % de los ingresos) disminuyen gracias a los clientes habituales
- eDO se beneficiará de la adaptabilidad de la plataforma cuando se haya avanzado más en el cambio a un modelo de suscripción, lo que se traducirá en un mayor crecimiento del margen

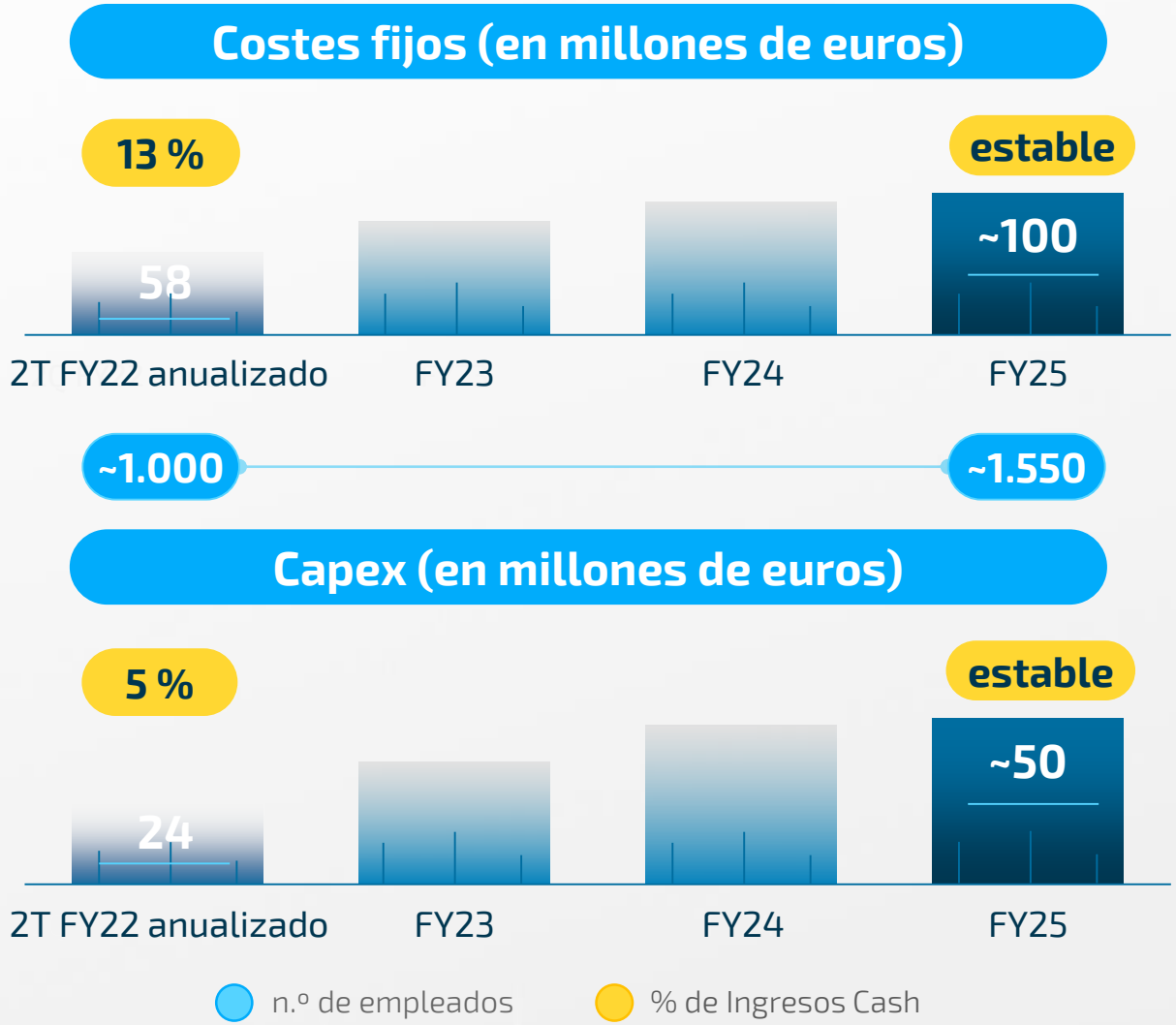


Nota: TCAC suponiendo un periodo de 3,5 años desde mediados del ejercicio fiscal 2022 hasta el ejercicio fiscal 2025.

