

MELIÁ HOTELS INTERNATIONAL, S.A. (la “**Sociedad**”), en cumplimiento de la Ley 6/2023, de 17 de marzo, de los Mercados de Valores y de los Servicios de Inversión, en relación con el artículo 17 del Reglamento (UE) n.º 596/2014 del Parlamento Europeo y del Consejo, de 16 de abril de 2014, pone en conocimiento de la Comisión Nacional del Mercado de Valores (**CNMV**) la siguiente:

INFORMACIÓN PRIVILEGIADA

El Consejo de Administración de la Sociedad, en su reunión celebrada el día 25 de febrero de 2025, ha adoptado, entre otros y por unanimidad, los siguientes acuerdos:

1. Formular las Cuentas Anuales (Balance, Cuenta de Pérdidas y Ganancias, Estado de cambios en el patrimonio neto, Estado de flujos de efectivo y Memoria) e Informes de Gestión (incluido el IAGC, IARC y el Estado de Información No Financiera) de Meliá Hotels International, S.A. a nivel individual y de su Grupo Consolidado, todo ello correspondiente al ejercicio social terminado a 31 de diciembre de 2025. Esta información, junto con los respectivos informes de auditoría, estarán disponibles en la página web corporativa [www.meliahotelsinternational.com] y en la CNMV.
2. Aprobar el Informe Anual sobre Remuneraciones de los Consejeros (IARC) correspondiente al ejercicio social terminado a 31 de diciembre de 2025. Dicho Informe estará asimismo disponible en la página web corporativa y en la CNMV.

Se acompaña Nota de Prensa, Informe de Resultados y presentación.

Y para que conste, en Palma (Mallorca), a 25 de febrero de 2026

Meliá Hotels International, S.A.

RESULTADOS ANUALES
2025



Me Málaga | Málaga, España

RESULTADOS ANUALES 2025

Mensaje del Presidente & CEO:

Estimados accionistas,

2025 volvió a poner a prueba la fortaleza del turismo en un entorno geopolítico y económico complejo. Pese a la normalización del crecimiento tras la “gran recuperación” post-pandemia, la demanda turística mundial se mantuvo robusta, consolidando al sector como uno de los principales motores de la economía global. En este contexto, Meliá Hotels International ha seguido capitalizando las tendencias del mercado y superando el crecimiento del RevPar del mercado nuevamente, gracias a su posicionamiento en hotelería vacacional y bleisure, su arquitectura de marcas y una estrategia orientada a la calidad y la rentabilidad.

El desempeño financiero del ejercicio fue nuevamente positivo. La Compañía mantuvo una ratio de deuda financiera neta sobre EBITDA ligeramente por debajo de 2,2x, preservando la solidez del balance mientras impulsaba su crecimiento principalmente a través de fórmulas poco intensivas en capital y alianzas estratégicas. El RevPAR creció un 5,4%, con una contribución mas elevada de precios, que crecieron un 3%, lo que permitió alcanzar un EBITDA sin plusvalías de 544,7 millones de euros. Hemos alcanzado esta cifra a pesar de contar con varios activos insignia en proceso de renovación integral —entre ellos Paradisus Cancún, Gran Meliá Don Pepe y Paradisus Bali (en gestión)—, cuyo impacto agregado en EBITDA este año supera los 12 M€. Con esto, el beneficio neto consolidado alcanzó los 200,2 millones, impulsando una sólida generación de caja operativa de también 200 M€; por encima del año anterior.

Durante 2025, Meliá avanzó en sus principales palancas estratégicas. La expansión fue selectiva y cualitativa, con 51 nuevos hoteles firmados y 28 aperturas, reforzando la presencia en destinos clave. El 63% del portfolio y el 78% del pipeline corresponden ya a segmentos premium y lujo. La estrategia de reposicionamiento continuó elevando la calidad del portfolio, con importantes inversiones ejecutadas y previstas hasta 2026. En distribución, la Compañía siguió fortaleciendo sus canales propios, que ya representan cerca al 50% de la venta centralizada, apoyados por el crecimiento de MeliáPro, la App, Circle by Meliá y el programa de fidelidad Meliá Rewards, con cerca de 19 millones de miembros. Al mismo tiempo, mantuvo una colaboración activa y equilibrada con el ecosistema de distribución tradicional.

El modelo de crecimiento “asset-right” continuó consolidándose, con un 87% de las habitaciones bajo fórmulas poco intensivas en capital y una creciente colaboración con partners estratégicos a través de joint ventures y franquicias, reforzando la rentabilidad y la eficiencia en el uso del capital.

La mejora de márgenes operacionales y la disciplina en costes fueron otro eje central del ejercicio, apoyadas en un programa transversal de eficiencia orientado a asegurar un crecimiento más rentable y sostenible. Paralelamente, la Compañía reforzó su compromiso responsable a través del marco Travel For Good, avanzando en sostenibilidad ambiental, impacto social y gobernanza, y consolidando su liderazgo en los principales rankings ESG. Reforzando nuestro compromiso histórico con el turismo responsable, Meliá Hotels International ha sido distinguida una vez más como la empresa hotelera más sostenible de Europa y la tercera más sostenible del mundo en el sector de Hoteles, Turismo y Ocio, según el prestigioso S&P Global *Sustainability Yearbook 2026*.

En el año en que Meliá celebra sus primeras siete décadas, la Compañía reafirma su resiliencia y su compromiso de seguir creando valor sostenible a largo plazo, apoyada en su cultura, su portfolio renovado, su fortaleza financiera y la confianza de sus stakeholders.

Atentamente,

Gabriel Escarrer, Presidente & CEO

RESULTADOS 4º TRIMESTRE Y ANUALES 2025

€ 474,4M

INGRESOS
Sin plusvalías 4T
+0,7% vs AA

€ 109,1M

EBITDA
Sin Plusvalías 4T
+1,3% vs AA

€0,09

BPA
4T
-€0,01 vs AA

€ 2.077,6M

INGRESOS
Sin plusvalías 12M
+3,2% vs AA

€ 544,7M

EBITDA
Sin Plusvalías 12M
+2,1% vs AA

€0,77

BPA
12M
+€0,13 vs AA

€ 89,6

REVPAR PAG 12M
+5,4% vs AA

>48%

MELIA.COM
De venta centralizada
≈ 19 M miembros
MeliáRewards

€ 2.200,9M

-35,7M vs cierre 2024

DEUDA NETA
TOTAL

€ 778,6M

+5,9M vs cierre 2024

DEUDA NETA
Sin Arrendamientos

EVOLUCIÓN NEGOCIO

- El cuarto trimestre del año culmina un ejercicio de sólido desempeño operativo, alcanzando un incremento del RevPar del 5,4% (6,6% en moneda constante) en nuestro Portfolio agregado, confirmando las expectativas del inicio del ejercicio. Dicho crecimiento se ha conseguido de con un incremento de tarifas del 3%.
- Los Ingresos consolidados excluyendo plusvalías en el cuarto trimestre se incrementaron un 0,7% vs. 2024. En términos anuales los Ingresos Consolidados sin plusvalías se incrementaron en un 3,2%.
- El EBITDA sin plusvalías en el cuarto trimestre alcanza los €109,1 M incrementando un 1,3% respecto al mismo periodo de 2024.
- El Resultado Consolidado Neto alcanzó los €200,2 M, generando también €200 M en flujo de caja operativo. El Beneficio por Acción fue de 0.77 €, un 20.9% superior al 2024.

DEUDA

- A cierre de diciembre, la Deuda Neta se ha situado en los €2.200,9M, lo que supone una disminución en -€35,7M durante el ejercicio. La Deuda Neta financiera sin arrendamientos se mantuvo estable, alcanzando los €778,6M y finalizando el ejercicio en el objetivo de deuda anticipado.
- A mediados de febrero del 2026, la Compañía ha optimizado su estructura de deuda mediante la formalización de un préstamo sindicado en condiciones competitivas, extendiendo vencimientos y simplificando su financiación con el respaldo de entidades líderes.

PERSPECTIVAS

- Esperamos un positivo primer trimestre en Canarias y el Caribe, gracias a las positivas campañas promocionales y la combinación con la venta de último minuto. Adicionalmente, nuestros hoteles de nieve se ven beneficiados por las nevadas y la positiva temporada de esquí.
- Actualmente, las tendencias continúan siendo favorables, con unas reservas en libros para el conjunto de la Compañía que se sitúan en aproximadamente un 10% por encima de las registradas en la misma fecha de 2025. Observamos crecimientos en todos los segmentos, destacando el incremento del segmento MICE con también un 10% respecto a la misma fecha del año anterior.
- Los trabajos de reforma y reposicionamiento de nuestros hoteles insignia Paradisus Cancún y Gran Meliá don Pepe prevén finalizar en el mes de mayo y octubre de 2026, respectivamente.
- En el 2025 firmamos 51 nuevos hoteles con más de 9.000 habitaciones, superando nuestro objetivo inicial. Nuestras aperturas sumaron 28 hoteles, añadiendo 2.760 habitaciones. Para el 2026 prevemos abrir un mínimo de 30 nuevos hoteles y más de 4.000 habitaciones.
- Para 2026 anticipamos una demanda sostenida, tanto en el segmento vacacional como en el corporativo, proyectando un crecimiento del RevPAR en el rango de un dígito bajo a medio a medio para el ejercicio.

