

HECHO RELEVANTE

De conformidad con lo previsto en el artículo 82 de la Ley 24/1988, de 28 de julio, del Mercado de Valores, eDreams ODIGEO (la “**Sociedad**”) informa de la publicación de la **nota de prensa** que se adjunta a continuación y que contiene información relevante respecto a los resultados trimestrales del primer período finalizado a 30 de junio de 2015.

En Luxemburgo, a 27 de agosto de 2015

eDreams ODIGEO

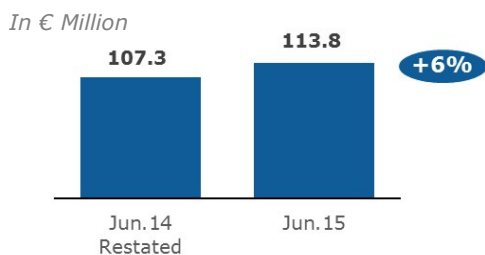
2015 FIRST QUARTER RESULTS (April – June)

eDreams ODIGEO met growth targets with a 6% rise in revenue margin, 4% more bookings, and an adjusted EBITDA of €22.4 million

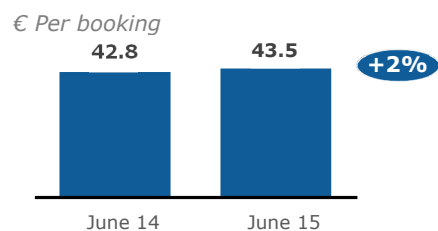
- Between April and June, the company registered 2.6 million bookings (+4%), which together with a 2% growth in revenue margin per booking, resulted in a revenue margin of €113.8 million (+6%)
- Flight and non-flight business has grown through an increased number of bookings and a higher revenue margin per booking. The revenue margin of each business grew by 6% and 7% respectively, while the non-flight business has increased its revenue margin per booking by a significant 12%
- Expansion markets continue to lead the growth in the company's business with a 21% increase in revenue margin
- Adjusted net income of €3.4 million, increasing 24% vs the same period last year.
- Strong cash flow performance with cash end of quarter up to €123.3 million
- Increased focus on mobile continues to attract a large share of our customers with 4.9 million mobile downloads (+73%)

Barcelona, August 27th, 2015 - eDreams ODIGEO (www.edreamsodigeo.com), one of the main distributors of online flights in the world, has closed the first quarter of its 2015-16 fiscal year, ending June 30th, with positive changes to its business figures. Bookings increased by 4% up to 2.6 million, accompanied by a 2% increase in revenue margin per booking. This resulted in a 6% growth of the consolidated revenue margin for a total of €113.8 million.

Evolution of revenue margin



Evolution of revenue margin per booking



The strong performance of both business areas, particularly non-flight, together with major continued growth outside of Europe and the increase in revenue margin per booking, have led to positive business figures and profitability, which are in line with the targets set for the 2015-16 fiscal year:

(In € million)	Q1 14-15 Actual	Q1 15-16 Actual	% YoY Change	Performance vs Annual Guidance
Bookings	2,510	2,618	+4%	In Line
Revenue margin	107.3	113.8	+6%	In Line
Adjusted EBITDA	22.2	22.4	+1%	In Line

Dana Dunne, CEO of eDreams ODIGEO, commented "We are satisfied with the performance in the first quarter, which recovers growth after a difficult year. We have made very good progress in continuing to deliver an enhanced customer experience and launching new products such as mobile, and this is laying strong foundations for our future growth".

Implementation of changes to the strategy

The company has a strong position reflected in its business model: a high volume of incoming traffic; a powerful and patented search engine that provides unique offers; international, local, and specialized knowledge; unique management of revenue and key business data; and a powerful search engine that is expanding (Liligo).

In order to uphold its strong leadership position and increase its performance, the company has adapted its strategy plans through the introduction of six key initiatives last June:

1. Optimizing **traffic sources** by reassessing the channel mix in order to focus on low-cost channels and customer retention.
2. Expanding the focus on the **mobile** network. This has attracted an increasingly higher percentage of customers.
3. Improving the **customer's experience from start to finish** by simplifying the user interface, resolving problem areas, and improving value and customer service.
4. Maintaining an **adjusted and agile model, with improved product quality**, by increasing our flexibility in order to adapt to the constantly changing environment in which we operate.
5. **Diversifying our revenue** by providing value-added products and services that increase the size of the shopping basket of products purchased by customers, while improving their experience.
6. **Promoting culture and talent** by creating a passionate and empowered organization that drives long-term success.

