



Nota de prensa

Amadeus presenta los resultados del primer semestre de 2013

Los negocios de distribución y soluciones tecnológicas siguen creciendo

Datos principales del primer semestre de 2013 (periodo de seis meses cerrado el 30 de junio de 2013), en tasa interanual:

- Los ingresos ordinarios crecieron un 5,7%, hasta los 1.595,1 millones de euros
- El EBITDA aumentó un 6,3%¹, hasta los 645,9 millones de euros
- El beneficio ajustado² se incrementó un 5,2%, hasta situarse en 349,6 millones de euros
- La cuota mundial de reservas aéreas realizadas a través de agencias de viajes³ aumentó 1,7 puntos porcentuales, hasta el 40,0%
- El volumen de pasajeros embarcados⁴ creció un 9,7%, hasta los 284,1 millones

2 de agosto de 2013: Amadeus IT Holding, S.A. (Amadeus: "AMS.MC"), la sociedad dominante de Amadeus IT Group, S.A., proveedor tecnológico de referencia para la industria mundial del viaje, anuncia hoy sus resultados financieros y de explotación para el primer semestre de 2013 (periodo de seis meses cerrado el 30 de junio de 2013) y su correspondiente evolución interanual.

El beneficio ajustado creció un 5,2% en el primer semestre, hasta alcanzar los 349,6 millones de euros. A este crecimiento contribuyó la mejora de los ingresos, que aumentaron un 5,7% hasta los 1.595,1 millones de euros, y del EBITDA, que incrementó un 6,3% hasta situarse en 645,9 millones de euros.

La deuda financiera neta consolidada a 30 de junio de 2013 (según la definición contenida en el Contrato de Financiación *Senior*) se situó en 1.319,8 millones de euros. Esta cifra supone una reducción de 175,4 millones de euros respecto a la deuda registrada a 31 de diciembre de 2012. De igual modo, representa un ratio de endeudamiento equivalente a 1,15 veces el EBITDA de los últimos doce meses.

Tanto el negocio de distribución como el de soluciones tecnológicas mantuvieron su constancia de crecimiento. En el negocio de distribución, los ingresos crecieron un 5,0%, hasta los 1.215,6 millones de euros, y el volumen de reservas aéreas realizadas por las agencias de viajes subió un 5,8%, hasta los 233,1 millones, debido fundamentalmente al alza en su cuota de mercado. Amadeus aumentó su cuota de mercado mundial de reservas aéreas realizadas a través de agencias de viajes³ en 1,7 puntos porcentuales, hasta alcanzar el 40,0%. En el negocio de soluciones tecnológicas, los ingresos crecieron un 8,0% hasta alcanzar los 379,5 millones de euros, gracias a las nuevas migraciones de aerolíneas a la plataforma Altéa, que se tradujeron en un aumento del 9,7% en el número de pasajeros embarcados⁴, hasta los 284,1

¹ Cifras de 2012 ajustadas para excluir gastos extraordinarios relacionados con la OPV.

² Excluido el efecto neto de impuestos de las siguientes partidas: (i) la amortización relacionada con la asignación del precio de adquisición al inmovilizado (PPA) y las pérdidas por deterioro del inmovilizado; (ii) las variaciones en el valor razonable y costes de cancelación de los instrumentos financieros y las diferencias positivas / (negativas) de cambio no operativas; y (iii) las partidas extraordinarias relacionadas con la venta de activos y participaciones accionariales y, en 2012, con la OPV.

³ Las cifras de cuota de mercado están basadas en reservas aéreas procesadas por los GDS y, por lo tanto, no incluyen las reservas aéreas procesadas por los operadores regionales (principalmente en China, Japón, Corea del Sur y Rusia) ni las reservas de otros tipos de productos de viaje procesadas por los GDS, tales como habitaciones de hotel, alquiler de coches y billetes de tren.

