

En Codere “Apostamos x ti”, un evento que reúne a los socios del grupo

- Las jornadas “Apostamos x ti”, celebradas los días 19 y 20 de octubre, refuerzan la mirada conjunta hacia el futuro y la clara apuesta por el cliente.
- España es, para la compañía, un mercado clave y con elevado potencial de desarrollo, a pesar de las incertidumbres de carácter regulatorio y derivadas de la actual crisis sanitaria.
- En los últimos cuatro años la compañía ha invertido más de 90 millones de euros en el desarrollo de la marca Codere y en las apuestas deportivas en España.

Madrid, 20 de octubre de 2020.- En su clara apuesta por el cliente, Codere ha celebrado sus jornadas “Apostamos x ti”, los días 19 y 20 de octubre. En esta ocasión, en la que las circunstancias han obligado a desarrollar el encuentro de manera virtual, la compañía ha tenido la oportunidad de reunir a sus socios y principales directivos para compartir la visión del negocio internacional del grupo y un análisis pormenorizado de España.

En la nueva realidad convulsa que afrontamos, lejos de perder el ánimo y la ambición por mejorar, la compañía se muestra más motivada que nunca para hacer frente a cualquier adversidad que se presente y apuesta por el desarrollo del negocio en España, como refrenda **Vicente Di Loreto, director general de Grupo Codere**, al explicar que “España es un mercado clave en el que tenemos puestas muchas esperanzas de crecimiento, para lo cual debemos redoblar nuestros esfuerzos e inversiones. Existen por supuesto dificultades e incertidumbres, sobre todo de índole regulatoria, pero son retos que afrontaremos apalancándonos en nuestros pilares estratégicos, convencidos del potencial de este mercado más allá de la coyuntura actual”.

En este mismo sentido se expresó **Alejandro Rodino, COO de España**, quien afirmó “somos un gran grupo, que operamos en ocho países de Europa y Latinoamérica, en los cuales ofertamos una amplia gama de productos de juegos de azar y entretenimiento, entre ellos hipódromos, apuestas deportivas, casinos, bingos, máquinas en hostelería, salones, hoteles y hasta uno de los centros de convenciones más importante de Latinoamérica y que fue transformado en hospital COVID-19 durante esta pandemia. En estas operaciones generamos en 2019 más de 1.300 millones de euros de ingresos y un resultado operativo de 250 millones de euros”.

Rodino añadió que Codere es la única operadora de apuestas en España con presencia en todo el territorio nacional, con una tasa de crecimiento compuesta del 16% en los últimos cinco años en cantidades jugadas, y con 2.500 puntos de venta en todo el país. “Seguimos trabajando y consolidándonos como líderes en apuestas deportivas del país. Además, estamos redefiniendo nuestra propuesta comercial con un enfoque innovador que permita ofrecer mayores ventajas al cliente. Nuestra estrategia omnicanal genera mayor fidelidad de los clientes en un mercado, el español, que ha sido definido como prioritario por los miembros de nuestro Consejo”.



La estrategia de Codere se sustenta en cinco pilares: sus valores, operando en un marco regulatorio de cada uno de los mercados en los que opera y desarrollando la actividad de forma responsable.

De igual modo, y de la mano de **Emilio Miranda, director financiero de Codere España**, los asistentes pudieron conocer de qué modo la compañía ha hecho frente al impacto que está ocasionando la pandemia en la compañía. “En marzo se lanzó un plan de financiación con el objetivo de mantener la tesorería para poder hacer frente a las obligaciones de pago del grupo. En el caso de España, realizamos una renegociación de los contratos con los principales suministradores y proveedores con el objetivo de reducir costes fijos y además hemos tenido actuaciones importantes con las comunidades autónomas a efecto de solicitar bonificaciones en las tasas de juego, en especial en la máquina B, solicitar aplazamientos de pago o renegociación de planes de pago con los suministradores. Además, hemos implantado la medida más dolorosa, que ha sido afectar a una parte importante de nuestro personal a un ERTE. A nivel corporativo, ya en marzo se inició una negociación con nuestros bonistas con el objetivo de alargar los vencimientos de la deuda y obtener financiación adicional para paliar los efectos de la pandemia”.