ESG

- Meliá Hotels International ha sido reconocida una vez más como la empresa hotelera más sostenible de Europa, y como la tercera a nivel global en el amplio sector de Hoteles, Turismo y Ocio, según el prestigioso S&P Global Sustainability Yearbook 2026

NEGOCIO HOTELERO

PRINCIPALES ESTADÍSTICOS: PROPIEDAD, ALQUILER Y GESTIÓN

€145,1

ARR 12M
+3,0% vs AA

61,7%

% OCUPACIÓN 12M
+1,4pp vs AA

€89,6

REVPAR 12M
+5,4% vs AA

€138,2

ARR 4T
+0,8% vs AA

59,9%

% OCUPACIÓN 4T
+2,5pp vs AA

€82,8

REVPAR 4T
+5,2% vs AA

DESEMPEÑO 4º TRIMESTRE

El cuarto trimestre culmina un ejercicio positivo para Meliá Hotels International, en un contexto de normalización de la demanda, con un crecimiento del RevPAR del conjunto del portafolio a una tasa ligeramente superior al medio dígito, en línea con las expectativas fijadas al inicio del año. La positiva combinación de los diferentes segmentos de negocio, la elevación de nuestro producto tras los procesos de reposicionamiento y nuestros destinos destacados permite cosechar estos positivos resultados en un entorno marcado por la mayor incertidumbre geopolítica.

Por regiones el desempeño ha sido el siguiente:

- En **España**, nuestros **hoteles urbanos** presentan un tramo final de año con crecimiento en tarifas, siendo el mes de diciembre el de mayor crecimiento. Entre las ciudades que registran crecimientos destacan Bilbao, Sevilla y Valencia, que sufrió considerablemente debido a la DANA del año pasado. Si bien, Madrid y Palma muestran incrementos de saludables en tarifa, en Barcelona no ha sido el caso. Respecto a nuestros **hoteles vacacionales**, el cuarto trimestre ha sido positivo especialmente en las Islas Canarias, gracias al impulso aportado por el Club Meliá y la Touroperación. La demanda de habitaciones superiores ha sido sólida, siendo indicativo de la disposición a consumir productos más elevados. En el periodo destaca la reapertura del hotel Paradisus en la isla de Fuerteventura. Adicionalmente, destacaron los hoteles de nieve que han visto impulsada su demanda gracias a la fuerte temporada de esquí debido a las copiosas nevadas.
- En **EMEA, Alemania** presenta una mejoría respecto al año pasado gracias a una agenda ferial más activa y al buen comportamiento de grupos y tripulaciones. De todas formas, la demanda presentó una mayor concentración e incremento de tarifas en los días de celebración de grandes eventos, siendo el desempeño más débil fuera de estas fechas. La demanda entre ferias permaneció fragmentada con una menor anticipación y mayor sensibilidad a los precios. En el **Reino Unido**, el cuarto trimestre fue positivo especialmente en Londres, gracias a un crecimiento de RevPAR vía ocupación impulsado por la demanda de Grupos y tripulaciones. En el resto de ciudades, se ha observado una ligera desaceleración, parcialmente compensada por la demanda asociada a eventos deportivos y a la temporada de invierno. En **Francia**, el trimestre es positivo, con crecimiento tanto en tarifas, impulsadas principalmente por los dos Meliá Collection, como en ocupación gracias a la demanda de ocio y una combinación de segmentos equilibrado. La fuerte demanda de último minuto y las reservas de Touroperadores, especialmente clientes provenientes de Estados Unidos fueron clave. Además, gracias a varias campañas implementadas al inicio del ejercicio, se pudo compensar la ausencia de un evento relevante para la ciudad como el SIAL (Feria gastronómica) que no ha tenido lugar este año. Adicionalmente, la demanda Corporate mantuvo una sólida tendencia a lo largo del trimestre.

NEGOCIO HOTELERO

DESEMPEÑO 4º TRIMESTRE

En **Italia**, el final del año muestra una tendencia dispar en cuanto a destinos. Por un lado, Milán acusó la ausencia de un gran evento, que impulsó la demanda el ejercicio anterior. Adicionalmente, trabajos de reforma en uno de nuestros hoteles. En el caso de Roma, el fuerte impulso en el segmento de lujo permitió un crecimiento en tarifas, con una fuerte contribución de diferentes segmentos, siendo Estados Unidos el principal mercado emisor.

- En la región de **América**, en **México**, la demanda de ocio se mantuvo positiva durante el trimestre gracias a la estabilidad en las conexiones aéreas y un flujo constante de viajeros. Estados Unidos sigue siendo el principal mercado emisor, aunque se ha trabajado en mejorar la diversificación. Los canales Directo y OTAs mostraron resiliencia en precios, permitiendo equilibrar volumen y tarifa para preservar el RevPAR. Respecto a hoteles con mayor peso de clientes Corporate o MICE, la recuperación ha sido más gradual. En **República Dominicana**, el cuarto trimestre cerró con incrementos de ocupación y tarifas, reflejando una evolución sólida del negocio. Los ingresos aumentaron pese a la cancelación de algunos eventos, gracias a la alta conversión a corto plazo y tarifas elevadas durante la temporada navideña. Europa, especialmente Reino Unido, lideró el crecimiento en Touroperación y compensó parcialmente la menor llegada de clientes de Estados Unidos y Canadá. En **Estados Unidos**, el cierre del trimestre repite la tónica dominante en la región. Por un lado Nueva York ha seguido creciendo, superando en todos los meses ocupaciones y tarifas del año anterior. La sólida estrategia comercial y las condiciones favorables del mercado empujaron la consecución de estos registros. Por otro lado, Orlando estuvo afectada por la menor demanda de ocio que de forma repetida se ha venido mostrando a lo largo del año. A esta tónica recurrente, se añadió el efecto que la extensión de la temporada de huracanes, que afectó en mayor manera al destino. La nota positiva lo presenta el segmento Corporate y MICE, que presentan un fuerte crecimiento, suavizando por tanto la falta de clientes de ocio.
- En **Asia**, **China** registró una ligera mejora interanual, impulsada principalmente por la demanda doméstica estacional asociada a festivales nacionales, sin ser un crecimiento estructural. No obstante, el aumento de la oferta competitiva mantuvo las tarifas presionadas generando un retroceso en precios. Pese a las medidas de apoyo gubernamental, la recuperación del turismo internacional siguió siendo limitada y el exceso de oferta continuó condicionando el desempeño, especialmente en ciudades secundarias. En el **Sudeste Asiático**, el trimestre registró un sólido incremento interanual consolidándose como el principal motor del desempeño regional. La sólida demanda de ocio, la mejora de la conectividad y la diversificación de mercados emisores más allá de China fueron elementos clave. Por países, Vietnam volvió a destacar con avances relevantes en ocupación y tarifas, impulsados por el crecimiento de llegadas internacionales y la flexibilización de visados. Tailandia cerró el trimestre de forma positiva, compensando la lenta recuperación del mercado chino con una mayor demanda procedente de otros mercados internacionales, especialmente en destinos vacacionales.
- En **Cuba**, la tendencia de recuperación iniciada en el trimestre anterior se mantuvo hasta el final del año. Persisten sin embargo dificultades en el destino, destacando las restricciones impuestas o la situación energética entre otras. Las campañas de desestimulo en redes sociales ha contribuido al clima de mayor tensión, afectando al mercado del turismo. De todas formas, el respaldo energético de nuestros hoteles junto con los esfuerzos en construir y mantener cadenas de suministro sólidas nos ha permitido garantizar la estabilidad y calidad en los servicios, manteniendo una cuota de mercado superior y diferenciadora en relación a los competidores del destino. La conectividad aérea en el periodo ha decrecido respecto al año anterior, afectando las conexiones con la mayoría de los mercados emisores.

NEGOCIO HOTELERO

PERSPECTIVAS

De cara a 2026, las perspectivas para el sector turístico mundial continúan siendo positivas y de crecimiento sostenido, aunque dentro de un marco de moderación y mantenimiento de la normalización de la demanda. El barómetro del turismo mundial de la ONU prevé un aumento en las llegadas de turistas internacionales en el año, con una tendencia de crecimiento positiva aunque más moderada.

A nivel global, el turismo continúa consolidándose como un motor económico clave: el impacto económico del sector mantiene cifras históricas y representa una proporción significativa del PIB mundial, lo que refuerza su papel como palanca de actividad y empleo. En el ámbito español, los análisis sectoriales proyectan un crecimiento moderado pero consistente del PIB turístico en 2026, impulsado por la desestacionalización de la demanda y la diversificación de mercados, lo que debe favorecer un desarrollo más sostenible y equilibrado en el medio plazo.

En conjunto, estas tendencias y proyecciones sugieren que 2026 será un año en el que el sector turístico continuará su trayectoria de crecimiento global, aunque con un ritmo más equilibrado y una fuerte atención en la calidad de la experiencia, la eficiencia operativa y la sostenibilidad ambiental y social.