This new strategy is being executed in a plan that contains two phases. The first phase launched in the 2015-16 fiscal year is focused on short-term performance and includes:

1. Optimizing cost allocations in order to increase the number of customers
2. Improving customer loyalty by focusing on service
3. Expanding the mobile business and improving user experiences
4. Diversifying the revenue mix building on top of our strong flight business
5. Improving our corporate culture and talent

Those strategic actions have already shown positive results in several areas such as:

- a. Mobile: positive results are evident in the increase of mobile use by customers, which has been enabled through the introduction of a number of mobile developments.
 - Mobile downloads increased by 73% in Q1 2015-16 vs the same quarter of last year, by up to 4.9 million in total
 - 38% increase in the quarterly number of mobile bookings
 - Increase from 15% to 20% in share of mobile bookings (+29%)
- b. One Front implementations: one of the company’s biggest projects is to unify its Front-end Platforms which will lead to accelerated innovation and improvement in conversion rates. Deployment now covers 80% of total bookings coming from sites fully operational in the One Front platform and conversion has increased by more than 6% in Opodo and GoVoyages combined
- c. Dynamic Packages: The migration from the legacy platforms to new a booking engine which offers Dynamic Packages has driven growth:
 - More coverage: up from 23% in Q4 to 77% in Q1 2015-16
 - More conversion: Opodo sites see a conversion improvement in Q1 year over year, with over 10% more conversions following the move to the new booking engine.

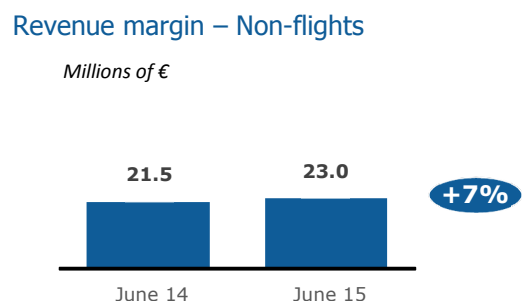
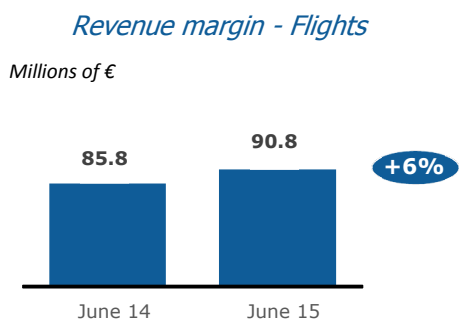
2015-16 Outlook

For the 2015-16 fiscal year, the company is maintaining the targets announced in June with more than 9.7 million bookings, a revenue margin higher than €436 million, and an adjusted EBITDA of €91-94 million.

Results by business area: flight vs. non-flight

From April to June the company continued to improve its revenue margin in the flight business, which amounted to €90.8 million. This represented a growth of 6%, generated by an increase in bookings of 5% and a 1% increase in revenue margin per booking.

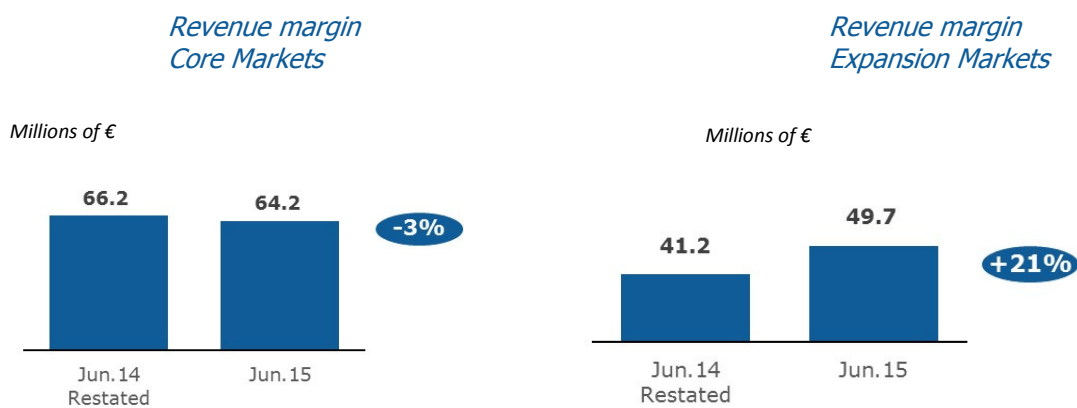
In addition, non-flight businesses (hotels, car rentals, dynamic packages, other) continued to show healthy growth rates and contributed to 20% of the group’s overall revenue margin. The growth for this business was 7%, with a revenue margin per booking increase of 12% which offset a slight decrease of 4% in bookings.