⁴ Pasajeros embarcados (PB): pasajeros reales embarcados en vuelos operados por aerolíneas que utilizan como mínimo nuestros módulos de gestión de reservas (Altéa Reservation) y de gestión de inventario (Altéa Inventory). El número de PB es un parámetro fundamental en los ingresos transaccionales del negocio de soluciones tecnológicas de Amadeus.

millones. Teniendo en cuenta los contratos actuales, Amadeus estima que el número de pasajeros embarcados a través de su plataforma Altéa superará los 800 millones⁵ en 2015, lo que supondría un incremento del 42% respecto a los pasajeros embarcados en 2012.

El sólido crecimiento interanual de los resultados tanto del primer como del segundo trimestre respaldó la evolución financiera en la primera mitad del año. Respecto al segundo trimestre, el beneficio ajustado incrementó un 5,4%, hasta los 173,4 millones de euros, los ingresos crecieron un 7,4%, hasta los 800,1 millones de euros y el EBITDA aumentó un 7,4%, hasta los 322,5 millones de euros.

Dos agencias de calificación crediticia mejoraron la calificación de Amadeus durante el segundo trimestre. Moody's Investors Service elevó de «Baa3» a «Baa2» la calificación de la deuda a largo plazo y la deuda *senior* no garantizada de la compañía. Standard & Poor's aumentó la calificación de «BBB-» a «BBB» para la deuda a largo plazo y de «A-3» a «A-2» para la deuda a corto plazo. Ambas agencias mantuvieron la perspectiva estable para Amadeus.

Luis Maroto, President & CEO de Amadeus, señaló:

«Los resultados anunciados subrayan la constancia de nuestro éxito en la concepción y el desarrollo de tecnología rentable y eficiente que beneficia a nuestros clientes. A pesar de la considerable complejidad tecnológica de este sector y de los desafíos económicos que plantea, nuestra capacidad de innovación ayuda a nuestros clientes a seguir adaptándose y compitiendo.»

Una vez más, hemos incrementado la cuota de mercado del negocio de distribución: 1,7 puntos porcentuales más, alcanzando el umbral del 40% y procesando un 4,7% más de reservas. También una vez más, el negocio de soluciones tecnológicas registró un crecimiento, con un aumento del 9,7% en el volumen de pasajeros embarcados. Los ingresos ascendieron un 5,7% y el EBITDA, un 6,3%. Pero lo más relevante es que seguimos registrando una trayectoria constante en el crecimiento del beneficio ajustado, que aumentó un 5,2% en el semestre, hasta alcanzar los 349,6 millones de euros.

Nuestra inversión permanente en la evolución de producto y la ampliación de nuestra cartera ha sido determinante en nuestro crecimiento y nos ha permitido ganar clientes, como los aeropuertos de Múnich y Copenhague con los que firmamos acuerdos recientemente. Nuestra innovación en soluciones personalizadas también impulsó la retención de clientes, como demuestra el nuevo acuerdo con American Airlines.

Por todo esto, mantenemos nuestro compromiso de invertir en I+D para crecer. En el negocio de distribución, donde somos pioneros en soluciones de comercialización y motores de búsqueda de última generación y que sigue ofreciendo oportunidades reales. En el negocio de soluciones tecnológicas para aerolíneas, en el que estamos ampliando nuestra cartera, tanto para realizar ventas incrementales como para atraer nuevos clientes con soluciones de contabilidad de ingresos, gestión de ingresos y fidelización de clientes. Además, existen otras áreas que también ofrecen un fascinante potencial, como las soluciones tecnológicas para aeropuertos, empresas ferroviarias y hoteles.

Estamos trabajando intensamente para nuestros clientes con el objetivo de asegurar que este éxito se repita durante el resto del año».

⁵ Estimación de pasajeros embarcados en 2015 calculada aplicando las proyecciones de crecimiento regional de la IATA a las últimas cifras disponibles de pasajeros embarcados, basadas en fuentes públicas o información interna (en caso de que la aerolínea ya esté integrada en nuestra plataforma).

