



Nota de prensa

Amadeus presenta los resultados de los nueve primeros meses de 2013

Los negocios de distribución y soluciones tecnológicas prosiguen su crecimiento

Datos principales de los primeros nueve meses del año (periodo cerrado el 30 de septiembre de 2013), en tasa interanual:

- Los ingresos ordinarios crecieron un 5,8%, hasta alcanzar los 2.362,0 millones de euros
- El EBITDA aumentó un 6,5%¹, hasta los 948,9 millones de euros
- El beneficio ajustado² ascendió un 6,3%, hasta los 511,2 millones de euros
- La cuota mundial de reservas aéreas realizadas por agencias de viajes³ aumentó 1,8 puntos porcentuales, hasta el 39,9%
- El volumen de pasajeros embarcados⁴ creció un 8,4%, hasta los 455,5 millones

7 de noviembre 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 los nueve primeros meses de 2013 (periodo de nueve meses cerrado el 30 de septiembre de 2013) y su correspondiente evolución interanual.

El beneficio ajustado creció un 6,3% en los nueve primeros meses, hasta alcanzar los 511,2 millones de euros. A este crecimiento contribuyó el alza de los ingresos, que aumentaron un 5,8% hasta alcanzar los 2.362,0 millones de euros, y del EBITDA, que incrementó un 6,5% hasta registrar 948,9 millones de euros.

La deuda financiera neta consolidada a 30 de septiembre de 2013 (según la definición contenida en el Contrato de Financiación *Senior*) se situó en 1.287,5 millones de euros. Esta cifra indica la reducción en 207,7 millones de euros de la deuda registrada a 31 de diciembre de 2012. De igual modo, representa un ratio de endeudamiento equivalente a 1,10 veces el EBITDA de los últimos doce meses.

La compañía mantuvo su constancia de crecimiento periodo a periodo tanto en el negocio de distribución, como en el de soluciones tecnológicas. En el negocio de distribución, los ingresos crecieron un 5,5%, hasta los 1.783,6 millones de euros, y el volumen de reservas aéreas realizadas por las agencias de viajes ascendió un 6,6%, hasta los 340,8 millones, debido fundamentalmente al alza en la cuota de mercado. Amadeus aumentó su cuota de mercado mundial de reservas aéreas realizadas a través de agencias de viajes en 1,8 puntos porcentuales, hasta alcanzar el 39,9%. En el negocio de soluciones tecnológicas, los

¹ Cifras ajustadas para excluir las partidas extraordinarias relacionadas con la OPV (en 2012).

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 o billetes de tren.

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

ingresos crecieron un 6,6% hasta alcanzar los 578,4 millones de euros y el número de pasajeros embarcados aumentó un 8,4%, hasta procesar un total de 455,5 millones.

Los buenos resultados del tercer trimestre en base interanual respaldaron la sólida evolución financiera para el conjunto de los nueve primeros meses. Los ingresos ordinarios trimestrales aumentaron un 5,9%, hasta alcanzar los 766,9 millones de euros, el EBITDA registró un incremento del 7,0%, hasta los 303,0 millones de euros, y el beneficio ajustado creció un 8,6%, hasta los 161,6 millones de euros.

Luis Maroto, *President & CEO* de Amadeus, señaló:

«Amadeus logró mantener su trayectoria de crecimiento en ingresos y rentabilidad. Los resultados registrados en el tercer trimestre impulsaron la evolución de la compañía durante los nueve primeros meses del año: el beneficio ajustado creció un 6,3% interanual, hasta contabilizar 511,2 millones de euros; un incremento propiciado por el aumento de los ingresos, que ascendieron un 5,8%, y del EBITDA, un 6,5%.

Los dos principales motores que impulsan nuestro continuo crecimiento son la resistencia de nuestro modelo de negocio basado en el procesamiento de transacciones y nuestros contratos a largo plazo, que generan ingresos recurrentes. Ambos factores nos permiten realizar las inversiones en I+D necesarias para seguir proporcionando a nuestros clientes tecnología de primer nivel.

El negocio de distribución siguió beneficiándose de diversos ejes de crecimiento que impulsaron el aumento de nuestra cuota de mercado, como el caso de Norteamérica, un mercado en el que se firmó un contrato con una importante agencia de viajes *online* y donde incrementamos nuestra actividad en el segmento de las aerolíneas de bajo coste. En el negocio de soluciones tecnológicas, seguimos aprovechando oportunidades para impulsar nuevos acuerdos, tanto a través de la captación de nuevos clientes como de la ampliación de nuestra actual cartera de soluciones.