Por regiones, nuestras perspectivas son las siguientes:

- De cara a 2026, se espera que los **hoteles urbanos** en **España** mantengan una evolución positiva gracias al incremento de las tarifas. Las principales ciudades seguirán beneficiándose de un calendario sólido de congresos, ferias y eventos internacionales, destacando Palma y Sevilla. Por otro lado la demanda de ocio urbano mantiene su resiliencia y presenta buenas perspectivas. En cuanto a segmentos, el inicio de año presenta un incremento destacable de nuestros canales Directos, destacando la aportación de nuestro cliente de alto valor de “Circle”, siendo la Touroperación el único segmento que no ha evolucionado de una forma tan positiva. Para nuestros **hoteles vacacionales** las expectativas son positivas, especialmente en las Islas Canarias con incremento de tarifas. A este incremento, contribuyen también nuestros hoteles de nieve tras un inicio de temporada con copiosas nevadas. En ese sentido, destaca de forma especialmente positiva la campaña comercial de Black Friday, obteniendo un gran incremento en nuestros canales propios, que ha contribuido de manera relevante a la posición de reservas en libros. Por mercados emisores, se prevé la continuidad del buen comportamiento de Reino Unido y España, mientras el mercado alemán muestra un crecimiento más moderado. La fortaleza del Cliente Directo y de programas de fidelización nos permitirá seguir avanzando en la mejora de la calidad de ingresos.
- En **EMEA**, las perspectivas para el primer trimestre de 2026 apuntan a un desempeño positivo y resiliente, apoyado en la demanda asociada a eventos, una progresiva mejora de los segmentos Corporate y MICE, generando una combinación de segmentos más equilibrada respecto al año anterior. El principal catalizador del periodo será la celebración de los Juegos Olímpicos de Milán en febrero, que se espera genere un impacto muy significativo en el destino, impulsando el RevPAR frente a 2025. Por ahora, se espera que las OTAS aporten un menor volumen que el año pasado, estando compensado gracias a la mayor demanda de Clientes Directos y Touroperadores principalmente en Francia e Italia. Por países, en **Alemania**, se espera un inicio de año que mantiene la tendencia, con un calendario de eventos de menor calado y la demanda concentrada en fechas concretas. De todas formas, anticipamos una cierta estabilidad de tarifas apoyadas en una gestión comercial proactiva capturando las posibilidades que ofrece el mercado. En **Francia**, el inicio de año es positivo con crecimiento tanto en volumen como en tarifas. Todos los segmentos muestran una evolución adelantada frente al año anterior, con la excepción del canal OTA, cuyo descenso es ampliamente compensado por el sólido comportamiento de la touroperación, especialmente de origen estadounidense. En cuanto al segmento Corporate y MICE, las perspectivas son positivas especialmente en Meliá Paris la Defense. Sin embargo, el calendario es relativamente similar al año anterior, sin existir eventos extraordinarios que pudieran tener un efecto diferenciador.

NEGOCIO HOTELERO

PERSPECTIVAS

En **Italia**, la celebración de los Juegos Olímpicos de invierno en Milán será un gran aliciente para la ciudad, que tiene muy buenas perspectivas. Principalmente, el impulso durante el evento será ligada al segmento MICE, donde en el caso del Gran Meliá Palazzo Cordusio con un “buyout” confirmado. En el caso de Roma, el inicio de año presenta una senda continuista, sin ningún cambio relevante. El **Reino Unido** anticipa un inicio de año positivo apoyado en una demanda equilibrada, con empuje tanto en tarifa como ocupación. El segmento MICE se focaliza en grupos más numerosos que permiten reducir la volatilidad y mejorar la visibilidad a corto plazo. Asimismo, los canales de Cliente Directo y E-commerce continúan ganando peso, reflejo de una mejor aceptación tarifaria y una mayor alineación de canales.

- En la región de **América**, en **México** el inicio del año a nivel regional es positiva, con perspectivas de superar tanto en ocupación como tarifa media del año 2025, con un entorno de conectividad aérea más estable. Debemos recordar, que el primer trimestre no contará aun con la actividad del hotel Paradisus Cancún, aun en proceso de reformas que se esperan finalizar para el segundo trimestre. La mejora esperada del resto de hoteles se concentra gracias al crecimiento de Clientes Directos y Corporate, con mayor captación de clientes de ocio y negocio. En términos de mercados emisores, se espera una relativa estabilidad en el cliente estadounidense, con margen de crecimiento en el resto de las nacionalidades gracias a la positiva conectividad aérea internacional. No obstante, los acontecimientos recientes a finales de febrero han dado lugar a un mayor grado de incertidumbre a corto plazo en el entorno operativo, que la Compañía continúa monitorizando muy de cerca. En **República Dominicana**, el inicio de año presenta crecimiento tanto en ocupación como en tarifas, apoyadas en una contribución positiva de todos los segmentos, destacando el crecimiento en OTAs que impulsa las tarifas y reduce el peso de segmentos de menor contribución tarifaria. A destacar de forma positiva, vemos el desempeño de Zel Punta Cana, que tras su progresivo proceso de estabilización tras la apertura, ayuda a elevar el desempeño de la región. En **Estados Unidos**, Nueva York mantiene su tendencia de crecimiento vista hasta la fecha, anticipando mejorar tanto ocupaciones como tarifas en el primer trimestre. La celebración de eventos relevantes en el periodo. En Orlando, tras un inicio de año más moderado, la estrategia comercial sigue apostando por cierta agresividad, afectando por tanto a las tarifas.
- Para el primer trimestre de 2026, se espera que la región de **Asia** presente crecimiento interanual, manteniendo la senda de recuperación del año anterior pero aun con diferencias entre China y el resto del Sudeste Asiático. En concreto para **China**, se espera que la situación generada por el entorno macroeconómico retador continúe impactando tanto la demanda doméstica como internacional. El crecimiento esperado si el entorno lo permite vendrá gracias a incrementos de ocupación, siendo el poder de precios limitado en la mayoría de los mercados. Respecto al **Sudeste Asiático**, se mantiene como la principal zona de crecimiento en la región gracias a la combinación de una saludable demanda de ocio y crecimiento en mercados urbanos. En Indonesia, se espera un crecimiento en destinos urbanos, tras el impacto de los recortes de gasto público del año anterior. Adicionalmente, se espera la reapertura tras el proceso de reforma del Paradisus Bali, que impulsa el crecimiento regional en el primer trimestre. Vietnam mantiene su senda de crecimiento gracias al impulso de una demanda equilibrada tanto de forma doméstica como internacional. El país se posiciona como uno de los destinos más estables y resilientes en la región gracias a un crecimiento tanto de ocupación como de tarifas. Por último Tailandia o Malasia muestran también crecimiento gracias a una mejoría de los flujos regionales y una mayor conectividad internacional.
- En **Cuba**, el inicio del año ha sido alterado tras los eventos geopolíticos ocurridos en la región. En ese sentido, las buenas perspectivas existentes antes del final de 2025 se han visto afectadas, incrementando el número de cancelaciones. Sin embargo, por el momento, se espera un crecimiento marginal con respecto al 2025 aunque ese periodo se encontraba afectado por la situación general del país. En términos de conectividad aérea no se espera un cambio de situación, manteniéndose las plazas ofrecidas en retroceso con respecto a años anteriores. La situación seguirá supeditada a los eventos geopolíticos y al desarrollo de acontecimientos.

OTROS NEGOCIOS

NEGOCIO INMOBILIARIO

Durante el ejercicio, la Compañía ha generado plusvalías de inmovilizado por importe total de €18,9 millones. De esta cifra, €11 millones corresponden a la actualización del valor de las inversiones inmobiliarias del Grupo, reflejando la evolución positiva de determinados activos estratégicos. Los €7,9 millones restantes proceden de la venta de terrenos y otros activos no hoteleros, en línea con la estrategia activa de rotación de activos orientada a optimizar la asignación de capital y cristalizar valor.

En comparación, en el ejercicio anterior se registraron plusvalías por €43,5 millones, de los cuales €39,9 millones derivaron de revisiones de valor de inversiones inmobiliarias correspondientes al proceso de valoración de activos efectuado por un experto independiente. El importe restante de €3,6 millones se corresponden con desinversiones en activos no hoteleros.

Durante el ejercicio 2025 se han realizado diversas operaciones de rotación de activos, destacando las siguientes:

Con fecha 31 de mayo de 2025 se llevó a cabo una operación corporativa por la cual el Grupo ha pasado a ostentar el 30% de dos hoteles (Sol Tenerife e Innside Palma Bosque) adquiriendo Banca March el 70% restante, ampliando la relación estratégica entre ambas Compañías. La operación y los ajustes en los porcentajes ostentados anteriormente por el Grupo en ambos activos a través de las correspondientes filiales permitió realizar la operación con un impacto de caja neutro.