Información financiera resumida Cifras en millones de euros	Ene-Jun 2013	Ene-Jun 2012¹	% change
Principales indicadores de negocio			
Cuota de mercado en reservas aéreas a través de agencias de viajes	40,0%	38,3%	1,7 p.p.
Reservas aéreas a través de agencias de viajes (millones)	233,1	220,3	5,8%
Reservas no aéreas (millones)	31,0	31,9	(2,8%)
Reservas totales (millones)	264,1	252,2	4,7%
Pasajeros embarcados (millones)	284,1	259,0	9,7%
Resultados			
Ingresos de Distribución	1.215,6	1.157,4	5,0%
Ingresos de Soluciones tecnológicas	379,5	351,4	8,0%
Ingresos	1.595,1	1.508,9	5,7%
Contribución del negocio de Distribución ⁽²⁾	565,3	546,6	3,4%
Contribución del negocio de Soluciones tecnológicas ⁽²⁾	266,2	245,2	8,6%
Contribución	831,5	791,8	5,0%
Costes indirectos netos ⁽²⁾	(185,6)	(184,3)	0,7%
EBITDA	645,9	607,5	6,3%
Margen de EBITDA (%)	40,5%	40,3%	0,2 p.p.
Beneficio del periodo ajustado ⁽³⁾	349,6	332,4	5,2%
BPA ajustado ⁽⁴⁾	0,79	0,75	5,2%
Flujos de efectivo			
Inversiones en inmovilizado	207,1	147,8	40,1%
Flujos de efectivo operativos antes de impuestos ⁽⁵⁾	402,2	443,7	(9,4%)
	30/06/2013	31/12/2012	% change
Endeudamiento ⁽⁶⁾			
Deuda Financiera Neta según Contrato de Financiación	1.319,8	1.495,2	(11,7%)
Deuda Financiera Neta según Contrato de Financiación / EBITDA de los últimos 12 m según Contrato de Financiación	1,15x	1,34x	

¹ Cifras ajustadas que excluyen gastos extraordinarios relacionados con la OPV.

² Las cifras de 2013 reflejan las nuevas normas de asignación de costes entre los diferentes segmentos de negocio adoptadas desde el 1 de enero de 2013 (véase nota en el apartado 6 de la página 27 del Resumen del primer semestre). A los efectos de facilitar la comparación, las cifras de 2012 han sido reformuladas.

³ Excluido el efecto neto de impuestos de las siguientes partidas: (i) la amortización relacionada con la asignación del precio de adquisición al inmovilizado (PPA) y las pérdidas por deterioro del inmovilizado; (ii) las variaciones en el valor razonable y costes de cancelación de los instrumentos financieros y las diferencias positivas (negativas) de cambio no operativas; y (iii) las partidas extraordinarias relacionadas con la venta de activos y participaciones accionariales y, en 2012, con la OPV.

⁴ Ganancias por acción correspondientes al beneficio ajustado atribuible a la sociedad dominante. Cálculo basado en el número medio ponderado de acciones en circulación en el periodo.

⁵ Calculado como EBITDA menos inversión en inmovilizado más variaciones en el capital circulante.

⁶ Cálculo basado en la definición contenida en el Contrato de Financiación Senior.

Actividades más destacadas del segundo trimestre de 2013

NEGOCIO DE DISTRIBUCIÓN

Aerolíneas

Como parte de nuestro continuo esfuerzo en materia de inversión para garantizar el acceso a nuestras agencias clientes de todo el mundo a una completa gama de tarifas, horarios y disponibilidad, se firmaron y renovaron varios acuerdos de distribución de contenido con American Airlines, **BQB Líneas Aereas**, **Cyprus Airways**, **Eva Airways** y su filial nacional y regional **UNI Airways**, **Porter Airlines**, **Thai Airways** y su filial **Thai Smile**. Más del 80% de las reservas gestionadas a través de Amadeus en todo el mundo se realizan en aerolíneas que tienen suscritos acuerdos de distribución con nosotros.

Además, se firmaron nuevos acuerdos de distribución mundial con aerolíneas como **Air Bagan**, **Air Lituanica** o **StarPerú**, facilitando a las agencias de viajes en todo el mundo el acceso a la oferta de estas líneas aéreas a través del sistema Amadeus.