Estoy seguro de que, gracias a nuestro amplio alcance geográfico y a nuestra exposición a múltiples y diferentes segmentos en el sector de la tecnología para viajes, contamos con una buena plataforma para repetir nuestros éxitos.

En Amadeus, anhelamos seguir desarrollando nuestra estrategia en 2014».

Información financiera resumida Cifras en millones de euros	Ene-Sep 2013	Ene-Sep 2012 ¹	Variación (%)
Principales indicadores de negocio			
Cuota de mercado en reservas aéreas a través de agencias de viajes	39,9%	38,1%	1,8 p.p.
Reservas aéreas a través de agencias de viajes (millones)	340,8	319,7	6,6%
Reservas no aéreas (millones)	44,8	46,1	(2,9%)
Reservas totales (millones)	385,6	365,8	5,4%
Pasajeros embarcados (millones)	455,5	420,4	8,4%
Resultados financieros			
Ingresos de Distribución	1.783,6	1.690,5	5,5%
Ingresos de Soluciones tecnológicas	578,4	542,6	6,6%
Ingresos	2.362,0	2.233,1	5,8%
EBITDA	948,9	890,8	6,5%
Margen de EBITDA (%)	40,2%	39,9%	0,3 p.p.
Beneficio ajustado ⁽²⁾	511,2	481,1	6,3%
Ganancias por acción ajustadas (euros) ⁽³⁾	1,15	1,08	6,1%
Flujos de efectivo			
Inversiones en inmovilizado	306,1	236,7	29,3%
Flujos de efectivo operativos antes de impuestos ⁽⁴⁾	619,7	665,6	(6,9%)
	30/09/2013	31/12/2012	Variación (%)
Endeudamiento ⁽⁵⁾			
Deuda financiera neta según contrato de financiación	1.287,5	1.495,2	(13,9%)
Deuda financiera neta según contrato de financiación/ EBITDA según contrato de financiación (últimos 12 meses)	1,10x	1,34x	

¹ Cifras ajustadas que excluyen gastos extraordinarios relacionados con la OPV (en 2012).

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 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.

⁴ Calculado como EBITDA menos inversión en inmovilizado más variaciones en el capital circulante.

⁵ Cálculo basado en la definición contenida en el Contrato de Financiación *Senior*.

Actividades más destacadas del tercer trimestre de 2013

NEGOCIO DE DISTRIBUCIÓN

Aerolíneas

Como parte de su compromiso de garantizar la mejor y más amplia gama de contenido para las agencias de viajes intermediarias, Amadeus firmó un acuerdo de distribución de contenido con **LATAM Airlines Group**, que abarca el contenido de LAN y TAM. Además, se firmaron otros acuerdos de distribución de contenido con diversas aerolíneas, entre las que se encuentran **Cebu Pacific Airways, Rak Airways** y **Virgin Australia**. Los acuerdos de distribución garantizan el acceso a una amplia gama de tarifas, horarios y disponibilidad a todas las agencias usuarias del sistema Amadeus. Actualmente, 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 la compañía.

Además de los mencionados, Amadeus firmó nuevos acuerdos de distribución mundial con **Air Turks & Caicos, Aisie Express, Proflight Zambia** y **YanAir**. También firmó un nuevo acuerdo de distribución mundial con **Rak Airways**. Estas aerolíneas comenzaron a distribuir su oferta entre las agencias de viajes de todo el mundo a través del sistema Amadeus.

Amadeus e **easyJet**, la principal aerolínea del Reino Unido y operadora de la red de transporte aéreo número uno en Europa, anunciaron la puesta en marcha de un nuevo procedimiento para la realización de la reserva en el GDS, que permitirá a las agencias de viajes de todo el mundo reservar billetes de aerolíneas de bajo coste de la misma manera que se hace con las regulares, con independencia de las preferencias de distribución de la aerolínea. Por primera vez, los procesos de compra, reserva y administración habituales se combinarán con tarifas dinámicas en tiempo real, así como con toda una oferta complementaria a través de la conexión XML entre easyJet y Amadeus. Las mejoras en el procedimiento proporcionarán a todas las agencias de viajes, empresas de gestión de viajes y corporaciones que utilizan Amadeus un acceso aún más optimizado a la oferta de vuelos que brinda easyJet.

Las aerolíneas de bajo coste continuaron siendo una fuente de progresivo crecimiento. En el tercer trimestre, las reservas de *low cost* realizadas a través de las agencias usuarias de Amadeus registraron un incremento interanual del 18% y, en los primeros nueve meses, un aumento del 23%.