En el ámbito de inversión selectiva, el 15 de julio de 2025 la Compañía adquirió a Victoria Hotels Resorts, S.L. el 50% de la propiedad del hotel Paradisus Salinas por €36,5 millones. Esta operación, tras el reposicionamiento del activo, refuerza la presencia de la marca Paradisus en España y amplía su implantación en destinos vacacionales de alto valor, alineada con la estrategia de crecimiento de marcas premium y lujo más allá del Caribe. Esta transacción permitió reiniciar el contrato de gestión sobre el hotel por un periodo de 30 años.

Asimismo, durante el ejercicio se han iniciado proyectos relevantes de reposicionamiento de activos clave. En julio de 2025 comenzaron los trabajos de mejora integral del hotel Paradisus Cancún, con reapertura prevista para mayo de 2026, orientados a elevar su propuesta de valor y su posicionamiento en el segmento lujo all-inclusive. Por su parte, a finales de octubre se cerró temporalmente el hotel Gran Meliá Don Pepe para acometer una reforma profunda que permitirá actualizar el producto, incorporar nuevos atributos diferenciales y reforzar su capacidad de incremento de precios y rentabilidad a medio plazo. La duración estimada del proyecto es de aproximadamente 12 meses.

CUENTA DE PERDIDAS Y GANANCIAS

€2.096,6M

INGRESOS CONSOLIDADOS

Totales
+2,0% vs AA

€(1.479,6)M

GASTOS DE EXPLOTACIÓN

Totales
-2,6% vs AA

€563,6M

EBITDA

-2,0% vs AA

€303,5M

EBIT

-9,0% vs AA

€(73,8)M

RESULTADO
FINANCIERO

+24,7% vs AA

€170,1M

RESULTADO
NETO ATRIBUIDO

+20,9% vs AA

INGRESOS OPERATIVOS Y GASTOS DE EXPLOTACIÓN:

Los Ingresos consolidados excluyendo plusvalías, en el cuarto trimestre se incrementaron en un 0,7% respecto al mismo periodo del año anterior. En términos anuales, los Ingresos consolidados excluyendo plusvalías se incrementaron en un 3,2% en comparación con el 2024. La positiva evolución del año nos ha permitido incrementar nuestro RevPar agregado en un 5,4% cumpliendo las expectativas del principio del ejercicio.

Los Gastos de Explotación en términos anuales, tuvieron un incremento del 2,6%, explicado principalmente por la incorporación de nuevos establecimientos en el perímetro de Propiedad y Alquiler.

El gasto por arrendamientos se ha incrementado en €14,2M siguiendo una estrategia de renegociaciones e incorporaciones de arrendamientos variables, minimizando los riesgos ligados al modelo de arrendamiento.

El EBITDA sin plusvalías se situó en €544,7M lo que supone un incremento del 2,1% respecto al año anterior.

Las plusvalías netas registradas durante el ejercicio ascienden a €18,9 M (€41,8 M en 2024) estando relacionadas en ambos años principalmente con la revalorización de inversiones inmobiliarias.

El epígrafe “Depreciación y Amortización” aumentó en €18,2M vs 2024, siendo principalmente el motivo la contabilización de deterioros por importe de € 11 M en el ejercicio, tanto de activos materiales como de derechos de uso.

El Resultado de Explotación (EBIT) fue de €303,5M lo que compara con los €333,5M de 2024, impactado positivamente por el registro de plusvalías en dicho ejercicio.

El Resultado de Entidades Valoradas por el Método de la Participación se ha incrementado en €47,3M respecto al año anterior. Debemos destacar que en el primer semestre del año se generó un impacto positivo de € 24,1M por una plusvalía generada por la venta de participaciones en una filial, que a su vez fue compensada por un impacto negativo de € 7,6M derivados del registro de un deterioro de cartera sobre la participación de la filial Homasi, S.A. En el año 2024, además, se registró un deterioro adicional por importe de € 24,2 M correspondiente a la participación de dicha filial.

El RESULTADO CONSOLIDADO alcanzó los €200,2 M incrementándose un 23,6% frente al 2024, alcanzando el RESULTADO NETO ATRIBUIDO los €170,0M mejorando un 20,9% frente al 2024.

CUENTA DE PERDIDAS Y GANANCIAS

CUENTA DE RESULTADOS						
% cambio 4T 25 vs 4T 24	4T 2025	4T 2024	(Millones de Euros)	12M 2025	12M 2024	% cambio 12M 25 vs 12M 24
Segmentación de Ingresos						
	569,3	534,9	TOTAL HOTELES	2.475,8	2.354,6	
	125,1	104,3	Modelo Gestora	562,9	502,9	
	419,9	405,6	Hoteles Propiedad y Alquiler	1.818,4	1.751,3	
	24,3	25,0	Otros Negocios Hoteleros	94,4	100,4	
	15,7	44,9	Ingresos y Plusvalías Negocio Inmobiliario	28,8	57,9	
	75,8	65,1	Corporativos	176,1	147,7	
	660,9	644,9	Ingresos Totales Agregados	2.680,6	2.560,2	
	-172,0	-132,7	Eliminaciones en consolidación	-584,1	-503,9	
-4,5%	488,9	512,1	Ingresos Operativos y Plusvalías	2.096,6	2.056,3	2,0%
	-45,6	-46,6	Consumos	-180,4	-202,4	
	-148,3	-137,1	Gastos de Personal	-617,1	-570,3	
	-156,2	-171,7	Otros gastos operativos	-682,0	-669,1	
1,5%	(350,1)	(355,5)	Total Gastos Operativos	(1.479,5)	(1.441,8)	-2,6%
-11,4%	138,7	156,7	EBITDAR	617,0	614,5	0,4%
	-15,3	-9,9	Arrendamientos	-53,4	-39,1	
-15,9%	123,4	146,8	EBITDA	563,6	575,4	-2,0%
	-32,8	-27,9	Depreciación y Amortización	-109,3	-102,3	
	-40,9	-31,2	Depreciación y Amortización (ROU)	-150,8	-139,6	
-43,3%	49,7	87,6	EBIT (BENEFICIO OPERATIVO)	303,5	333,5	-9,0%
	-10,4	-12,2	Financiación Bancaria	-43,2	-63,6	
	-9,9	-10,0	Gasto Financiero de Arrendamientos	-39,9	-38,5	
	-2,7	0,1	Otros Resultados Financieros	17,9	4,0	
	-0,7	-2,2	Resultado Cambiario	-8,5	0,0	
2,4%	(23,7)	(24,2)	Resultado Financiero Total	(73,8)	(98,1)	24,7%
	3,0	-24,9	Resultado de Entidades Valoradas por el Método de la Participación	36,4	-11,0	
-24,4%	29,1	38,5	Beneficio antes de Impuestos	266,0	224,4	18,5%
	-6,6	-15,9	Impuestos	-65,8	-62,4	
-0,3%	22,5	22,6	Resultado Consolidado	200,2	162,0	23,6%
	3,3	0,6	Atribuido a Intereses Minoritarios	30,2	21,4	
-12,7%	19,2	22,0	Resultado Consolidado Atribuido	170,1	140,6	20,9%

€ (43,2)M	€ 17,9M	€ (39,9)M	€ (8,5)M	€ (73,8M)
FINANCIACIÓN BANCARIA	OTROS RESULTADOS FINANCIEROS	GASTO FINANCIERO ARRENDAMIENTOS	RESULTADO CAMBIARIO	RESULTADO FINANCIERO
12M	12M	12M	12M	12M
+€20,4M vs AA	+€13,9M vs AA	-€1.5M vs AA	-€8,5M vs AA	+€24,2M vs AA

El **Gasto Financiero por Arrendamientos**, se ha mantenido estable, con una variación negativa de €1,5M. Por otro lado, la evolución negativa del tipo de cambio del dólar americano frente al euro experimentada durante el ejercicio ha impactado negativamente al **Resultado Cambiario**, empeorando en **€8,5M** respecto al año anterior.