Las reservas en aerolíneas de bajo coste siguieron siendo una fuente importante y constante de crecimiento. En términos interanuales, las reservas totales en aerolíneas de bajo coste realizadas por agencias de viajes a través de Amadeus aumentaron un 31,3% en el segundo trimestre y un 25,9% durante el primer semestre del año.

Amadeus anunció que desarrollará un protocolo de conectividad XML integral basada en API entre Amadeus y la interfaz de American Airlines, consolidando así nuestro liderazgo en el próspero segmento de las soluciones de comercialización para aerolíneas. Una vez en marcha, esta nueva conectividad XML facilitará una distribución más amplia de servicios complementarios (*ancillary services*), ofertas personalizadas en tiempo real y mejores soluciones de comercialización, como por ejemplo la posibilidad de reservar Main Cabin Extra, la categoría de asientos *premium* de American Airlines.

La solución Amadeus Airline Ancillary Services siguió creciendo gracias a que 28 de nuestras aerolíneas clientes optaron por utilizarla para el canal indirecto (a través del sistema Amadeus). De estas aerolíneas, un total de 15 ya están vendiendo servicios complementarios utilizando la tecnología de Amadeus. Actualmente, además, las agencias de viajes utilizan esta solución para vender servicios complementarios en 45 países. Esta solución permite a las aerolíneas vender cualquier servicio a cualquier usuario en el contexto apropiado, ya que maximiza las oportunidades de venta, optimiza la variedad y el valor de la oferta para los clientes y, por último, contribuye a aumentar los beneficios.

Agencias de viajes y plataformas de distribución de viajes en Internet

CheapAir.com, la agencia de viajes *online* con sede en EE. UU., implantó la tecnología Amadeus Extreme Search para impulsar su conocida función Deal Finder, que permite a los usuarios introducir su ciudad de residencia y visualizar instantáneamente las tarifas aéreas más económicas disponibles de hasta 168 de los destinos nacionales e internacionales más demandados. Amadeus Extreme Search es una exclusiva e intuitiva solución de compra para agencias de viajes *online* que revoluciona la forma en que los viajeros buscan vuelos a través de Internet.

Además, Amadeus siguió firmando un gran número de contratos con agencias de viajes pequeñas y medianas. Destacamos de forma especial la región de Asia-Pacífico, que contribuyó al incremento de la cuota de mercado mundial durante el periodo, con nuevos clientes como Destination Specialists (Cebu) y **Uni-Orient Travel**.

Hoteles

La distribución de reservas hoteleras siguió creciendo a un ritmo constante, a medida que el ratio «vuelos-hotel» (o *attachment rate*, relación entre las reservas aéreas y las reservas hoteleras asociadas) de las agencias de viajes de empresa registra un incremento del 7,7% en lo que va de año. Este importante ratio

informa sobre el número de reservas hoteleras vinculadas a reservas de vuelos y ha crecido gracias a los últimos programas de Amadeus centrados en la integración de contenido y la adopción de la tecnología por parte de los usuarios. Por ejemplo, hemos incorporado consolidadores de hoteles y marcas adicionales a nuestro inventario hasta elevar el número de establecimientos hoteleros disponibles a más de 300.000. Además, están en negociaciones un gran número de incorporaciones adicionales.

SOLUCIONES TECNOLÓGICAS

Air Dolomiti, la aerolínea italiana que forma parte del Grupo Lufthansa, contrató los módulos Altéa Reservation y Altéa Inventory, los dos primeros componentes de Amadeus Altéa Suite, la plataforma integrada de gestión de pasajeros para líneas aéreas.

Teniendo en cuenta los contratos actuales, Amadeus estima que el número de pasajeros embarcados a través de su plataforma Altéa superará los 800 millones en 2015, lo que supondría un incremento de casi el 42% respecto a los 564 millones de pasajeros embarcados en 2012 (una tasa de crecimiento anual compuesto de alrededor del 12,5%).