Amadeus lanzó una solución que facilita el pago de comisiones a las agencias de viajes por la venta de servicios complementarios. Esta herramienta —automatizada y totalmente integrada en el flujo de trabajo de las agencias— fue implantada en colaboración con **Corsair**, la aerolínea francesa que recientemente anunció que los agentes de viajes recibirán comisiones por ventas de sus servicios complementarios, como el equipaje adicional o la preferencia de asiento.

La solución Amadeus Airline Ancillary Services siguió progresando gracias a su contratación por parte de numerosas aerolíneas. Actualmente, 32 de las 71 aerolíneas clientes de esta herramienta han optado por utilizarla para el canal indirecto (a través del sistema Amadeus). De éstas, 16 ya están vendiendo servicios complementarios utilizando la tecnología de Amadeus. Gracias a esta solución, las agencias de viajes pueden vender servicios complementarios de aerolíneas en 55 países. Amadeus Airline Ancillary Services permite a las líneas aéreas vender cualquier servicio complementario a cualquier usuario, 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

Amadeus renovó su acuerdo con **Griffin Global Group**, una agencia de viajes internacional especializada en los sectores marítimo, *offshore* (plataformas petrolíferas) y de cruceros, dando así continuidad a una relación que dura ya 10 años. Griffin Global Group tendrá acceso al contenido del sistema Amadeus en más de 20 mercados en todos los continentes a través de las soluciones Amadeus Selling Platform, Amadeus Web Services y Amadeus Agency Manager.

En Asia-Pacífico, Amadeus siguió aumentando su base de clientes con la venta de nuevos servicios y la renovación de contratos con clientes ya existentes, además de ampliar su cartera de productos para anticiparse y dar respuesta a las necesidades del mercado local. **Flavour Travel Group**, un grupo de agencias de viajes neozelandés, eligió Amadeus como socio tecnológico de preferencia para impulsar su cadena **Mondo Travel**. **Sparke Holidays & Travel Corporation**, una destacada agencia de productos vacacionales de Filipinas y socia de Amadeus durante más de una década, renovó su contrato. En Australia, Amadeus firmó un acuerdo con **Lido Group**, un destacado consolidador hotelero independiente, en virtud del cual el sistema regional AADX (Australian Accommodation Data Exchange) de Lido Group estará por primera vez disponible para las agencias usuarias de Amadeus, posibilitando así la reserva de establecimientos apartados en esta región que anteriormente sólo estaban disponibles a través del teléfono o del correo electrónico. Por su parte, **British Airways** adoptó el estándar de comunicación electrónica para el sector del viaje —Electronic Miscellaneous Document (EMD)— para procurar su uso a las agencias de viajes en Filipinas que utilicen el plan de facturación y liquidación local (BSP).

NEGOCIO DE SOLUCIONES TECNOLÓGICAS

Soluciones tecnológicas para aerolíneas

El negocio de soluciones tecnológicas para aerolíneas de Amadeus siguió su trayectoria de crecimiento constante mediante la captación de nuevos clientes, ventas incrementales a clientes existentes y las paulatinas migraciones de líneas aéreas a la plataforma Altéa de Amadeus. La aerolínea ecuatoriana **AeroGal**, gracias a su acuerdo comercial con **Avianca**, tendrá acceso a la utilización de la plataforma completa. Altéa, el sistema integral de gestión de pasajeros para líneas aéreas, incluye los módulos Altéa Reservation (gestión ventas y reservas), Altéa Inventory (gestión de inventario) y Altéa Departure Control System (control de salidas de vuelos). Asimismo, **Air Europa** contrató el módulo Altéa Departure Control System, complementado con Altéa Self-Service Check-In.

Teniendo en cuenta estos contratos, Amadeus estima que el número de pasajeros embarcados a través de su plataforma Altéa se situará entorno a los 800 millones en 2015, lo que supondría un incremento de casi el 42% frente a los 564 millones de pasajeros embarcados en 2012 y una tasa de crecimiento anual compuesto de alrededor del 12,5%.

Nuevas aerolíneas migraron sus sistemas a la plataforma Altéa. En septiembre, **EVA Airways** y su filial **UNI Airways** concluyeron con éxito su migración al paquete completo Altéa y, adicionalmente, se convirtieron en el primer grupo asiático en implantar la solución de gestión de ingresos Altéa Revenue Management. Poco después de cerrarse el tercer trimestre, **Thai Airways** también migró con éxito a la plataforma. **Trans Air Congo** implantó el componente Customer Management (CM) del módulo de gestión de vuelos Altéa Departure Control System (DCS).