Results by geographic region

The company's solid performance in the first quarter 2015-16 fiscal year was driven by growth in bookings, revenue margin per booking, and the strong performance of our expansion markets (including some large markets like the UK and Germany) that are growing both in revenue margin and bookings by 21% and 26%, respectively.

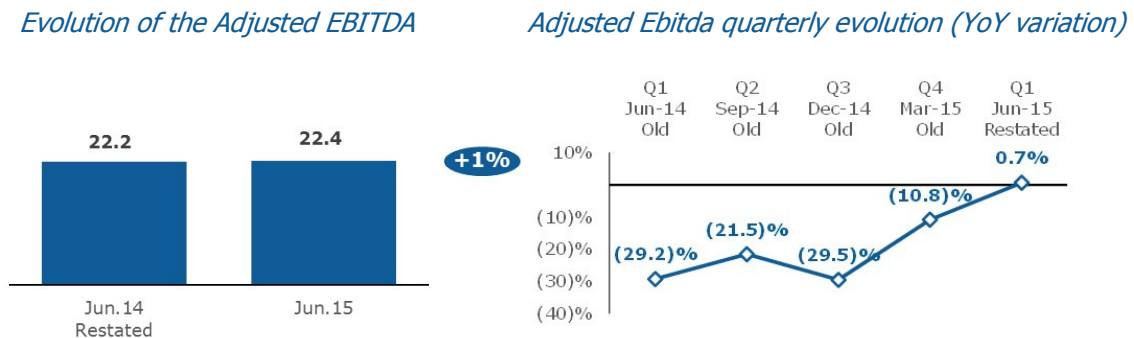
In the Core markets of eDreams ODIGEO (Spain, France & Italy), the optimization of near term performance is starting to deliver results, with the inflection point in booking trend confirmed and the improvement in booking trend continuing in the second quarter of the current fiscal year. The Core markets revenue margin amounted to €64.2 million, a slight decrease of 3%, representing 56% of the overall group's revenue margin.



The Expansion markets continue to drive growth with 21% Year on Year increase in revenue margin and 26% in bookings, representing 44% of the group's overall revenue margin. International markets (which exclude Germany, the UK, and the Nordic region), a subset of expansion markets saw also a strong revenue margin growth of 53% in the first quarter 2015-16 fiscal year, reaching 16% of the company's total revenue margin.

Adjusted EBITDA

The adjusted EBITDA stood at €22.4 million in the first quarter 2015-16, which shows a 1% increase and is in line with our company annual guidance for 2015-16 fiscal year:



Income Statement - Summary

(In € million)	Q1 Jun-14 Old	Q1 Jun-14 Restated	Q1 Jun-15	Var (vs restated)
Revenue margin	107.6	107.3	113.8	6%
Variable costs	(70.1)	(70.1)	(75.9)	8%
Fixed costs	(15.0)	(15.0)	(15.6)	4%
Adjusted EBITDA	22.5	22.2	22.4	1%
Non recurring items	(0.6)	(0.6)	(3.4)	N.A.
EBITDA	21.9	21.6	19.0	(12)%
D&A incl. impairment & results on assets disposals	(5.3)	(5.3)	(4.3)	(19)%
EBIT	16.6	16.3	14.7	(10)%
Financial loss	(17.0)	(17.0)	(11.8)	(31)%
Income tax	(2.1)	(2.2)	(2.2)	2%
Net income	(2.6)	(2.9)	0.7	N.A.
Adjusted net income	3.1	2.8	3.4	24%

The main points to highlight in the income statement for the first quarter of the 2015-16 fiscal year are:

- A 6% increase in the revenue margin, reaching €113.8 million, in line with annual targets
- Higher variable costs driven by higher cost per booking, which remained stable on a per booking basis over the past four quarters; higher fixed costs mainly relating to higher personnel costs, and also stable on a per booking basis.
- An increase on non-recurrent items compared to last year as a results of some exceptional consultancy cost on strategic support, the costs related to the Long term Incentive Plan and selective termination contracts.
- Financial expenses have decreased by €5.2 million, primarily due to the reduction on 2019 notes as a result of their partial redemption (€800,000), a €5.8 million impact related to last year’s 2019 Notes partial redemption, which has been partially mitigated by FX gains and losses as well as (€300,000) related to the consent fee to the change in covenants. .