DEUDA NETA

€2.200,9M

€ 778,6M

Concepto	Valor
Deuda Neta inicial	2.236,6
Flujos de efectivo de actividades de operación	-476,3
Flujos de efectivo de actividades de inversión	148,8
Flujo de efectivo de actividades de financiación	327,5
Otros	5,9
Variación NIIF16	-41,6
Deuda Neta final	2.200,9

* Flujo de financiación excluyendo emisiones y devoluciones de deuda por tener efecto nulo en la Deuda Neta

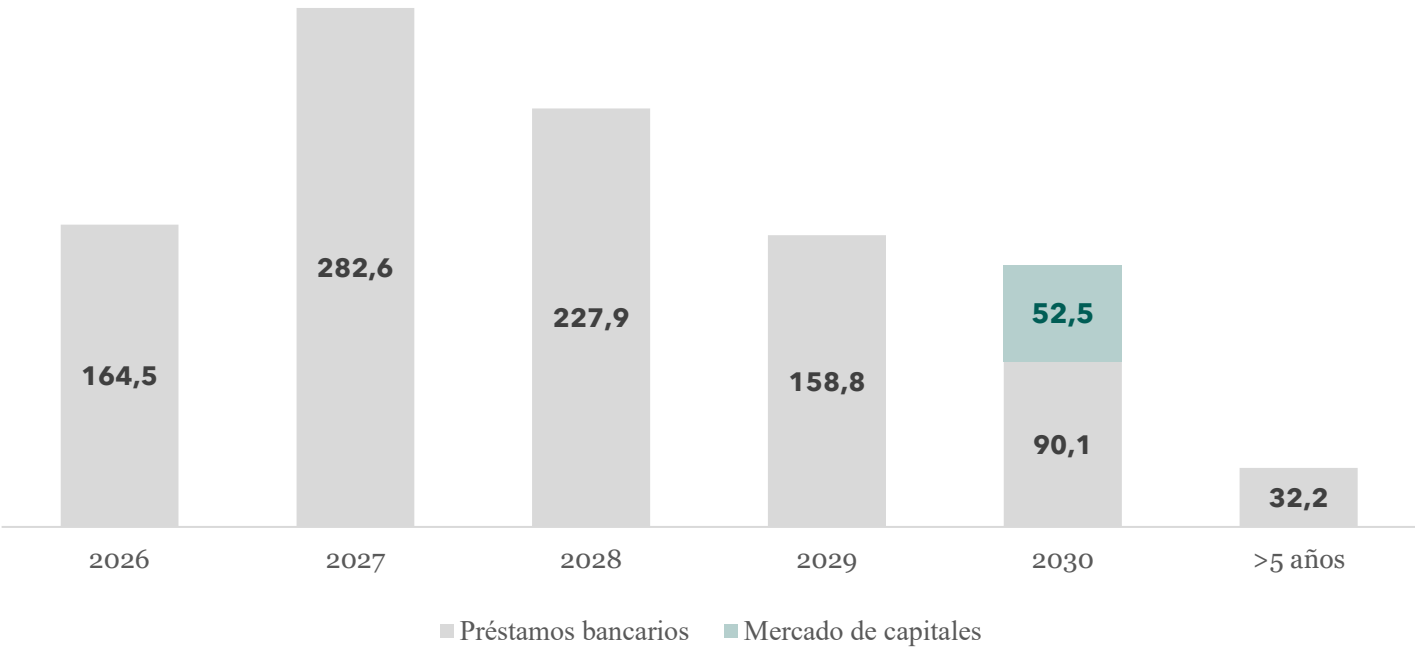
RESULTADO FINANCIERO, DEUDA Y LIQUIDEZ

A cierre de diciembre, la **Deuda Neta** se ha situado en los **€2.200,9M**, lo que supone una reducción en -€35,7M durante el ejercicio 2025. Durante este mismo periodo la **Deuda Neta excluyendo arrendamientos** se mantuvo estable, alcanzando los **€778,6M** con una ratio de endeudamiento estable y ligeramente inferior a 2.2 veces, similar respecto al ejercicio anterior. La generación de caja operativa durante el ejercicio ha alcanzado aproximadamente los €200M.

Con fecha posterior al cierre del ejercicio, la Compañía ha formalizado un nuevo préstamo sindicado por importe de 800 millones de euros, optimizando el perfil de vencimientos, simplificar la estructura de deuda y mejorar la visibilidad financiera sin incrementar el nivel de endeudamiento. Los tipos de interés tras la firma del nuevo préstamo sindicado se encuentra en un 50% referenciada a tipos fijos.

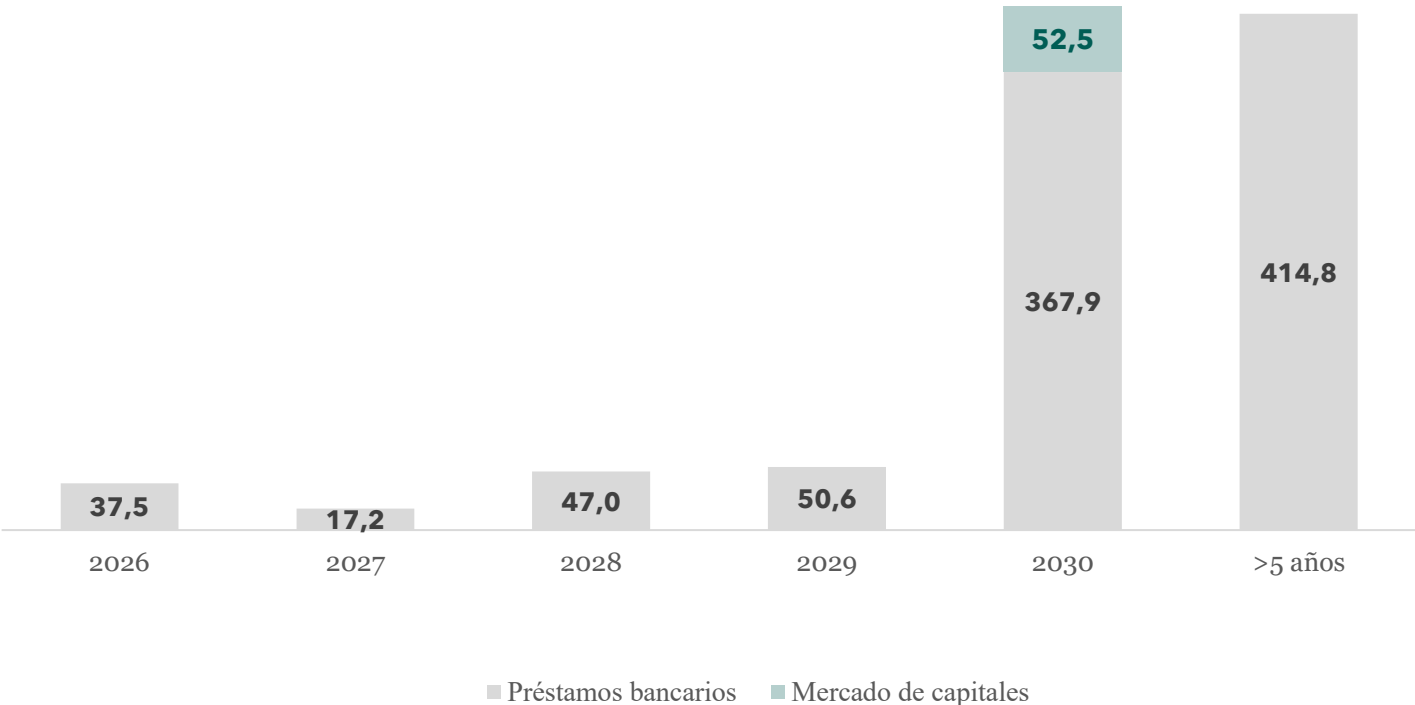
La segmentación de nuestros instrumentos de deuda por fecha de vencimiento a cierre del ejercicio se recoge a continuación:

SEGMENTACIÓN DE LA DEUDA POR VENCIMIENTO CIERRE 2025 (millones de €):

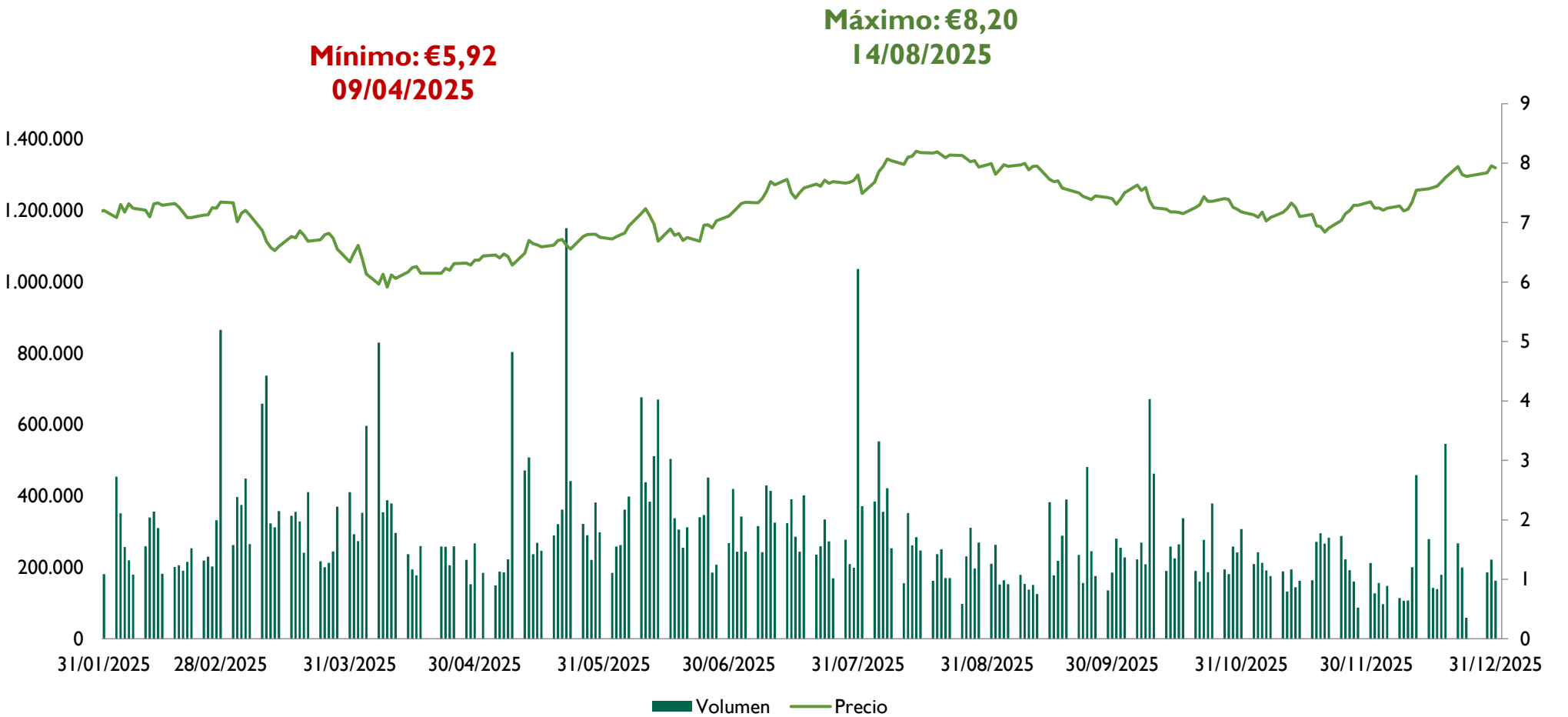


Tras la formalización del nuevo préstamo sindicado y cancelación de los préstamos anteriores, la deuda por fecha de vencimiento es la siguiente:

