

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

TRIMESTRE : **Tercero**

AÑO: **2010**

FECHA DE CIERRE DEL PERIODO : **30/09/2010**

**I. DATOS IDENTIFICATIVOS DEL EMISOR**

<b>Denominación Social:</b>	SOL MELIA, S.A.
-----------------------------	-----------------

<b>Domicilio Social:</b>	C/ Gremio Toneleros, 24	<b>C.I.F.:</b>
		A-78304516

**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

Sol Meliá presenta los resultados acumulados a septiembre 2010 reportando un beneficio neto de 71,7 millones de euros frente a los 47,5 millones del mismo periodo de 2009, registrando unos ingresos de 976,7 millones de euros, frente a los 899,9 millones reportados el ejercicio anterior. El EBITDA crece un 16,5 % situándose en 216,1 millones de euros, frente a los 185,5 del mismo periodo de 2009.

De los resultados reportados destaca la gestión financiera y la evolución del negocio hotelero que ha presentado un incremento del RevPAR (Ingresos por Habitación disponible) del +7,7% acumulado a septiembre. La tendencia de mejora se ha acentuado en el tercer trimestre, donde el RevPAR en las principales capitales españolas y europeas se incrementó en un 17,4%, y el de Latinoamérica-Caribe registró un incremento del 10,9%.

Durante los nueve primeros meses del año, el coste medio por estancia creció un 1,6% en el acumulado anual mientras que los márgenes operativos mejoraron en 134 puntos básicos.

Respecto a los hoteles vacacionales españoles, La Compañía ha observado durante el verano una recuperación significativa del RevPAR, que creció un 8,3% frente al incremento registrado en el primer semestre (+1,5%). La mejor evolución es imputable sobre todo a los resorts de las Islas Baleares y a la mejora en los precios.

Sol Meliá espera cumplir sus covenants y seguir mejorando su balance; para ello ha renovado durante 2010 el 100% del importe de las líneas de crédito que expiraban durante los primeros 9 meses del año, y ha firmado cuatro préstamos por importe de 74 millones de euros para mantener el nivel de liquidez de la compañía, además de vender algunos activos como el hotel Sol Pelicanos Ocas de Benidorm, hotel que será operado en el último trimestre del año en régimen de alquiler operativo de acuerdo a la Norma Internacional de Contabilidad nº 17. La liquidez de la Compañía alcanza hoy los 487,4 millones de euros, que garantizan la amortización de los compromisos de deuda contraídos hasta diciembre de 2012, cifrados en 379,9 millones de euros.

Sol Meliá está asimismo trabajando en el mantenimiento de la estructura actual de su deuda, que aprovechando la favorable situación de los tipos de interés, mantiene tipos de interés fijo en el 60% de los préstamos.

El crecimiento de Sol Meliá, que mantiene actualmente 27 hoteles en proceso de incorporación - sumando 7.455 habitaciones, el 82% de las cuales funcionarán bajo contratos de gestión o franquicia - se focaliza para los próximos años en incrementar su presencia en las ciudades europeas clave, así como en Latinoamérica-Caribe, donde la compañía espera desarrollar el terreno que posee en México y, más adelante, el de Brasil.

Por otra parte, mercados como Estados Unidos o Asia-Pacífico cobrarán en 2011 prioridad dentro de la compañía. Por lo que a los Estados Unidos se refiere, Sol Meliá ha incorporado ya un gran hotel de negocios en Atlanta y gracias a su reciente alianza con Wyndham Hotel Group, acaba de firmarse el "Tryp New York by Wyndham", que será la primera incursión de la marca TRYP en Norteamérica. En cuanto a la expansión en Asia Sol Meliá vuelve a situar un foco estratégico para su expansión en países como Indonesia, Vietnam, Tailandia y China.

Tendencias y previsiones en positivo

La evolución acumulada a los 9 primeros meses justifican el moderado optimismo de la compañía, que basa su cautela en la escasa visibilidad sobre el ritmo de la recuperación internacional, los altos niveles de desempleo y el impacto económico de las medidas de ajustes que han tenido lugar en mercados emisores como Reino Unido y Alemania.

En cuanto a las previsiones, la compañía espera que en el futuro se mantenga la evolución positiva del negocio así como la recuperación del factor precio. Por mercados, la mejora del consumo en Norteamérica avanza un primer trimestre positivo para el año 2011, así como para los hoteles de Latinoamérica-Caribe y las ciudades europeas, especialmente gracias a la reactivación de los viajes y grupos de negocios. En cuanto a España, los segmentos de Negocios y de Ocio urbano apuntan una mejora en Madrid y Barcelona, y una evolución menos previsible en otras ciudades españolas, mientras que las negociaciones con los Tour Operadores en curso apuntan a un incremento de reservas para el invierno de 2011 y a un ligero incremento de los precios para el próximo ejercicio.

Con todo esto la Compañía proyecta un crecimiento global del RevPAR estimado en un dígito medio para el ejercicio.

(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**