D

# Inversión de capital

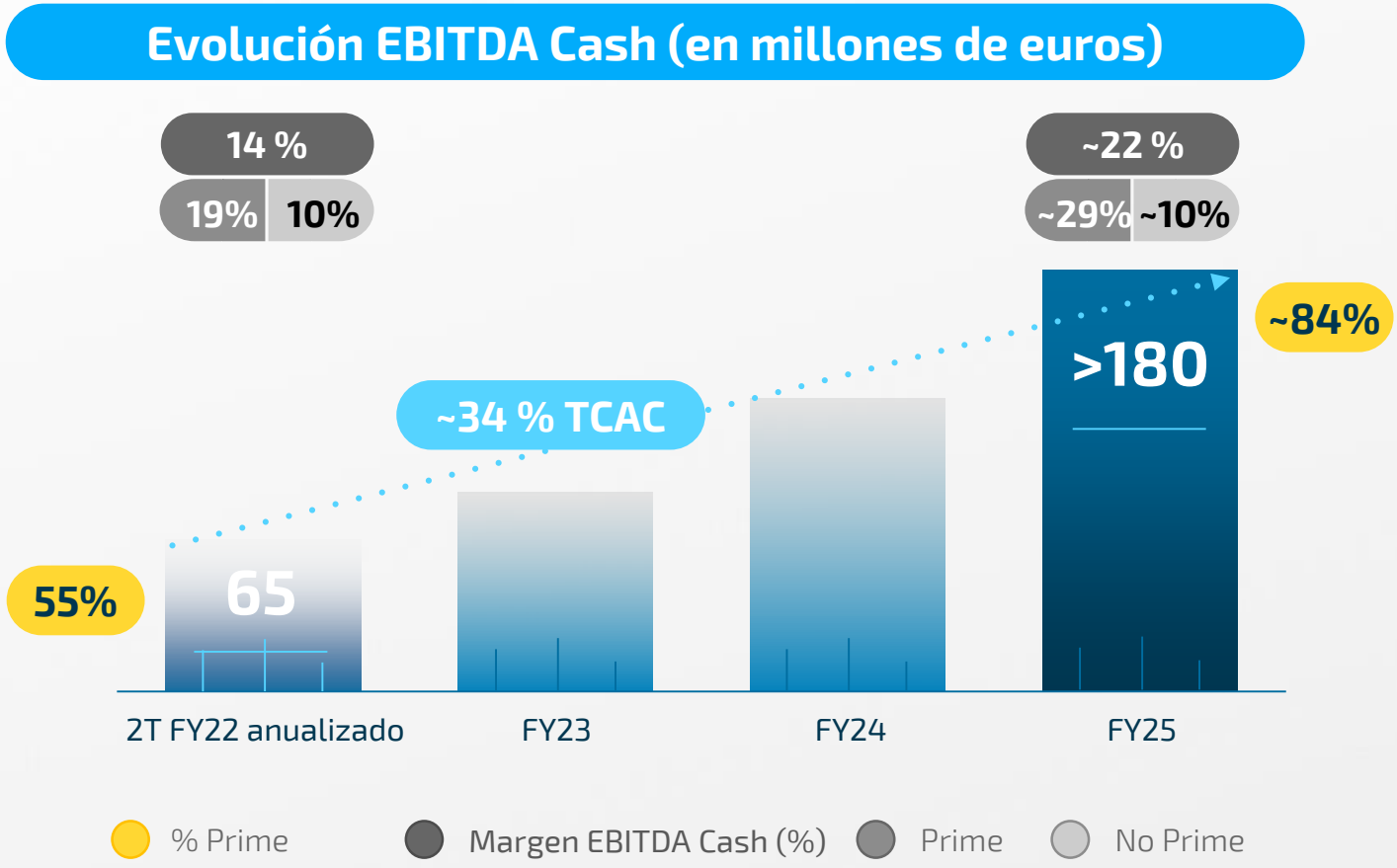
Invertir para aprovechar más oportunidades de crecimiento en Prime