NUEVA SEGMENTACIÓN DE LA DEUDA POR VENCIMIENTO (millones de €):



MELIA en BOLSA



+7,54%

Evolución MHI 12M

+49,27%

Evolución IBEX-35 12M

+3,63%

Stoxx Europe 600 Travel & Leisure Evolución 12M

	1T 2025	2T 2025	3T 2025	4T 2025	2025
Volumen medio diario (miles de acciones)	307,30	346,23	274,56	225,81	287,84
Meliá (% cambio)	-13,92%	12,15%	4,15%	6,95%	7,54%
Ibex 35 (% cambio)	13,29%	6,52%	10,60%	11,84%	49,27%
Stoxx Europe 600 Travel & Leisure (% cambio)	-13,90%	11,98%	1,90%	5,49%	3,63%

	dic-25	dic-24
Número de acciones (millones)	220,40	220,40
Volumen medio diario (miles de acciones)	287,84	413,70
Precio máximo (euros)	8,20	8,12
Precio mínimo (euros)	5,92	5,80
Último precio (euros)	7,92	7,37
Capitalización de mercado (millones de euros)	1.745,6	1.623,25
Dividendo (euros)	0,1436	0,0935

Fuente: Factset.

Nota: Las acciones de Meliá cotizan en el Ibex Medium-Cap y en el Índice FTSE4Good Ibex.

Resultados Anuales 2025

EVOLUCIÓN FINANCIERA

Ingresos sin plusvalías	EBITDA sin plusvalías	Beneficio consolidado	Generación de caja operativa	Deuda financiera neta
2.077,5 M€ + 3,2%	544,7 M€	200,2 M€ + 23,6%	200 M€	2,2x

NEGOCIO

Crecimiento del RevPAR +6,6% en moneda constante	+5% ventas del segmento MICE +10% de reservas <i>on the books</i> para 2026	NPS Índice de satisfacción del cliente 61,1% + 1,5%	28 aperturas y 51 firmas de hoteles > 9.000 habitaciones 83 Hoteles en pipeline hasta la fecha
---	---	---	---

Travel for
GOOD

SUSTAINABILITY YEARBOOK MEMBER 2026 | S&P Global

Tercera compañía turística más sostenible del mundo y primera compañía hotelera de Europa

GOOD FOR THE PLANET

-9,5%
emisiones CO²
(alcances 1 & 2 SBTi)
sobre el año base

CDP
calificación **B** en CDP
Climate Change

85,03%
volumen de compras
a proveedores
locales

**Meliá for the
Oceans**

1,4 M m³
de agua
reutilizados

88%
hoteles certificados
en sostenibilidad
Hoteles en propiedad,
alquiler y gestión

37 hoteles involucrados

20 t de plástico
retirados del Mar
Mediterráneo

**Conservación de
manglar**
>100 mil m²
en Rep. Dominicana

Road to
Net Zero Events

Más de **7.000** eventos
organizados bajo el programa

> 11 mil t de CO² compensadas

Top Employer
2025

Top Employer Large
Enterprise

10 países
certificados

> 90%
de la plantilla

GOOD FOR THE PEOPLE

42,7% mujeres en
posiciones directivas

47% mujeres en plantilla

> 298 mil
horas de formación

87,7%
plantilla fija

Apertura de la Escuela
Gabriel Escarrer Juliá

Primer hotel-escuela de Rep.
Dominicana y con capacidad
para formar unos **800** alumnos
al año

Colaboraciones para la
inserción laboral

Proyecto Urdimbre, Pinardi, Fundación
ONCE, Fundación La Caixa

GOVERNANCE FOR GOOD

COMITÉ DE SOSTENIBILIDAD

9 reuniones en 2025

CONSEJO DE ADMINISTRACIÓN

50% de consejeros independientes y 50% de
mujeres



MiM Ibiza | Ibiza, España

ANEXO

NEGOCIO HOTELERO

INDICADORES FINANCIEROS (cifras en millones de €)

	12M 2025	12 2024	%		12M 2025	12 2024	%
	€M	€M	cambio		€M	€M	cambio
HOTELES PROPIEDAD Y ALQUILER				MODELO GESTORA			
Ingresos agregados totales	1.818,4	1.751,3	3,8%	Ingresos Modelo Gestora Totales	562,9	502,9	11,9%
Propiedad	846,1	842,2		Comisiones de terceros	70,1	73,6	
Alquiler	972,3	909,1		Comisiones hoteles propiedad y alquiler	102,0	94,6	
De los cuales ingresos de habitaciones	1.255,5	1.194,6	5,1%	Otros ingresos	390,8	334,8	
Propiedad	509,7	499,8		EBITDA Modelo Gestora Total	160,7	145,2	10,6%
Alquiler	745,8	694,8		EBIT Modelo Gestora Total	157,4	142,3	10,6%
EBITDAR	493,0	487,5	1,1%				
Propiedad	211,2	209,2					
Alquiler	281,9	278,3					
EBITDA	439,7	448,7	-2,0%				
Propiedad	211,2	209,2					
Alquiler	228,5	239,5					
EBIT	206,0	231,1	-10,9%				
Propiedad	139,4	138,2					
Alquiler	66,6	92,9					

	12M 2025	12 2024	%
	€M	€M	cambio
OTROS NEGOCIOS HOTELEROS			
Ingresos	94,4	100,4	-6,0%
EBITDAR	6,1	5,4	
EBITDA	5,8	5,1	
EBIT	2,5	4,1	

ESTADISTICOS PRINCIPALES

	PROPIEDAD Y ALQUILER						PROPIEDAD, ALQUILER Y GESTIÓN					
	Ocupación		ARR		RevPAR		Ocupación		ARR		RevPAR	
	%	cambio pts.	€	cambio %	€	cambio %	%	cambio pts.	€	cambio %	€	cambio %
TOTAL HOTELS	70,5%	1,0	175,5	2,1%	123,6	3,5%	61,7%	1,4	145,1	3,0%	89,6	5,4%
América	61,1%	-0,8	161,3	1,9%	98,6	0,6%	59,3%	-0,1	154,5	3,0%	91,6	2,9%
EMEA	72,6%	2,7	179,7	-0,4%	130,5	3,4%	69,9%	2,1	185,7	1,3%	129,9	4,4%
Spain	73,5%	0,3	178,4	3,4%	131,0	3,8%	73,4%	0,6	168,0	7,4%	123,4	8,2%
Cuba	0,0%	0,0	0,0	-	0,0	-	40,2%	2,6	73,9	-9,0%	29,7	-2,6%
Asia	0,0%	0,0	0,0	-	0,0	-	54,8%	2,1	80,0	-3,8%	43,8	0,1%

* Habitaciones disponibles 12M: 10.155,6k (vs 10.001,0k en 12M 2024) en P y A // 25.180,8k 12M 2025 (vs 25.914,0k en 12M 2024) en P, A y G.