***NOTE**

Core Markets: Spain, Italy, and France

Expanding Markets: All except the Core Markets

International Markets: All except the Core Markets, Germany, the United Kingdom, and the Scandinavian countries

About eDreams ODIGEO

eDreams ODIGEO (www.edreamsodigeo.com) is one of the main distributors of online flights in the world (in terms of revenue) and one of the largest European e-commerce companies. Under its five brands—eDreams, GO Voyages, Opodo, Travellink and Liligo—it offers the best deals in regular and charter flights, low-cost airlines, hotels, cruises, car rentals, holiday packages, travel insurance, and stays of various durations to more than 16 million customers throughout the world. It is also a very effective platform for advertisers to reach their target markets in a personalized manner, both locally and globally. Present in 44 markets, the company has a team of about 1,700 professionals. In addition, eDreams ODIGEO is listed in the Spanish Continuous Market.

For additional information

- eDreams ODIGEO Press Office

pmalingre@tinkle.es +34 620 915 756

mcastellana@tinkle.es +34 679 983 310

- eDreams ODIGEO Investor Relations

investors@edreamsodigeo.com +44 (0)870 352 5354

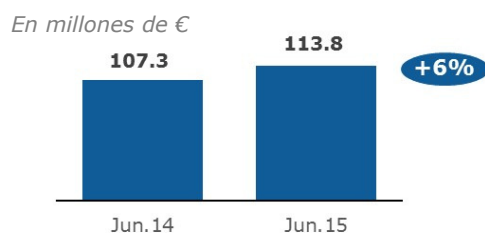
RESULTADOS DEL PRIMER TRIMESTRE 2015 (abril – junio)

eDreams ODIGEO cumple sus objetivos de crecimiento con aumentos del 6% en margen sobre ingresos y del 4% en reservas, con un EBITDA ajustado de € 22,4 millones

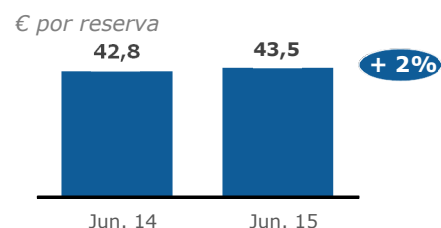
- De abril a junio la compañía ha registrado 2,6 millones de reservas (+ 4%), que junto a una mejora del margen por reserva del 2% se ha traducido en un margen sobre ingresos de €113,8 millones (+ 6%).
- Crecen las áreas de vuelos y no vuelos por el aumento del número de reservas y del margen sobre ingresos por reserva. La primera aumenta un 6% su margen sobre ingresos y la segunda, un 7%, mientras que en el área de no vuelos el margen sobre ingresos por reserva sube un significativo 12%.
- Los mercados del área de expansión continúan liderando el crecimiento de la actividad de la compañía, con un aumento del 21% del margen sobre ingresos.
- El beneficio neto ajustado ha sido de € 3,4 millones, lo que representa un incremento del 24% en comparación con el mismo periodo del ejercicio anterior.
- Importante aumento del flujo de caja el cual alcanza los € 123,3 millones al final del trimestre.
- El mayor enfoque en los dispositivos móviles continúa atrayendo a un gran porcentaje de clientes, con 4,9 millones de descargas móviles (+ 73%).

Barcelona, 27 de agosto de 2015 - eDreams ODIGEO (www.edreamsodigeo.com), uno de los mayores distribuidores de vuelos online del mundo, ha finalizado el primer trimestre de su ejercicio 2015-16 con cierre a 30 de junio con una evolución positiva de sus cifras de actividad. Las reservas han aumentado un 4% hasta alcanzar una cifra de 2,6 millones, y el margen sobre ingresos por reserva ha crecido un 2%. Todo ello se ha traducido en un incremento del margen sobre ingresos a nivel consolidado del 6%, hasta los €113,8 millones.

