

# eSky Group ze świetnymi wynikami planuje dynamiczny rozwój i wejścia na kolejne rynki

Grupa eSky – oparty na zaawansowanej technologii agent turystyczny online wywodzący się z Polski i działający na rynkach Europy Środkowo-Wschodniej oraz w Ameryce Południowej – w 2017 roku wypracowała prawie 135 mln zł przychodów netto z prowadzonej działalności oraz zysk operacyjny EBITDA na poziomie ok. 23 mln zł. Dwuletnia dynamika wzrostu EBITDA Grupy kształtuje się na poziomie 66%, a całkowita wartość dokonanych transakcji (Total Transaction Value - TTV) w 2017 roku przekroczyła 1,1 mld złotych. Ambitne plany Grupy na 2018 i kolejne lata zakładają m.in. dalszą ekspansję w Ameryce Południowej oraz USA, wejście na wybrane rynki europejskie oraz rozwój oferty pakietowej dla użytkowników

*Systematycznie rośniemy, inwestujemy zarówno w nowe rynki, rozwiązania produktowe, jak i technologie. Obrona kilka lat temu strategia - opracowana przez zarząd ekspercki, w którym obok mnie zasiadają Piotr Woś i Andrzej Kozłowski - przynosi bardzo dobre rezultaty, co widać w naszych wynikach za 2017 rok oraz w dwuletniej dynamice – EBITDA na poziomie 66% oraz przychodów na poziomie 21%. Mamy także bardzo dobre pozycje na kluczowych dla nas rynkach tj. w Polsce, Brazylii, Rumunii i Bułgarii. W pozostałych krajach jesteśmy lub wkrótce będziemy w TOP 3 agentów turystycznych online. Jesteśmy dojrzałym start-up'em i jako międzynarodowa Grupa eSky mamy silne podstawy, dlatego zamierzamy wykorzystać sprzyjające nam wiatry i jeszcze ambitniej się rozwijać - komentuje Łukasz Neska, wiceprezes eSky Group.*

Od 2015 roku Grupa eSky intensywnie rozwija także swoje rozwiązania technologiczne, dzięki którym możliwa jest integracja danych od ponad 100 partnerów: lotniczych - do których należą zarówno regularne linie lotnicze, tani przewoźnicy, loty czarterowe - jak i hotelowych. Obecnie w ofercie eSky klienci mogą wybrać atrakcyjne pakiety lot+hotel z ofertą ponad 1 miliona apartamentów i hoteli na całym świecie. Stałe zorientowanie Grupy eSky na rozwój technologii pozwala także na skalowalność biznesu OTA (online travel agency) i równie dynamiczną ekspansję zagraniczną.

*W 2018 i kolejnych latach stawiamy na 2 kierunki dalszej ekspansji – rynki Ameryki Południowej, na których jeszcze nie jesteśmy obecni czyli m.in. Argentyna, Urugwaj, Chile, Ekwador oraz Meksyk.*

*Myślimy też o zaadresowaniu społeczności hiszpańskojęzycznej w USA. Mamy mocne kompetencje*

właśnie na rynkach hiszpańskojęzycznych, stąd decyzja, by nasz serwis eDestinos.com zadedykować również odbiorcom w Stanach Zjednoczonych. Ponadto, zamierzamy poszerzyć naszą obecność w Europie. Dotychczas byliśmy skoncentrowani na krajach z pasa środkowo-wschodniego od Polski, przez Czechy, Słowację, Węgry, Rumunię, Mołdawię, Bułgarię, aż do Turcji. Teraz przyglądamy się także krajom europejskiej Północy oraz Zachodu – dodaje Łukasz Neska.