Un gran número de aerolíneas clientes migró sus sistemas al módulo Altéa Departure Control System (DCS), tales como **Aigle Azur**, **Air Astana**, **Air Corsica**, **Air France-KLM** y sus filiales, **Air Greenland**, **Bulgaria Air**, **Scandinavian Airlines (SAS)** y su filial **Wideroe's Flyveselskap**, **Singapore Airlines** y su filial **SilkAir**, así como **Ural Airlines**.

Partiendo del histórico acuerdo con Scandinavian Airlines (SAS) —la principal aerolínea de la región y compañía de bandera de Dinamarca, Noruega y Suecia—, se estableció una alianza estratégica a largo plazo por la que SAS migrará sus sistemas a Altéa Revenue Management, la nueva tecnología de Amadeus para la gestión de ingresos. Esta solución reduce considerablemente el procesamiento de datos, una tarea a menudo tediosa que ralentiza las operaciones de gestión de ingresos. Además, ofrece a las aerolíneas que alojan sus sistemas en la plataforma Altéa una ventaja única con respecto a sus competidores: un acceso ininterrumpido a tarifas, horarios, registros de pasajeros (PNR), billetes e ingresos, así como a datos del sistema de control de salidas. Poco después del anuncio, SAS y su filial Wideroe's Flyveselskap se convertían en los socios de lanzamiento de la nueva solución Amadeus Altéa Revenue Management, que incorpora la capacidad de gestión basada en datos sobre origen y destino. Las aerolíneas implantarán la solución a principios de 2015. Además, Amadeus abrirá un Centro de Competencia especializado en la gestión de ingresos en Copenhague (Dinamarca) en el que más de 20 empleados de SAS —muchos de ellos reconocidos expertos a escala mundial en este campo— pasarán a formar parte de Amadeus.

Air France-KLM, el destacado grupo de aerolíneas franco-holandés, firmó un acuerdo a largo plazo de comercio electrónico por el cual utilizará la tecnología de reserva de Amadeus durante cinco años más en sus portales nacionales e internacionales. Gracias a nuevas oportunidades de venta adicionales, se consiguieron otros nuevos clientes para la cartera de soluciones tecnológicas independientes. Por ejemplo, se firmaron contratos con nuevas aerolíneas para el uso del estándar de comunicación electrónica para el sector del viaje —Electronic Miscellaneous Document (EMD)—, como fue el caso de Air Dolomiti, **Egyptair** y **Norwegian**. También se firmaron contratos para otras soluciones, como Award Shopper, e-Commerce, Revenue Availability, Amadeus Ticket Changer Disruption y Enhanced Baggage Policy.

Amadeus siguió ampliando su presencia en Norteamérica con la apertura de un nuevo centro para el área de soluciones tecnológicas para aerolíneas en Dallas (Texas, EE. UU.). Las aerolíneas estadounidenses y canadienses clientes —como Southwest Airlines— se beneficiarán de una mayor especialización y experiencia local en tecnología para su negocio. Así, Amadeus seguirá aportando su *know-how* y trayectoria como socio tecnológico de preferencia a aerolíneas de todo el mundo.

La provisión de soluciones tecnológicas para aeropuertos siguió representando una gran oportunidad de crecimiento para Amadeus y en junio se anunció el lanzamiento de una nueva gama de soluciones para operadores aeroportuarios. En este área, destacan los acuerdos con los aeropuertos de **Múnich** y **Copenhague**, en virtud de los cuales Amadeus colaborará ellos para desarrollar e implantar dos nuevas soluciones tecnológicas: Amadeus Airport Sequence Manager, que optimiza la secuencia de despegue y

proporciona información situacional común a todos los agentes que participan en las operaciones del aeropuerto, y Amadeus Airport Fixed Resource Optimiser, diseñada para determinar la mejor asignación posible de recursos fijos, según los horarios y las características de los vuelos y teniendo en cuenta los motores de negocio del aeropuerto y las aerolíneas. El enfoque comunitario que Amadeus aplica a la tecnología ha mejorado la forma en que las aerolíneas y las empresas de servicios de asistencia en tierra (*handling*) trabajan conjuntamente y, gracias a este lanzamiento, ahora los aeropuertos podrán formar parte de este enfoque integrado de las operaciones.

