

**INFORMACIÓN TRIMESTRAL**  
**(DECLARACIÓN INTERMEDIA O INFORME FINANCIERO TRIMESTRAL):**

TRIMESTRE : **Primero**

AÑO: **2013**

FECHA DE CIERRE DEL PERIODO : **31/03/2013**

**I. DATOS IDENTIFICATIVOS DEL EMISOR**

<b>Denominación Social:</b>	MELIA HOTELS INTERNATIONAL S.A.
-----------------------------	---------------------------------

<b>Domicilio Social:</b>	Calle Gremio Toneleros, 24	<b>C.I.F.:</b>
		A78304516

**II. INFORMACIÓN COMPLEMENTARIA A LA INFORMACIÓN REGULADA PREVIAMENTE PUBLICADA**

*Explicación de las principales modificaciones respecto a la información periódica previamente publicada: (sólo se cumplimentará en el caso de producirse modificaciones)*

### III. DECLARACIÓN INTERMEDIA

Contiene



Información adicional  
en fichero adjunto

#### Resultados del primer trimestre

Los resultados están ampliamente explicados por la evolución positiva del negocio hotelero, el cual ha registrado un incremento de los Ingresos por habitación Disponible (RevPAR) del 5,4%, más de un 80% del crecimiento explicado por precio, y liderados por la buena evolución de Latinoamérica y Caribe, destacando especialmente la contribución de los dos complejos vacacionales de la marca Paradisus en México. .

#### Ingresos

Por divisiones, los ingresos de la División Hotelera subieron un 1,3%. La división Real Estate generó 11.6 millones de euros menos debido a la menor generación de plusvalías por rotación de activos, mientras que Club Meliá aumentó un 1,5%. Por último, la partida "Otros ingresos y Corporativos " disminuyó en un -7,5% (-2,7 millones de euros), debido principalmente a los menores ingresos procedentes de la actividad de Tour operación en Cuba.

#### Gastos Operativos

El total de gastos de explotación cayó un -4,7% (-11,2 millones de euros), destacando la evolución de la partida "Otros Gastos de Explotación" que se redujo frente al año anterior en 8,3 millones de euros. Esta disminución se explica principalmente por los esfuerzos realizados por la Compañía orientados en el control de costes, principalmente en las ciudades españolas y a nivel Corporativo. Cabe destacar la reducción y renegociación de las comisiones y los gastos de marketing, así como la reducción de los gastos relacionados con Sistemas de Información (IT) y Servicios del Exterior, en este último caso sobre todo debido a la optimización de los recursos propios dentro de la Compañía.

Por otro lado, también cabe mencionar los menores costes asociados a la actividad de Tour operación en Cuba, tal y como ha sido el caso a nivel de ingresos.

A nivel hotelero, la Compañía mantiene su Plan de Contingencia en España, enfocado entre otros, en aligerar la estructura de costes fijos. Como ejemplos, vale la pena destacar la implementación de clusters a nivel de administración y ventas, el cierre temporal de algunos hoteles durante la temporada baja o la optimización de las plantillas de personal en los hoteles.

Por otro lado, los gastos de alquiler aumentaron un 22,8% (3,7 millones de euros), debido a la incorporación del Gran Meliá Roma y el Meliá Villaitana, así como por el impacto de la venta y posterior arrendamiento (sale and lease back) de un hotel. En términos comparables, la partida se habría incrementado en un 1,6%.

#### Resultado Financiero

El resultado financiero mejoró en un 16,1% (2,8 millones de euros) debido al efecto neto de:

- a) El aumento de los gastos financieros en 5,3 millones de euros, debido principalmente a mayores diferenciales (spreads) tras la refinanciación de la deuda y la renovación de las pólizas de crédito.
- b) parcialmente compensado por mayores ingresos financieros por 7,9 millones de euros, de los cuales 6,5 millones de euros están vinculados a la valoración resultante (a valor razonable) del derivado implícito asociado a la emisión de bonos convertibles.