- Inversión en TI y en la plantilla de eDO, que representa el principal componente de los costes fijos
- Inversión adicional para ampliar la plataforma Prime a nuevas áreas geográficas (equipos locales, infraestructura, etc.)
- Mejora continua de la plataforma Prime, en particular en materia de conectividad y pagos, y en apoyo a una mayor expansión geográfica y nuevos desarrollos de productos

# EBITDA Cash

El modelo de negocio Prime se traduce en una mayor rentabilidad

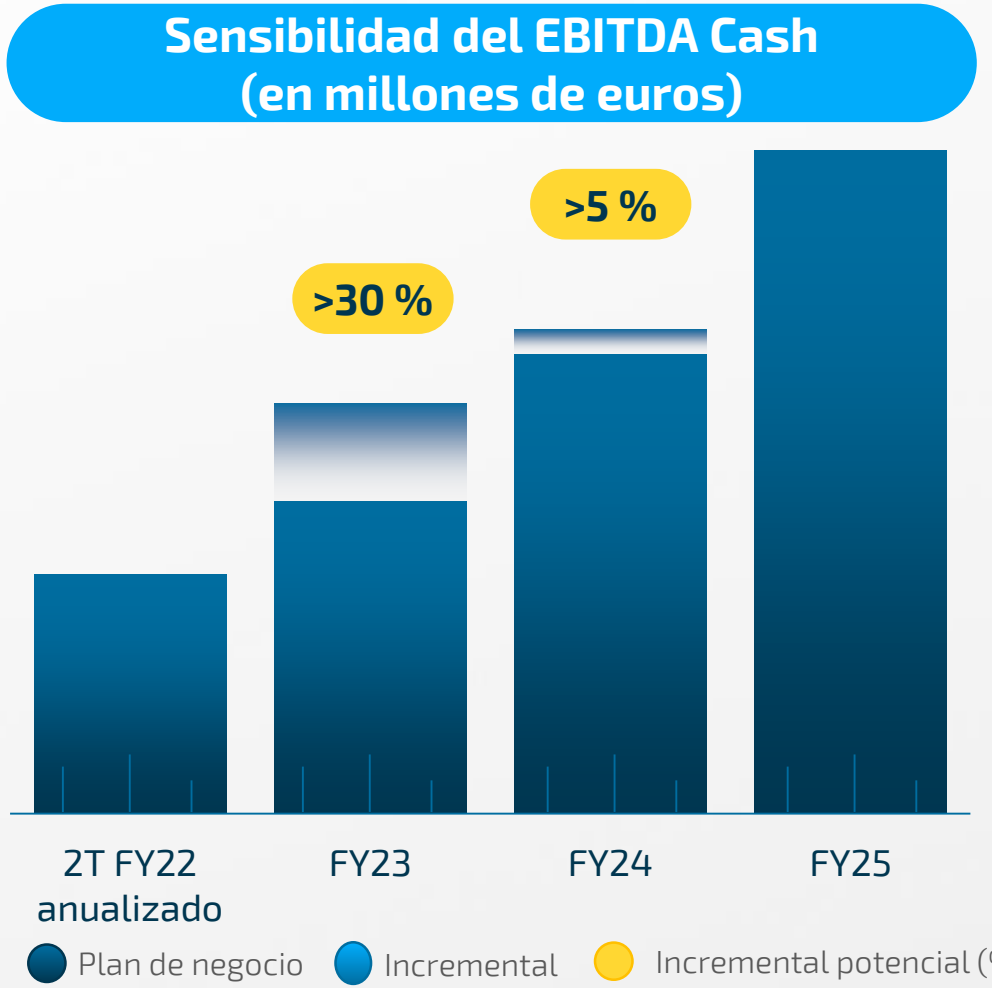



- Considerable incremento de los miembros de Prime (>7,25 mill. en el ejercicio fiscal 2025)
- ARPU Prime estable y moderado durante todo el periodo
- Incremento del compromiso de los clientes y de su adhesión (*stickiness*)
- Mayor repetición de reservas en la plataforma Prime
- Economías de escala en la plataforma informática

Nota: TCAC suponiendo un periodo de 3,5 años desde mediados del ejercicio fiscal 2022 hasta el ejercicio fiscal 2025.