La cartera de soluciones para empresas de servicios de asistencia en tierra (Altéa Departure Control System (DCS) for Ground Handlers) siguió captando nuevos clientes: cuatro nuevas empresas firmaron acuerdos durante el segundo trimestre, elevando el número total a 26. Además, Aviator —la mayor empresa de servicios de *handling* de los países escandinavos— y **Alyzia** en París se convirtieron en las primeras dos empresas de este tipo en contratar la solución Altéa Self-Service Check-in.

OTRAS NOTICIAS DEL TRIMESTRE

La publicación de informes vanguardistas sobre el futuro de la industria del viaje se ha convertido en un elemento distintivo de Amadeus. Durante el semestre, dos nuevos estudios promovidos por la compañía contribuyeron a estimular el debate dentro y fuera del sector (ambos disponibles en la página *web* de Amadeus):

- El estudio realizado *At the Big Data Crossroads: turning towards a smarter travel experience* (*En la Encrucijada de Big Data: hacia una experiencia de viaje optimizada*) realizado por el Profesor Thomas H. Davenport de Harvard Business School examina la aparición de nuevas tecnologías y estrategias para gestionar el *Big Data*. Además, explica la forma en que el *Big Data* puede ser aprovechado para reenfoque los viajes hacia las necesidades y preferencias de los consumidores, en lugar de centrarse en los procesos de la industria. El estudio se basa en la profusa información aportada por directores de tecnología y expertos en *Big Data* de empresas de todo el mundo, tales como Air France-KLM, Cathay Pacific, Eurostar, Facebook, Frontier Airlines, KAYAK, Hoteles Marriott y el Aeropuerto de Múnich.
- Un nuevo estudio realizado a través de la herramienta de análisis Amadeus Air Traffic Travel Intelligence reveló que Asia es el mercado aéreo de mayor tamaño, el de más rápido crecimiento y el más competitivo. La herramienta, que forma parte de la cartera de soluciones de inteligencia de negocio de Amadeus, ofrece los cálculos más rigurosos del volumen de pasajeros para cualquier origen y destino del planeta. El estudio también apunta que el 22% de los vuelos del mundo se concentra en sólo 300 «super rutas», cada una de las cuales transporta a más de un millón de pasajeros al año.

Amadeus entró en el segmento de la fidelización de clientes de aerolíneas con la adquisición de **Hitit Loyalty**, la división de servicios de fidelización y gestión de relaciones con el cliente (CRM) de Hitit Computer Services, un proveedor con base en Turquía. Hitit Loyalty es líder en el segmento de los servicios de fidelización para aerolíneas en términos de clientes. La adquisición traerá consigo la integración completa de las actividades de fidelización de Hitit en la plataforma Altéa de Amadeus en 2013. Actualmente, más de la mitad de los clientes la división adquirida son usuarios de la plataforma Altéa de Amadeus.

Amadeus siguió demostrando su compromiso con las actividades de Responsabilidad Social Corporativa con su acuerdo con UNICEF para colaborar en la mejora de la calidad de vida de los niños en todo el mundo. La alianza permitirá a los proveedores y distribuidores de productos de viaje captar fondos para UNICEF ofreciendo a sus clientes la posibilidad de realizar microdonaciones al reservar viajes a través de Internet, mediante el uso de la tecnología desarrollada por Amadeus. El proceso de las microdonaciones será extremadamente sencillo y permitirá a los viajeros realizar fácilmente una donación a UNICEF al completar su proceso de compra *online*.

El **Banco Europeo de Inversiones (BEI)**, el organismo de la Unión Europea dedicado a la financiación a largo plazo, concedió a Amadeus un segundo préstamo de 150 millones de euros destinado a financiar las

actividades de I+D para diversos proyectos en el área de distribución entre 2013 y 2015. Este préstamo se suma a otro anterior, por valor de 200 millones de euros, que el BEI concedió a Amadeus en mayo de 2012.