El éxito en las ventas incrementales y la renovación de contratos en la cartera de soluciones tecnológicas independientes siguió siendo una prioridad para Amadeus. La compañía firmó contratos adicionales con varias aerolíneas —entre las que se encuentra **Jin Air**— para el uso del estándar de mensajería electrónica Electronic Miscellaneous Document (EMD). El EMD mejora los servicios relacionados con la emisión de billetes, así como la distribución de una amplia gama de servicios complementarios de aerolíneas que ayudan a personalizar la oferta de viaje, como el equipaje adicional. **Air Berlin** contrató la solución Affinity Shopper, mientras que **Air Calin** hizo lo propio con Revenue Integrity. Otros clientes firmaron por soluciones agregadas como Enhanced Baggage Policy —que permite a las aerolíneas estandarizar y gestionar normas sobre la política de equipaje en el momento de la facturación— y API Services Supplement —que permite acceder a otras soluciones de Amadeus—. Además, dos destacadas aerolíneas ampliaron sus acuerdos con Amadeus en materia de comercio electrónico, como fue el caso de **Garuda Indonesia**.

Soluciones tecnológicas para aeropuertos

La división de soluciones tecnológicas para aeropuertos siguió siendo un importante segmento de crecimiento. Amadeus tiene firmados un total de 33 acuerdos con empresas de servicios de asistencia en tierra (*handling*) para la implantación de su módulo Altéa Departure Control System for Ground Handlers (un sistema de gestión de salidas de vuelos específico para estas empresas). Los clientes recientemente conseguidos abarcan una amplia zona geográfica: **Tallinn Airport GHA** en Estonia; **ATA** en Italia; **Bahrain Airport Systems** en Baréin; **Goldair Handling**, que utilizará el sistema en 28 aeropuertos en Grecia y Bulgaria; y **Menzies**, una empresa británica que se encuentra entre los mayores proveedores de servicios de asistencia en tierra del mundo y que contará con Amadeus como proveedor de servicios integrales de control de vuelos en numerosas ciudades europeas. Por su parte, **Egyptian Aviation Services** se convirtió en Centro de Competencia de Amadeus desde el que se comercializará e implantará la cartera de soluciones de Amadeus a 11 empresas de servicios de asistencia en tierra en Egipto, que representan el 100% del mercado local. Durante el tercer trimestre, un total de 7 nuevos clientes contrataron las soluciones tecnológicas para aeropuertos de la compañía.

Empresas ferroviarias

El consorcio **All Ways Travelling**, liderado por Amadeus, fue designado por la Dirección General de Movilidad y Transportes de la **Comisión Europea** para desarrollar y validar un modelo para un sistema europeo multimodal de información y reserva para el transporte de pasajeros. El nombramiento del consorcio forma parte de las iniciativas adoptadas por la Comisión Europea en el marco de su *Hoja de ruta hacia un espacio único europeo de transporte*. Esta hoja de ruta aspira a construir un sistema de transporte más eficiente y sostenible para incrementar la movilidad en Europa, impulsar el crecimiento y el empleo asociado al sector del transporte, así como reducir las emisiones de carbono. En el consorcio también participan **BeNe Rail**, la **IATA**, **Thales**, **UNIFE** y la **Zeppelin University**. El objetivo a largo plazo de la Comisión Europea reside en facilitar los desplazamientos en Europa combinando varias modalidades de transporte para crear una experiencia de viaje unificada e integral.

Hoteles

Amadeus prosiguió con la incorporación de contenido hotelero de destacadas cadenas regionales e internacionales con el objetivo de abordar las necesidades de sus clientes. El número de hoteles disponibles en el sistema Amadeus se elevó más de un 25% durante el tercer trimestre, hasta situar en cerca de 500.000 los hoteles⁵ disponibles a través del sistema Amadeus, con importantes incrementos en el número de establecimientos del norte y el centro de Europa y Norteamérica, así como en la categoría de tres estrellas. La ampliación del contenido hotelero con esta oferta tan demandada refuerza la oferta de Amadeus para agencias de viajes vacacionales y *online*.

Inteligencia sobre viajes

Philippine Airlines implantó una herramienta de análisis de datos —entre otras soluciones de la cartera de inteligencia sobre viajes (Travel Intelligence) de Amadeus— como apoyo para sus recientes programas de expansión e innovación de servicios.