INDICADORES FINANCIEROS POR DIVISIÓN 12M 2025

INDICADORES FINANCIEROS POR ÁREA (cifra en millones de €)

	HOTELES PROPIEDAD Y ALQUILER										MODELO GESTORA					
	Ingresos Agregados		Ingresos de Habitaciones		EBITDAR		EBITDA		EBIT		Honorarios Terceras Partes		Honorarios Propiedad y Alquiler		Otros	
	€	% cambio	€	% cambio	€	% cambio	€	% cambio	€	% cambio	€	% cambio	€	% cambio	€	% cambio
AMÉRICA	442,7	-7,0%	223,7	-4,9%	95,0	-9,4%	92,4	-9,5%	51,5	-13,1%	6,8	20,1%	22,8	-7,9%	3,1	-71,0%
Propiedad	401,8	-8,0%	188,7	-6,0%	79,4	-10,7%	79,4	-10,7%	47,1	-14,4%						
Alquiler	40,9	3,1%	35,0	1,8%	15,6	-2,2%	13,0	-1,7%	4,4	3,5%						
EMEA	492,0	-2,1%	386,5	0,3%	131,0	-12,3%	125,7	-12,7%	30,2	-46,9%	6,1	36,0%	27,9	13,4%	6,6	21,1%
Propiedad	120,7	3,3%	98,6	6,5%	36,1	5,3%	36,1	5,3%	15,0	-0,9%						
Alquiler	371,3	-3,7%	287,9	-1,7%	94,9	-17,5%	89,6	-18,3%	15,2	-63,5%						
SPAIN	883,7	14,4%	645,4	12,4%	267,1	14,5%	221,6	9,4%	124,2	8,1%	36,4	-11,6%	51,3	13,5%	8,2	50,7%
Propiedad	323,6	12,0%	222,5	7,8%	95,7	11,2%	95,7	11,2%	77,3	13,5%						
Alquiler	560,2	15,8%	422,9	15,1%	171,4	16,4%	126,0	8,0%	47,0	0,3%						
CUBA											11,2	-9,7%			0,3	-16,9%
ASIA											9,7	-5,4%			-0,2	-144,3%
TOTAL	1.818,4	3,8%	1.255,5	5,1%	493,0	1,1%	439,7	-2,0%	206,0	-10,9%	70,1	-5,2%	102,0	7,9%	18,1	-18,9%

HABITACIONES DISPONIBLES (cifras en miles)

	PROPIEDAD Y ALQUILER		PROPIEDAD, ALQUILER Y GESTIÓN	
	12M 2025	12M 2024	12M 2025	12M 2024
AMERICA	2.268,8	2.399,0	3.573,2	3.577,0
EMEA	2.962,0	3.054,2	3.671,3	3.657,1
SPAIN	4.924,9	4.547,9	9.187,9	9.650,7
CUBA	0,0	0,0	4.659,8	5.013,5
ASIA	0,0	0,0	4.088,7	4.015,8
TOTAL	10.155,6	10.001,0	25.180,8	25.914,0

SEGMENTACIÓN Y TIPOS DE CAMBIO

SEGMENTACIÓN (cifra en millones de €)

I2M 2025	Total Hoteles	Negocio Inmobiliario	Corporativos	Total Agregados	Eliminaciones en Consolidación	Total Consolidado
Ingresos	2.475,8	28,8	176,1	2.680,6	(584,1)	2.096,6
Gastos	1.816,2	10,0	237,5	2.063,6	(584,1)	1.479,5
EBITDAR	659,6	18,8	(61,4)	617,0	0,0	617,0
Arrendamientos	53,4	0,0	0,0	53,4	0,0	53,4
EBITDA	606,2	18,8	(61,4)	563,6	0,0	563,6
D&A	90,1	1,9	17,2	109,3	0,0	109,3
D&A (ROU)	150,2	0,5	0,2	150,8	0,0	150,8
EBIT	365,9	16,4	(78,8)	303,5	0,0	303,5

I2M 2024	Total Hoteles	Negocio Inmobiliario	Corporativos	Total Agregados	Eliminaciones en Consolidación	Total Consolidado
Ingresos	2.354,6	57,9	147,7	2.560,2	(503,9)	2.056,3
Gastos	1.716,4	14,5	214,8	1.945,7	(503,9)	1.441,8
EBITDAR	638,2	43,4	(67,0)	614,5	0,0	614,5
Arrendamientos	39,1	0,0	0,0	39,1	(0,0)	39,1
EBITDA	599,0	43,4	(67,0)	575,4	0,0	575,4
D&A	83,0	0,1	19,2	102,3	0,0	102,3
D&A (ROU)	138,5	0,5	0,6	139,6	0,0	139,6
EBIT	377,5	42,8	(86,9)	333,5	0,0	333,5

TIPOS DE CAMBIO I2M 2025

	I2M 2025	I2 M 2024	I2M 2025 vs I2M 2024
I unidad de divisa extranjera = X€	Tipo de cambio medio	Tipo de cambio medio	% cambio
Libra Esterlina (GBP)	1,1675	1,1810	-1,14%
Dólar Americano (USD)	0,8853	0,9241	-4,20%

TIPOS DE CAMBIO 4T 2025

	4T 2025	4T 2024	4T 2025 vs 4T 2024
I unidad de divisa extranjera = X€	Tipo de cambio medio	Tipo de cambio medio	% cambio
Libra Esterlina (GBP)	1,1426	1,2014	-4,90%
Dólar Americano (USD)	0,8590	0,9369	-8,31%

PRINCIPALES ESTADÍSTICAS POR MARCA Y PAÍS 12M 2025

PRINCIPALES ESTADÍSTICAS POR MARCA

	PROPIEDAD Y ALQUILER						PROPIEDAD, ALQUILER Y GESTIÓN					
	Ocupación		ARR		RevPAR		Ocupación		ARR		RevPAR	
	%	Cambio pts	€	% cambio	€	% cambio	%	Cambio pts	€	% cambio	€	% cambio
Paradisus	61,4%	0,4	192,6	6,1%	118,3	6,7%	45,0%	-2,4	175,1	4,8%	78,8	-0,6%
ME by Meliá	60,7%	3,0	419,6	-3,4%	254,6	1,7%	56,8%	-2,5	339,3	-3,0%	192,7	-7,1%
The Meliá Collection	67,1%	15,4	327,3	-8,8%	219,6	18,4%	58,5%	3,8	327,5	-3,9%	191,5	2,8%
Gran Meliá	67,6%	2,3	393,4	4,1%	265,9	7,8%	60,6%	1,5	296,7	5,7%	179,8	8,4%
Meliá	68,2%	-0,8	169,1	0,9%	115,3	-0,2%	58,5%	2,2	133,1	0,4%	77,9	4,3%
Innside	76,5%	2,8	149,3	-1,5%	114,3	2,2%	73,5%	2,2	137,9	0,5%	101,3	3,6%
Sol	80,4%	2,9	107,8	7,1%	86,7	11,0%	74,8%	4,7	101,6	4,0%	76,0	11,0%
Affiliated by Meliá	70,8%	1,2	130,6	6,2%	92,4	7,9%	63,5%	-0,9	111,7	1,0%	70,9	-0,4%
TOTAL	70,5%	1,0	175,5	2,1%	123,6	3,5%	61,7%	1,4	145,1	3,0%	89,6	5,4%

PRINCIPALES ESTADÍSTICAS POR PAISES RELEVANTES

	PROPIEDAD Y ALQUILER						PROPIEDAD, ALQUILER Y GESTIÓN					
	Ocupación		ARR		RevPAR		Ocupación		ARR		RevPAR	
	%	Cambio pts	€	% cambio	€	% cambio	%	Cambio pts	€	% cambio	€	% cambio
AMERICA	61,1%	-0,8	161,3	1,9%	98,6	0,6%	48,5%	1,9	116,7	-0,8%	56,6	3,1%
República Dominicana	65,8%	-2,6	152,7	5,2%	100,5	1,3%	65,8%	-2,6	152,7	5,2%	100,5	1,3%
Mexico	63,2%	1,4	169,4	0,8%	107,0	3,0%	62,7%	1,1	165,5	-1,5%	103,8	0,2%
USA	86,2%	4,3	189,7	-2,9%	163,5	2,2%	86,2%	4,3	189,7	-2,9%	163,5	2,2%
Venezuela	17,1%	-8,7	109,9	-3,9%	18,8	-36,3%	17,1%	-8,7	109,9	-3,9%	18,8	-36,3%
Cuba							40,2%	2,6	73,9	-9,0%	29,7	-2,6%
Brasil							55,9%	1,6	117,5	6,2%	65,7	9,3%
ASIA							54,9%	2,2	83,7	-3,3%	45,9	0,7%
Indonesia							55,2%	-13,5	55,3	-31,1%	30,5	-44,7%
China							63,1%	-0,3	67,8	-13,2%	42,8	-13,6%
Vietnam							50,3%	7,2	79,1	-2,0%	39,7	14,3%
EUROPE	73,1%	1,3	178,9	1,9%	130,8	3,7%	72,6%	0,5	171,4	5,0%	124,5	5,7%
Austria	69,3%	-3,6	197,7	8,0%	137,0	2,7%	69,3%	-3,6	197,7	8,0%	137,0	2,7%
Alemania	70,9%	2,8	131,1	-4,9%	92,9	-1,0%	70,9%	2,8	131,1	-4,9%	92,9	-1,0%
Francia	77,7%	4,8	214,4	-1,8%	166,6	4,7%	77,7%	4,8	214,4	-1,8%	166,6	4,7%
Reino Unido	77,2%	3,9	197,4	0,6%	152,4	5,9%	77,1%	4,0	200,0	0,3%	154,2	5,8%
Italia	67,5%	0,3	337,2	4,6%	227,7	5,2%	67,0%	0,9	324,8	1,6%	217,7	3,0%
ESPAÑA	73,5%	0,3	178,4	3,4%	131,0	3,8%	73,4%	-0,1	169,0	6,6%	124,0	6,4%
Hoteles Urbanos	71,7%	0,6	188,7	3,3%	135,3	4,2%	70,6%	-0,3	181,0	5,4%	127,7	5,0%
Hoteles Vacacionales	75,2%	0,0	168,5	3,6%	126,7	3,6%	75,7%	0,1	159,7	7,5%	120,9	7,6%
TOTAL	70,5%	1,0	175,5	2,1%	123,6	3,5%	61,7%	1,4	145,1	3,0%	89,6	5,4%