# Sensibilidad del EBITDA Cash respecto al escenario básico

Incremento del EBITDA Cash basado en la evolución de la combinación de ventas




- La pandemia ha cambiado la combinación de ventas (número de pasajeros, tipo de trayecto, precio del proveedor, billete de ida y vuelta o de ida), lo que ha conllevado un total de ventas brutas por reserva más bajo
- El plan de negocio supone la recuperación a los niveles previos a la pandemia en el ejercicio fiscal 2025
- La sensibilidad muestra el impacto de una recuperación más rápida de los ingresos por reserva en FY23 y FY24



# Inversiones que generan valor realizadas para acelerar el programa Prime

La inversión en captación de clientes es un impulsor rentable para atraer nuevos suscriptores...

**Ratio LTV/CAC de Prime***




- La inversión en adquisición de clientes genera un rendimiento significativo a largo plazo
- La reducción inicial del margen se recupera en forma de más miembros utilizando la plataforma Prime y los correspondientes ingresos medios por usuario (ARPU) por miembro de Prime superiores tras la inversión



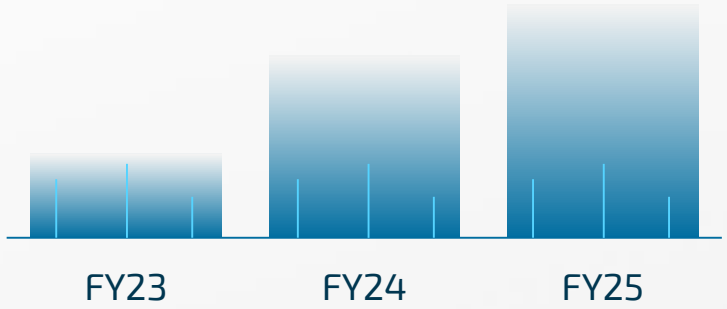
* Ratio basado en la relación LTV/CAC de los principales mercados europeos de eDO (FR, SP, IT, DE, UK)

# Inversiones que generan valor realizadas para acelerar el programa Prime

...junto a una inversión de capital para garantizar un crecimiento sostenible

## La inversión para la aceleración de Prime*...

**∑FY23-25 < 105 MILL. €**




## ...generará un mayor crecimiento para eDO

Beneficio Marginal Cash adicional FY25

**>70 MILL. €**

Miembros de Prime adicionales FY25

**>1,8 MILL.**

- La plataforma existente está lista para una mayor expansión con inversiones selectivas (lo que ralentizará el crecimiento del EBITDA a corto plazo)
- El sólido historial de la compañía demuestra sus competencias para lanzar con éxito nuevos conceptos / productos y destaca la capacidad de eDO para ofrecer un importante retorno de la inversión