Además, durante el semestre, Amadeus devolvió —utilizando su efectivo disponible— los 106 millones de euros restantes de su préstamo puente (el tramo B del crédito *senior* firmado en mayo de 2011), que venció en mayo.

En la Junta General de Accionistas de la compañía celebrada en junio se aprobaron todas las propuestas presentadas por el Consejo de Administración. Entre ellas, se aprobó el dividendo total del ejercicio 2012, cuyo importe asciende a 223,8 millones de euros, un incremento del 35% respecto al ejercicio 2011. Además, representa un porcentaje de reparto del 45% del beneficio del ejercicio 2012, frente al 36% correspondiente al de 2011. El valor del dividendo bruto por acción fue de 0,50 euros, de los cuales se abonó un dividendo a cuenta de 0,25 euros en enero de 2013, pagándose el dividendo complementario por un importe bruto de 0,25 euros el 30 de julio de 2013 (fecha ex-cupón).

Como parte de su compromiso de comunicarse con todos sus grupos de interés, Amadeus publicó su *Informe Anual 2012* y su *Informe de Sostenibilidad 2012*. Este último informe, al que la **Global Reporting Initiative (GRI)** concedió el Nivel de Aplicación A+, analiza la repercusión económica, medioambiental y social del negocio de Amadeus, así como su contribución al cumplimiento de los objetivos en materia de sostenibilidad (Se puede consultar una versión interactiva de ambos documentos en la *web* de Amadeus tanto en inglés como en español).

Cláusula de exención de responsabilidad

Este informe financiero puede contener afirmaciones que no constituyen hechos históricos, como por ejemplo afirmaciones sobre crecimientos futuros previstos de los ingresos o el beneficio. Todas las afirmaciones de carácter prospectivo de este documento están basadas en la información de que dispone Amadeus en la fecha de su redacción. Las afirmaciones de carácter prospectivo entrañan riesgos e incertidumbres que pueden hacer que las circunstancias o los resultados reales difieran sustancialmente de los referidos en dichas afirmaciones. La compañía no se compromete a actualizar o revisar las afirmaciones de carácter prospectivo como resultado de nuevas informaciones, acontecimientos futuros u otros motivos. Se advierte a los lectores del riesgo que asumen en la toma de decisiones basada en afirmaciones de carácter prospectivo.

Notas a redactores

Amadeus es una compañía de referencia en la provisión de soluciones tecnológicas avanzadas para la industria de los viajes a nivel mundial. Entre los grupos de clientes de la compañía, destacan **proveedores** (aerolíneas, hoteles, compañías ferroviarias, líneas de ferry, etc.), **distribuidores de productos turísticos** (agencias y portales de viajes) y **compradores o usuarios de viajes** (empresas y viajeros particulares).

El grupo Amadeus cuenta con alrededor de 10.000 empleados en todo el mundo, distribuidos en sus sedes de Madrid (oficinas centrales), Niza (desarrollo) y Erding (operaciones), así como 73 organizaciones locales comerciales (ACO, Amadeus Commercial Organisations).

Amadeus aplica un **modelo de negocio basado en el procesamiento de transacciones**. En el ejercicio anual cerrado el 31 de diciembre de 2012, la compañía registró unos ingresos de 2.910,3 millones de euros y un EBITDA de 1.107,7 millones de euros.

Amadeus cotiza en la Bolsa de Madrid bajo el símbolo AMS.MC y forma parte del índice IBEX 35.

Si desea más información sobre Amadeus, visite www.amadeus.com

Datos de contacto:

Amadeus
Malek Nejjai
Tel.: +34 91 582 0160
Fax: +34 91 582 0188
mediarelations@amadeus.com

Grupo Albión (Madrid)
Alejandra Moore Mayorga
Sofía García
Tel.: +34 91 531 23 88
Fax: +34 91 521 81 87
sgarcia@grupoalbion.net
amoore@grupoalbion.net