Juego responsable, el compromiso de Codere

Uno de los ejes que centra gran parte de los esfuerzos de la compañía, es el compromiso con el juego responsable. **Alejandro Pascual, regional manager de Europa y COO de Italia**, fue el encargado de ofrecer a los socios la visión de la compañía sobre la actual situación institucional y el sector del juego. En sus palabras, “históricamente hemos sido percibidos como una industria creadora de riqueza, con un sector formado por más de 3.500 empresas, que aportan el 0,8% del PIB, que contribuye a generar empleo de calidad y sostenido en el tiempo de más de 85.000 personas de manera directa y 174.000 de manera indirecta, y que contribuye a la sostenibilidad del empleo de más de 52.000 personas en la hostelería. Además, en el último año, el 85% de la población adulta ha tenido algún tipo de interacción con el juego, ya sea público o privado. Esta situación, que parece idílica, se ha visto truncada en los últimos años por varios motivos. Por un lado, ha habido una mayor exposición de nuestra vertiente online por la actividad publicitaria. Por otro, ha afectado la transformación progresiva de los salones con la introducción de las apuestas deportivas. Esto ha contribuido a generar una reacción social contra el sector que ha sido promovida por cierta propaganda, sin una base científica; y que diferencia entre el juego público y el juego privado, sobre el

que recaen todos los falsos mitos. Esta negatividad está provocando que, a nivel central y autonómico, existan en las agendas medidas regulatorias que limitan y cercenan la continuidad y sostenibilidad de nuestro negocio. En nuestra opinión, existen tres vías de acción para resolver esta situación: unidad sectorial para defender y mejorar la imagen de la industria, transparencia en lo que hacemos -porque los ataques carecen de ciencia- y trabajo conjunto por el juego responsable”, señaló.

La fuerza de la marca Codere

Muestra de la fuerte apuesta que Grupo Codere hace por España, es la inversión que se ha realizado en el desarrollo de su marca, cuya repercusión impacta a nivel internacional en cada uno de los países en los que opera.

Codere ha logrado que la valoración de su marca por sus propios clientes haya aumentado un 51%, tanto en el mercado online como retail en tan solo un año. En palabras de **Ignacio Díez, director de Marketing Retail**, “ser la Casa de Apuestas Oficial del Real Madrid C.F. es de suma importancia para nosotros, y su relevancia se extiende a nivel internacional. Su asociación a nuestra marca aporta una serie de valores incuestionables, al ser el club con la imagen más potente del mundo: visibilidad, confianza, fuerza y solidez”.

Resultado de este esfuerzo es la elevada recomendación que realizan sus clientes, como demuestra el NPS (*net promoter score*) que mide la satisfacción y lealtad del cliente. Durante 2019 se realizaron con empresas externas distintas encuestas, de carácter anónimo, a clientes del canal retail de los distintos operadores del mercado español. El resultado no pudo ser más satisfactorio para la compañía, que destaca de forma sobresaliente frente cualquier otro operador, obteniendo una puntuación de 34.

En relación a la fidelidad, si bien es cierto que los clientes de apuestas suelen ser muy fieles a la marca, los estudios avalan que de nuevo Codere mantiene una posición destacada, con una puntuación de 83.

Marca Codere, presencia en los locales y RSC

Imagen moderna, adaptabilidad, visibilidad del patrocinio del Real Madrid C.F. y presencia de marca en el exterior del local, con tendencia a adoptar un perfil más bajo, con el objetivo de dar respuesta a la presión social existente sobre la exposición de nuestro negocio. “A día de hoy no estamos en el mismo punto que hace diez años, cuando el objetivo era conseguir mucha visibilidad, dar a conocer un nuevo producto y atraer clientes. Hoy, con una fuerte presión social, política y de medios, apostar por una presencia exterior muy llamativa no es la mejor opción y por ello nuestra evolución a futuro será emplear un perfil de publicidad exterior cada vez más bajo porque nuestros clientes no necesitan que nuestros locales sean muy llamativos porque saben dónde están y su fidelidad vendrá por el excelente servicio que les brindamos”, afirmó Ignacio Díez.

