



Ref.31/03
Agosto, 2003

SOL MELIÁ AUMENTA SU BENEFICIO NETO UN 28%

- Se confirma la recuperación en el segundo trimestre del año, a pesar de los malos resultados del mes de abril para la industria
- Sol Meliá alcanza una facturación de 457 millones de euros al cierre del primer semestre de 2003
- El EBITDA alcanza los 90.7 millones de euros

Sol Meliá ha hecho público hoy miércoles, día 6 de agosto, los resultados económicos obtenidos por la cadena al cierre del primer semestre de 2003, que reflejan una fuerte recuperación del mercado, principalmente en los meses de mayo y junio. La recuperación del mercado vacacional ha sido especialmente significativa en España y en los países del Caribe, tras la conclusión de la guerra de Irak.

El **beneficio neto** del Grupo ha sido de 10.3 millones de euros, un 27.8% más que en el primer semestre del año pasado. Durante la primera mitad de 2003, la **facturación** ha sido de 457 millones de Euros, un 4.3% menos que en 2002, recuperándose de una caída del 8% en el primer trimestre. Por otro lado, el **RevPar** (ingreso medio por habitación) medio de todos los hoteles afiliados al grupo ha disminuido un 2.1% respecto al primer semestre de 2002, a diferencia de la caída de -4.6% del primer trimestre.

Los **beneficios de explotación, antes de intereses, amortizaciones, impuestos y alquileres (EBITDAR)** conseguidos por Sol Meliá durante el mencionado ejercicio han sido de 120.1 millones de Euros, un 11.5% menos que en el mismo periodo del 2002, mientras que los **beneficios de explotación, antes de intereses, amortizaciones e impuestos (EBITDA)** han ascendido a 90.7 millones de Euros, lo que ha supuesto una disminución del 13.5% con respecto a 2002, apreciándose una fuerte recuperación ya que en el primer trimestre el EBITDA había disminuido un 26.1%.

En lo que respecta a la **División Europa Vacacional**, se ha dado una fuerte recuperación en el segundo trimestre, con un incremento del RevPar del 10.9%, en comparación con el -2.7% del primer trimestre. En el mes de abril se dio la peor cotización de la compañía desde la salida a bolsa, pero tras la finalización de la guerra de Irak se produjo una gran mejora en los meses de mayo y junio que provocaron un buen cierre al final del trimestre. El aumento de la llegada de turistas a España ha provocado que no sólo haya crecido el número de clientes en nuestros establecimientos, sino que también se haya dado una ligera recuperación del gasto medio por estancia.





En la **División Europa Urbana** la cancelación de los congresos y convenciones previa y durante el conflicto de Irak ha producido que éstos se retrasaran a mayo, si bien no se aprecia una recuperación generalizada de la demanda, que también ha sido afectada por la sobreoferta en las principales ciudades españolas.

Finalmente, la **División América** sigue manteniendo una fuerte recuperación por ser un destino seguro (sobre todo el Caribe hispanohablante) y por la gran relación calidad-precio, así como por la bajada del dólar frente al euro que hace sumamente competitivo el destino.

Incremento del 261% en las ventas a través de solmelia.com:

La capacidad tecnológica, la diversidad de los programas ofrecidos, la garantía del mejor precio y las facilidades en el sistema de reservas a través de nuestra web han convertido a solmelia.com en la mejor página web hotelera del mercado español. Los incrementos en las ventas on-line han sido muy elevados. En 2003 se ha cerrado el primer semestre con 14.9 millones de euros de facturación, frente a los 3.9 millones de euros del mismo periodo en 2002, lo que supone un incremento del 261%. Estos datos confirman el liderazgo de Sol Meliá en un mercado en el que sólo el 18% de los hoteles españoles utilizan su web como herramienta comercial. Las reservas on-line a través de solmelia.com ya suponen el 15.20% de las ventas centralizadas de la compañía.

Sol Meliá incorpora 9 nuevos hoteles durante el primer semestre del año 2003:

Durante el primer semestre de 2003 Sol Meliá ha incorporado 9 nuevos hoteles (1.835 habitaciones) a su cartera, sumando un total de 338 establecimientos y 80.842 habitaciones distribuidos en 30 países de 4 continentes. Estos nuevos hoteles confirman el interés de Sol Meliá por mantener su liderazgo en el sector hotelero español. Además, a fecha 30 de junio de 2003, la compañía tenía acuerdos firmados para la adición de otros 21 establecimientos (4.631 habitaciones), cuyas respectivas aperturas tendrán lugar a lo largo de los próximos dos años.

"Joint Venture" entre Sol Meliá y Rank Group:

Por otra parte, cabe destacar la creación de una "joint venture" entre Sol Meliá y Rank Group para desarrollar en exclusiva hoteles de la prestigiosa marca Hard Rock. Esta iniciativa cuenta con la capacidad financiera de Becker Ventures LLC, uno de los principales inversores privados de Estados Unidos, quien ha asegurado un capital de hasta 1.000 millones de dólares para financiar futuros proyectos. El primer hotel Hard Rock gestionado por la 'joint venture', que además permitirá la entrada de Sol Meliá en los Estados Unidos, estará ubicado en Chicago y abrirá sus puertas a finales de 2003.

Sol Meliá es la compañía líder del mercado hotelero español, de Latinoamérica y el Caribe, la tercera de Europa y la décima del mundo. En la actualidad dispone de más de 350 establecimientos en 30 países, a través de sus marcas **Meliá Hoteles**, **TRYP Hoteles**, **Sol Hoteles** y **Paradisus Resorts**.

Para más información: prensa@solmelia.com y <http://www.solmelia.com>