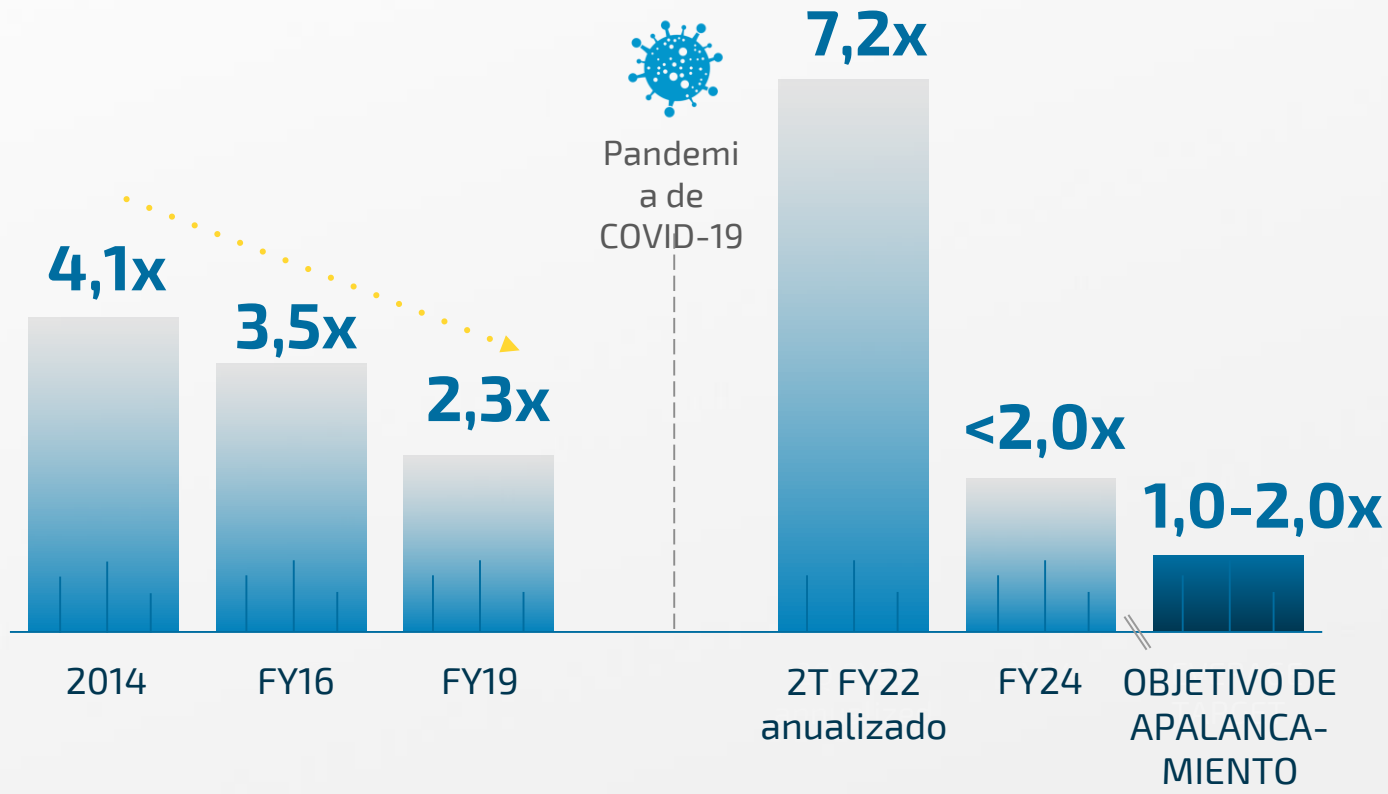



* Inversión = inversión adicional en capex + costes fijos para la aceleración de Prime

# Perfil de apalancamiento de eDO

Sólido historial de desapalancamiento

## Perfil de apalancamiento (DN / EBITDA Cash)




- eDO había demostrado una sólida capacidad de desapalancamiento hasta la pandemia
- Una importante generación de flujo de caja permite realizar inversiones en Prime y al mismo tiempo mantener un sólido perfil de desapalancamiento
- Sólida posición de liquidez >100 mill. € (actual)
- Objetivo de apalancamiento moderado a largo plazo de 1,0-2,0x

Nota: Ratio de apalancamiento del 2T FY22 calculado como deuda neta del 2T FY22 / EBITDA del 2T FY22 anualizado