La evolución de la partida "Entidades Asociadas" se corresponde con la contribución de Adprotel (propietario del hotel ME London). Tras la apertura del hotel en diciembre de 2012, la sociedad contribuyó en el primer trimestre de 2013 con un

resultado negativo a nivel consolidado de -1,3 millones de euros debido a un efecto combinado de amortizaciones, tipo de cambio y los gastos financieros.

Perspectivas futuras: Mantenimiento del guidance y buena temporada de verano

Las reservas en los complejos vacacionales de la Compañía ubicados en el Mediterráneo, procedentes de Reino Unido, Europa Central y el canal propio melia.com apuntan hacia una positiva temporada de verano 2013 (por encima del año pasado), sobre todo en las Islas Baleares, donde la previsión para el Complejo Calviá Beach es excelente. No obstante, Meliá mantiene una postura de cautela, dado que todavía es pronto para mercados emisores como Rusia, Italia y España.

En el segmento de las ciudades españolas, teniendo en consideración la evolución del consumo interno, la Compañía mantiene como prioridad el esfuerzo en contención de costes.

En relación con las perspectivas para la totalidad del 2013, Meliá mantiene su guidance apuntando a un crecimiento de RevPAR de un dígito medio influenciado por la evolución del precio medio (ARR) y apoyado por la evolución de Latinoamérica y el Caribe así como por el fuerte posicionamiento de los nuevos complejos vacacionales de Playa del Carmen (México).

Dentro de este marco, destaca el papel de melia.com, teniendo en cuenta que su contribución para el trimestre registró incrementos en comparación con el año pasado de más de un 20%.

Fuerte plan de expansión: Firma de 1 hotel cada 3 semanas

En 2013, la Compañía ha continuado con su fuerte plan de expansión, logrando 1 nueva firma cada tres semanas, lo que implica en lo que va de año la firma de 7 nuevos hoteles (1.776 habitaciones), conduciendo a un pipeline total de 45 hoteles y 13.506 habitaciones (17% de la capacidad actual), el 91% en el segmento upscale y el 94% fuera de España (57% en mercados emergentes). La Compañía sigue manteniendo el equilibrio entre el segmento vacacional (49%) y urbano (51%).

En cuanto a las nuevas aperturas, vinculado al plan de expansión de la marca Ininside, la Compañía ha incorporado durante el primer trimestre el primer hotel Ininside en España, el Ininside Madrid Genova (65), mientras que en abril la compañía inauguró el Ininside Madrid Luchana (44). Por último, este mismo mes de mayo, la Compañía ha abierto su primer hotel en la provincia andaluza de Huelva (España), el Meliá Atlántico Isla Canela (358).

Primer paso en el proceso de refinanciación de la deuda

La Deuda Neta alcanzó a Marzo €1.116 millones, un aumento del 2,9% con respecto a marzo de 2012. Durante el primer trimestre la Compañía ha realizado un progreso significativo en el proceso de refinanciación de su deuda a través de la emisión de Bonos Convertibles por importe de €200 millones, lo que ha permitido además controlar el coste medio de la deuda -teniendo en cuenta que el interés anual fijo de la emisión es del 4,50 %. En la actualidad, la Compañía está evaluando diferentes opciones para avanzar en el proceso de suavizar / alargar del calendario de vencimientos. Adicionalmente, de cara al segundo trimestre, la Compañía continuará con la estrategia de rotación de activos lo que permitirá la generación de plusvalías adicionales.

(1) Si la sociedad opta por publicar un informe financiero trimestral que contenga toda la información que se requiere en el apartado D) de las instrucciones de este modelo, no necesitará adicionalmente publicar la declaración intermedia de gestión correspondiente al mismo período, cuya información mínima se establece en el apartado C) de las instrucciones.

**IV. INFORME FINANCIERO TRIMESTRAL**