Evolución del margen sobre ingresos



Evolución del margen sobre ingresos por reserva



El buen comportamiento de ambas áreas de negocio, en especial la de no vuelos, junto con la continuación del importante crecimiento fuera de Europa y el margen sobre ingresos por reserva, explican las positivas cifras de actividad y de rentabilidad, que están en línea con los objetivos marcados para el ejercicio 2015-2016:

(millones €)	1T 14-15	1T 15-16	Variación anual	Evolución vs. objetivos anuales
Reservas	2,510	2,618	+4%	En línea
Margen sobre ingresos	107,3	113,8	+6%	En línea
EBITDA Ajustado	22,2	22,4	+1%	En línea

Dana Dunne, CEO de eDreams ODIGEO, ha señalado que *"Estamos satisfechos con los resultados en el primer trimestre, ya que el crecimiento se ha recuperado después de un año complicado. Hemos progresado mucho al continuar ofreciendo la mejor experiencia a nuestros clientes y hemos lanzando nuevos productos, como los productos móviles, y todo esto está sentando unas bases sólidas para nuestro crecimiento futuro"*.

Implementación de los cambios en la estratégica

La compañía goza de una fuerte posición, que se refleja en el modelo de negocio: un gran volumen de tráfico entrante, un potente motor de búsqueda patentado que permite obtener ofertas únicas, conocimiento internacional, local y especializado, una gestión única de ingresos y datos clave del negocio y un potente motor de búsqueda en crecimiento, como es Liligo.

Con el fin de mantener su sólida posición de liderazgo y aumentar su representación, el pasado mes de junio la compañía adaptó los planes estratégicos introduciendo seis iniciativas clave:

1. Optimizar las **fuentes de tráfico** reevaluando el mix de canales, centrándonos en los canales de bajo coste y la retención de clientes.
2. Incrementar el foco en la red **móvil**, la cual atrae a un porcentaje grande y creciente de clientes.
3. Mejorar la **experiencia de principio a fin del cliente**, simplificando la interfaz de usuarios, abordando los puntos problemáticos, y mejorando el valor y servicio al cliente.
4. Mantener un **modelo ajustado y ágil, con una calidad del producto mejorada**, aumentando nuestra flexibilidad para adaptarnos al entorno constantemente cambiante en el que operamos.
5. **Diversificar nuestros ingresos** proporcionando productos y servicios de valor añadido que aumenten el tamaño de la cesta de productos contratados por nuestros clientes, mejorando su experiencia.
6. **Fomentar la cultura y el talento**, creando una organización apasionada y empoderada que lidere el éxito a largo plazo.

Esta nueva estrategia se está ejecutando en un plan de 2 fases. La primera fase, que se inició en el ejercicio 2015-16, se centra en el rendimiento a corto plazo e incluye las siguientes acciones:

1. Optimizar la asignación de costes con el objetivo de aumentar en número de clientes.
2. Mejorar la fidelización de los clientes, focalizándonos en el servicio.
3. Aumentar el negocio por móvil y mejorar la experiencia del usuario.
4. Diversificar el mix de ingresos, apoyándonos en nuestro sólido negocio de vuelos.
5. Reforzar la cultura de empresa y el talento.

Estas acciones estratégicas ya han permitido obtener resultados positivos en varias áreas, como:

- a. Móvil: los resultados positivos son obvios en el aumento del uso móvil entre los clientes, lo cual es posible gracias a la introducción de varios productos móviles.
 - Las descargas móviles aumentaron en un 73% en el primer trimestre de 2015-16 en comparación con el mismo trimestre del año anterior, con un total de 4,9 millones.
 - Aumento del 38% en la cifra trimestral de reservas móviles.
 - Incremento del 15% al 20% en la cuota de reservas móviles (+ 29%).
- b. Implementaciones One Front: uno de los mayores proyectos de la compañía es unificar las plataformas de aplicaciones para el usuario, lo cual incrementará el ritmo de la innovación y mejorará las tasas de conversión. Actualmente, la implementación cubre el 80% de las reservas totales procedentes de sitios en pleno funcionamiento en la plataforma One Front y la conversión ha aumentado más de un 6% en Opodo y GoVoyages combinados.
- c. Paquetes dinámicos: la migración de las plataformas a un nuevo motor de reserva que ofrece paquetes dinámicos ha impulsado el crecimiento:
 - Más cobertura: de un 23% en el cuarto trimestre a un 77% en el primer trimestre de 2015-16
 - Más conversión: los sitios Opodo han experimentado una mejora de la conversión en el primer trimestre del año, con un 10% más de conversiones, siguiendo la tendencia del nuevo motor de reserva.