Otras noticias del trimestre

Ángel Gallego fue nombrado *President* de Amadeus en Asia-Pacífico, en sustitución de David Brett. Anteriormente, Gallego, que lleva 13 años en Amadeus, era *Vice President* para la región WEMEA (Europa Occidental, Oriente Medio y África). En este sentido, David Doctor, *Head of Distribution Marketing* de Amadeus desde hacía años, pasó a ocupar este puesto de Gallego.

El desarrollo y contratación de los profesionales del sector con más talento y experiencia es un compromiso clave en Amadeus, a fin de abordar de la mejor manera posible las necesidades de los clientes. Poco después del cierre del trimestre, John Dabkowski se incorporó a la división de soluciones tecnológicas para

⁵ Oferta hotelera acumulada de cadenas hoteleras y empresas de representación, consolidadores y hoteles independientes.

aerolíneas como *Vice President, Airline Commercial*, asumiendo la responsabilidad de las actividades comerciales en Europa, Oriente Medio y África, así como el continente americano. Anteriormente, Dabkowski era *Managing Director* en Navitaire, una filial de Accenture que ofrece soluciones tecnológicas y de negocio a la industria de la aviación en condiciones de externalización.

Asimismo, Decuius Valmorbida —que anteriormente era *Vice President* de Amadeus en Latinoamérica— fue nombrado *Distribution Marketing* de Amadeus a nivel mundial. Joost Schuring —anteriormente *Global Airline Distribution Sales Director* en la compañía— reemplazó a Valmorbida en Latinoamérica, donde trabajará desde Sao Paulo.

La estimulación del debate mediante la publicación de estudios vanguardistas y de amplio alcance se ha convertido en un elemento distintivo de Amadeus en su compromiso de ayudar a configurar el futuro del sector del viaje. Destacar tres informes publicados durante el tercer trimestre (disponibles en la página *web* de la compañía).

- El estudio *Passengers first: Re-thinking irregular operations* (Los pasajeros primero: redefiniendo las incidencias), realizado por el experto Norm Rose de **PhoCusWright** bajo encargo de Amadeus, apunta que las aerolíneas deberían plantearse una estrategia más centrada en el consumidor a la hora de gestionar retrasos, cancelaciones y conexiones perdidas. Con este fin, el informe ofrece una serie de recomendaciones, como establecer un servicio estándar para incidencias, proporcionar una «reubicación inteligente» y comunicar de forma más transparente. El estudio se fundamenta en entrevistas con destacados expertos del sector y en una encuesta entre 2.800 pasajeros de Australia, Brasil, China, el Reino Unido y Estados Unidos.
- Amadeus North America publicó el informe *Trending with NextGen Travelers* (Tendencias en las nuevas generaciones de viajeros), que analiza el perfil de la nueva generación de viajeros: jóvenes de edades comprendidas entre los 18 y los 30 años que están informados, son aventureros y sociables y que influirán en el sector del viaje y el futuro de las tecnologías en él aplicadas.
- En Asia-Pacífico, Amadeus y **Forward Data SL**, firma de estudios de mercado y consultoría, mostraron datos sobre el creciente impacto del campeonato anual de Fórmula 1 de Singapur en el turismo receptivo: las reservas realizadas en torno a la fecha de la edición de 2013 de la carrera se dispararon un 12,6%, con un destacado incremento en las llegadas desde ciudades asiáticas de referencia, como Hong Kong y Seúl.

Por tercer año consecutivo, el equipo de Amadeus Norteamérica obtuvo los mayores reconocimientos en los premios **Tnooz THack** en San Francisco —donde los equipos de desarrollo compiten para crear nuevos productos de viaje digitales, así como herramientas *web* y móviles—, mostrando así su estatus de empresa tecnológica pionera.

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 mundial del viaje. Entre los grupos de clientes de la compañía, figuran **proveedores** (aerolíneas, hoteles, compañías ferroviarias, líneas de ferry, etc.), **distribuidores de productos turísticos** (agencias y portales de viajes) y **compradores de viajes** (compañías y empresas de gestión de viajes).

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

La compañía 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 las bolsas españolas 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 Nejjaï

Tel.: +34 91 582 0160

Fax: +34 91 582 0188

mediarelations@amadeus.com

Grupo Albión (Madrid)

Alejandra Moore Mayorga

Sofía García

Leticia Fajardo

Tel.: +34 91 531 23 88

Fax: +34 91 521 81 87

amoore@grupoalbion.net

sgarcia@grupoalbion.net

lfajardo@grupoalbion.net