# ¿Qué necesitamos para cumplir nuestros planes?

Hipótesis conservadoras para alcanzar nuestros objetivos

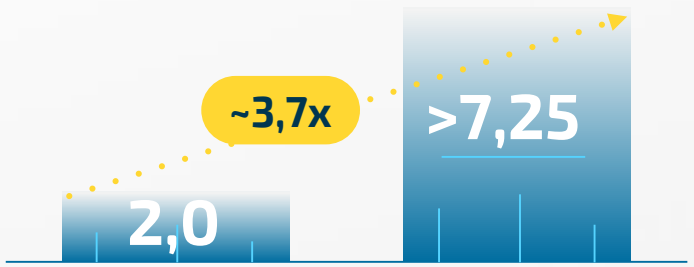
| | |
|---|---|
| **Recuperación mercado** de los viajes aéreos | Se espera la recuperación en FY24/25, lo que ofrece un amplio margen para la recuperación |
| **Cuota de mercado** en el mercado aéreo europeo | Se espera que alcance el 6,3 % en el año fiscal 2025 desde el 5,5 %* actual (y el 3,5 % en el año 2020)… …respaldada por una penetración implícita razonable en comparación con otros modelos basados en las suscripciones (el 4,4 % de los hogares y el 3,3% de las personas que viajan por turismo**) |
| **ARPU Prime** | Con cautela, sin asumir ningún aumento del ARPU (ARPU a unos 80 €) |
| **Repetición** miembros de Prime | Mayor tasa de repetición a través de canales baratos, reducción considerable del coste de adquisición en línea con la experiencia actual según la cual la repetición se produce en canales baratos |
| **ROI** | Mayor rentabilidad, ya que la necesidad de invertir en la captación de clientes y más descuentos con el tiempo se diluye en una base de clientes de mayor tamaño |
| **Facilitadores** | Contratación e integración de unos 500 nuevos empleados para impulsar el crecimiento de la plataforma |

* ESTIM. 2021, estimaciones de eDO
**Principales mercados europeos: FR, ES, IT, DE, UK
Fuente: One World in Data, PhocusWright, datos de la empresa, Statista, Eurostat, Office of National Statistics del Reino Unido

# En definitiva, una importante creación de valor para eDO lograda a través de Prime

## Mayor base de clientes fidelizados

**N.º de suscriptores Prime**




Aceleración de la base de suscriptores de Prime

## Costes de adquisición más bajos, lo que genera un mayor LTV y rendimientos atractivos

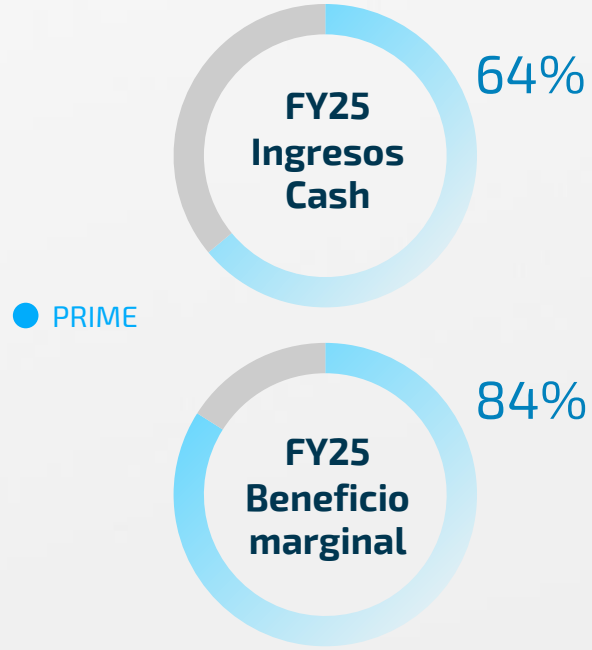
**LTV a 24 meses indexado**




**LTV/CAC 2x-3x**

LTV mucho mayor, con un ratio LTV/CAC atractivo

## Reducción significativa del riesgo por el cambio al modelo de negocio de suscripción




Cambio a un modelo basado en las suscripciones

*A 12 de noviembre de 2021 **A finales del ejercicio fiscal de 2025 (FY por sus siglas en inglés)
Nota: LTV calculado a partir de datos de renovación, repetición y rentabilidad (en €), indexado con el LTV de No Prime a 24 meses

# DÍA DEL INVERSOR **2021**

eDreams ODIGEO