Perspectivas para 2015-16

La compañía mantiene para el ejercicio 2015-16 sus objetivos anunciados en junio, con una cifra de más de 9,7 millones de reservas con un margen sobre ingresos de más de € 436 millones y un rango de EBITDA ajustado entre € 91-94 millones.

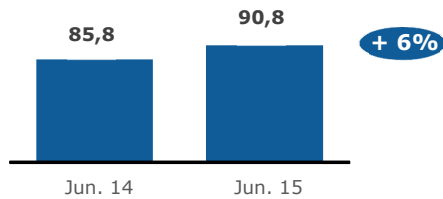
Resultados por área de negocio: comparación entre vuelos y no vuelos

De abril a junio, la compañía continuó mejorando su margen sobre ingresos en el área de vuelos, con un total de € 90,8 millones. Esta cifra representa un crecimiento del 6%, generado por un incremento en las reservas del 5% y un aumento del 1% en el margen sobre ingresos por reserva.

Asimismo, las áreas de no vuelos (hoteles, alquiler de vehículos, paquetes dinámicos, otros) continuaron mostrando unos índices de crecimiento saludables y contribuyeron en un 20% del margen sobre ingresos global del grupo. El crecimiento de esta área de negocio fue del 7%, con un aumento del margen sobre ingresos del 12%, que compensó el leve declive del 4% en las reservas.

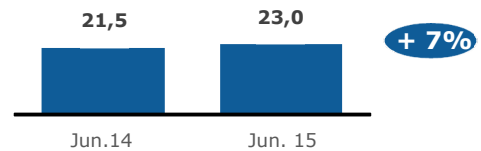
Margen sobre ingresos - Vuelos

millones de €



Margen sobre ingresos – No vuelos

millones de €



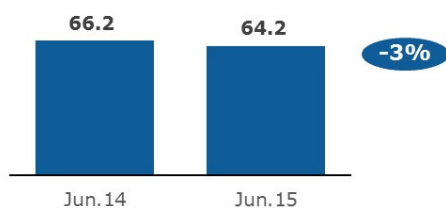
Resultados por área geográfica

Los sólidos resultados de la compañía en el primer trimestre de 2015-2016 son el resultado de un crecimiento en las reservas y en el margen sobre ingresos por reserva, además del buen comportamiento de nuestros mercados en expansión (entre ellos, algunos mercados importantes, como el Reino Unido y Alemania), que están creciendo tanto en margen sobre ingresos como en reservas en un 21% y un 26%, respectivamente.

En los mercados principales de eDreams ODIGEO (España, Francia e Italia), la optimización del rendimiento a corto plazo está empezando a dar resultados, con el punto de inflexión en la tendencia de reserva confirmada y la mejora de la tendencia de reserva, que continúa en el segundo trimestre del año fiscal actual. El margen sobre ingresos de los mercados centrales ascendió a € 64,2 millones, un ligero descenso del 3%, lo que representa el 56% del margen sobre ingresos global del grupo.

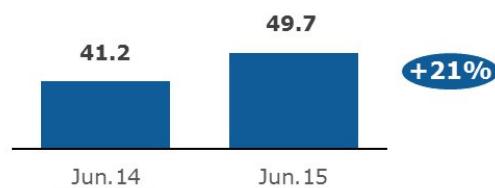
Margen sobre ingresos Mercados Principales

millones de €



Margen sobre ingresos Mercados área Expansión

millones de €

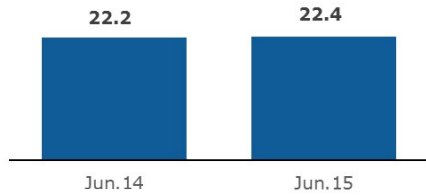


Los mercados en expansión continúan impulsando el crecimiento, con un aumento del 21% interanual del margen sobre ingresos y del 26% en reservas, lo cual representa un 44% del margen sobre ingresos global del grupo. En los mercados internacionales (que no incluyen Alemania, el Reino Unido ni los países nórdicos), un subgrupo de mercados en expansión experimentó un notable crecimiento del margen sobre ingresos del 53% en el primer trimestre del ejercicio 2015-16, lo cual permitió alcanzar el 16% del margen sobre ingresos total de la compañía.