Omnicanalidad: la oportunidad del mercado

Uno de pilares de la actuación de Codere es situar al cliente en el centro, de forma que todas las estrategias, decisiones y canales, giran alrededor de él, para satisfacer sus demandas de una forma integral y sencilla.

En palabras de Ignacio Díez, “el cliente es quien decide hacer uso de los distintos canales, y es él quien marca sus preferencias en función del momento y de la

disponibilidad de acceso. Los cambios de hábitos de consumo han hecho que el canal online haya incrementado durante los últimos años de manera exponencial, e inevitablemente lo ha hecho aún más en 2020, como consecuencia de la pandemia y de las restricciones impuestas por los distintos gobiernos. En nuestro sector, se ha demostrado que los clientes muestran cada vez mayor preferencia por disponer de una oferta común en los dos canales, presencial y online, y poder acceder a cada una de ellas cuando elijan. Este cambio se está acelerando y una de las fortalezas de Codere es la diferenciación frente a la competencia, porque muchos están especializados y solo disponen de su oferta en uno u otro canal, que además se verán penalizados por las restricciones legislativas que están a punto de entrar en vigor. Aprovecharse de las sinergias que ofrece la omnicanalidad es la inevitable oportunidad de la que Codere y sus socios pueden beneficiarse frente a otros competidores que carecen de ella, y esto nos ayuda a diferenciarnos”.



Objetivos de la omnicanalidad

La apuesta por la innovación y el compromiso de crecimiento compartido

Codere continúa con el compromiso de ofrecer a sus socios y clientes las mejores soluciones tecnológicas, con el objetivo de lograr la optimización técnica de los procesos con menor rendimiento y obtener un mayor impacto en el negocio a través de un mejor dinamismo y usabilidad de las plataformas tecnológicas.

En palabras de **Luis Sánchez, director corporativo de Tecnología y Digitalización**, “queremos ofrecer mejoras específicas para nuestros socios, que nos permitan brindar información muy detallada a través de aplicaciones móviles sobre la operación en tiempo real, para conocer en todo momento qué está sucediendo en las salas, así como ser capaces de identificar y monitorizar comportamientos asociados al fraude, a través del uso de alarmas que os alerten del riesgo”.

De igual modo, estas jornadas han contado con la participación de **Juan Muñoz, director comercial de Apuestas Deportivas**, que fue el responsable de desgranar las claves que la compañía puede aportar a los puntos de venta de sus socios para

maximizar su inversión: cuota de mercado, producto y gestión del punto de venta que, gestionadas de forma correcta, reportarán rentabilidad –con una línea de negocio adicional, las medias de *gross win* más altas del mercado e inteligencia avanzada de trading- y sostenibilidad – a través de captación sostenida de clientes, la ausencia de canibalismo entre líneas, y una creciente demanda de la oferta de ocio-.



Como cierre de la jornada, los asistentes pudieron formular sus preguntas y compartir sus puntos de vista con el deseo compartido de poder reunirse de manera presencial próximamente y celebrar los éxitos logrados.

De igual modo, el director general del grupo, Vicente Di Loreto, quiso agradecer a los asistentes el esfuerzo de gestión de negocio conjunto en esta situación tan complicada.//

Sobre Codere

Codere es un operador de juego, referente a nivel internacional, con presencia en siete países de Europa – España e Italia – y Latinoamérica – Argentina, México, Panamá, Colombia y Uruguay-, que opera más de 57.000 máquinas, cerca de 30.000 puestos de bingo y 8.500 terminales de apuestas deportivas en Latinoamérica, España e Italia a través de puntos de venta que incluyen 148 salas de juego, 1.200 salones recreativos, cerca de 9.200 bares, 245 salas de apuestas y cuatro hipódromos. La compañía también desarrolla juego online. www.grupocodere.com