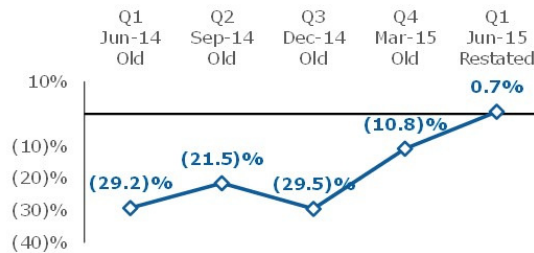
EBITDA ajustado

El EBITDA ajustado se mantuvo en € 22,4 millones en el primer trimestre de 2015-16, lo cual implica un crecimiento del 1% y encaja con la guía anual de la compañía para el ejercicio 2015-16:

Evolución del EBITDA ajustado



Evolución del EBITDA ajustado trimestral (variación interanual)



Cuenta de resultados – Resumen

(€millones)	T1 Jun-14	T1 Jun-14 nuevo	T1 Jun-15	Variación vs. nuevo
Margen sobre Ingresos	107.6	107.3	113.8	6%
Costes Variables	(70.1)	(70.1)	(75.9)	8%
Costes Fijos	(15.0)	(15.0)	(15.6)	4%
EBITDA Ajustado	22.5	22.2	22.4	1%
Extraordinarios	(0.6)	(0.6)	(3.4)	N.A.
EBITDA	21.9	21.6	19.0	(12)%
Amortización y Depreciación	(5.3)	(5.3)	(4.3)	(19)%
EBIT	16.6	16.3	14.7	(10)%
Resultado financiero	(17.0)	(17.0)	(11.8)	(31)%
Impuestos	(2.1)	(2.2)	(2.2)	2%
Beneficio Neto	(2.6)	(2.9)	(0.7)	N.A.
Beneficio Neto Ajustado	3.1	2.8	3.4	+24%

Los principales puntos a destacar en la cuenta de resultados del primer trimestre del ejercicio 2015-16 son:

- Incremento del margen sobre ingresos del 6% hasta los 113,8 millones de euros, en línea con los objetivos anuales.
- Unos costes variables más elevados, causados por un mayor coste por reserva, que se mantuvo estable por reserva durante los últimos cuatro trimestres; el aumento de los costes fijos está

relacionado principalmente con unos mayores gastos de personal y también son estables por reserva.

- Un aumento en las partidas no recurrentes en comparación con el año anterior como resultado de algunos costes excepcionales de consultoría estratégica, los costes relacionados con el Plan de Incentivos a Largo Plazo y los contratos de baja laboral selectivos.
- Los gastos financieros se han reducido en € 5,2 millones, principalmente debido a la disminución de los bonos para 2019 como resultado de su amortización parcial (€ 800.000), un impacto de € 5,8 millones en relación con la amortización parcial de las deudas para 2019 del año pasado, que ha sido en parte mitigado por las ganancias y pérdidas por tipo de cambio, además de estar relacionado por importe (€ 300.000) con cambios en los covenants.

***NOTA**

Mercados Centrales: España, Italia y Francia

Mercados de Expansión: Todos salvo los Centrales

Mercados Internacionales: Todos salvo los Mercados Centrales, Alemania, el Reino Unido, y los países nórdicos

Sobre eDreams ODIGEO

eDreams ODIGEO (www.edreamsodigeo.com) es uno de los principales distribuidores online de vuelos en el mundo (en términos de ingresos), y una de las mayores compañías europeas de comercio electrónico. Bajo sus cinco marcas - eDreams, GO Voyages, Opodo, Travellink y Liligo - ofrece las mejores ofertas en vuelos regulares y chárter, líneas aéreas de bajo coste, hoteles, cruceros, alquiler de coches, paquetes vacacionales, seguros de viaje, y estancias de diversa duración a más de 16 millones de clientes en todo el mundo. También es una plataforma muy efectiva para que los anunciantes lleguen a sus mercados de interés de modo personalizado, local y globalmente. Presente en 44 mercados, la compañía cuenta con un equipo de unos 1.700 profesionales. Además, eDreams ODIGEO cotiza en el Mercado Continuo Español.

Para más información**- Oficina de Prensa de eDreams ODIGEO**

pmalingre@tinkle.es +34 620 915 756

mcastellana@tinkle.es +34 679 983 310

- Relaciones con Inversores de eDreams ODIGEO

investors@edreamsodigeo.com +44 (0)870 352 5354