BALANCE DE SITUACIÓN

BALANCE

(Millones de Euros)	31/12/2025	31/12/2024	% cambio
ACTIVO			
ACTIVO NO CORRIENTE			
Fondo de comercio	28,8	27,2	6,1%
Otros activos intangibles	89,1	81,2	9,7%
Inmovilizado material	1.661,3	1.594,4	4,2%
Derechos de uso	1.475,7	1.517,9	-2,8%
Inversiones inmobiliarias	169,0	156,8	7,8%
Inversiones valoradas por el método de la participación	253,9	206,9	22,7%
Otros activos financieros no corrientes	132,6	129,1	2,7%
Activos por impuestos diferidos	259,9	296,6	-12,4%
TOTAL ACTIVO NO CORRIENTE	4.070,2	4.009,9	1,5%
ACTIVO CORRIENTE			
Existencias	29,8	32,0	-6,9%
Deudores comerciales y otras cuentas a cobrar	249,2	265,5	-6,1%
Activos por impuestos sobre las ganancias corrientes	22,4	24,1	-7,3%
Otros activos financieros corrientes	51,0	79,0	-35,4%
Efectivo y otros medios líquidos equivalentes	232,5	171,3	35,7%
TOTAL ACTIVO CORRIENTE	584,8	571,9	2,3%
TOTAL ACTIVO	4.655,0	4.581,8	1,6%
PATRIMONIO NETO			
Capital suscrito	44,1	44,1	0,0%
Prima de emisión	1.079,1	1.079,1	0,0%
Reservas	379,9	411,9	-7,8%
Acciones propias	-1,6	-1,5	-6,1%
Ganancias Acumuladas	-572,4	-710,5	19,4%
Diferencias de conversión	-254,0	-202,9	-25,2%
Otros ajustes por cambio de valor	-1,4	-2,7	48,5%
Resultado del ejercicio atribuido a la sociedad dominante	170,1	140,6	20,9%
PATRIMONIO NETO ATRIBUIDO A LA SOCIEDAD DOMINANTE	843,7	758,2	11,3%
Participaciones no dominantes	336,7	311,7	8,0%
TOTAL PATRIMONIO NETO	1.180,4	1.069,9	10,3%
PASIVO			
PASIVO NO CORRIENTE			
Obligaciones y otros valores negociables	52,2	52,1	0,1%
Deudas con entidades de crédito	789,7	769,0	2,7%
Pasivos por arrendamientos	1.279,5	1.312,3	-2,5%
Otros pasivos financieros no corrientes	38,3	56,3	-31,9%
Subvenciones de capital y otros ingresos diferidos	188,3	270,4	-30,4%
Provisiones	38,0	41,0	-7,4%
Pasivos por impuestos diferidos	212,0	212,7	-0,4%
TOTAL PASIVO NO CORRIENTE	2.598,0	2.713,9	-4,3%
PASIVO CORRIENTE			
Obligaciones y otros valores negociables	0,2	11,2	-98,2%
Deudas con entidades de crédito	168,9	111,6	51,4%
Pasivos por arrendamientos	142,8	151,6	-5,8%
Acreedores comerciales y otras cuentas a pagar	523,4	473,4	10,6%
Pasivos por impuestos sobre las ganancias corrientes	10,2	23,8	-57,2%
Otros pasivos financieros corrientes	31,0	26,4	17,7%
TOTAL PASIVO CORRIENTE	876,6	798,0	9,8%
TOTAL PASIVO	3.474,6	3.511,9	-1,1%
TOTAL GENERAL PASIVO Y PATRIMONIO NETO	4.655,0	4.581,8	1,6%

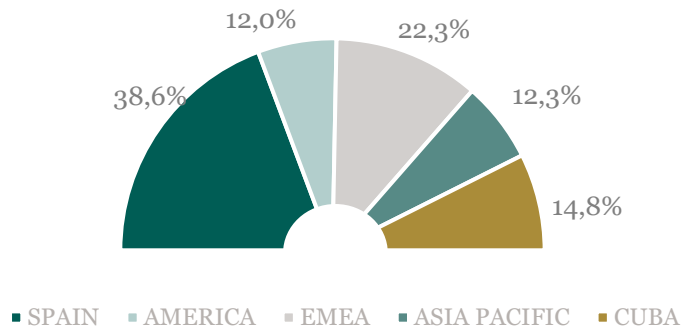
EXPANSIÓN

CARTERA ACTUAL

383

Hoteles

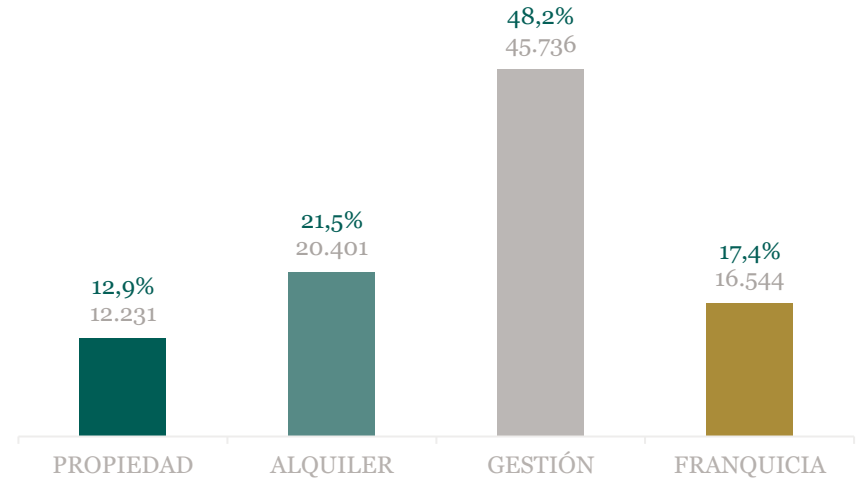
Portfolio por región geográfica (% habitaciones)



94.912

Habitaciones

Portfolio por tipo de gestión (% habitaciones)

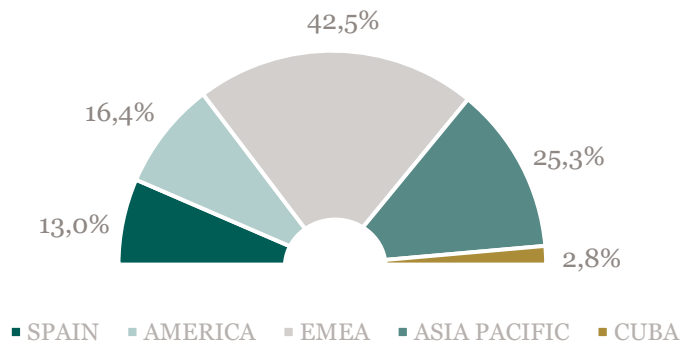


PIPELINE

+79

Nuevos Hoteles

Aperturas por región geográfica (% habitaciones)

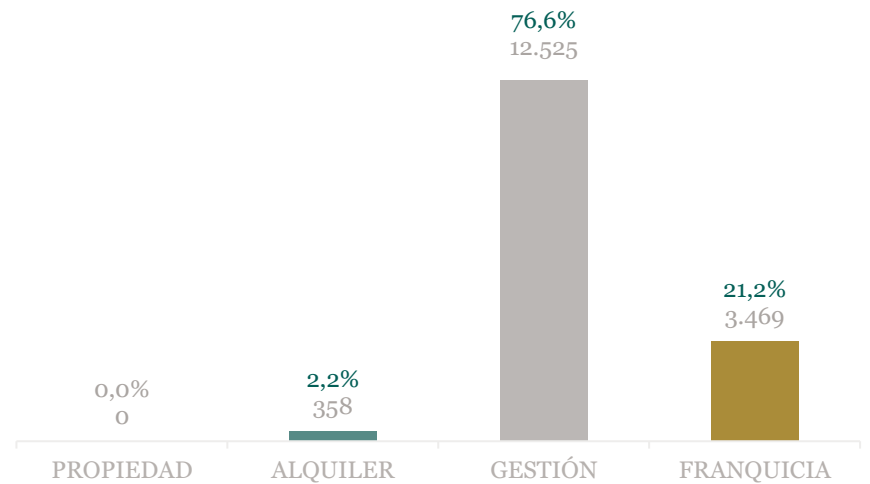


+16.352

Habitaciones

+17,2% *

Aperturas por tipo de gestión (% habitaciones)



* % de aperturas sobre portfolio operativo



Gran Meliá Arusha Arusha, Tanzania

EXPANSIÓN

Aperturas en 01/01/2025 – 31/12/2025

HOTEL	PAIS/CIUDAD	GESTIÓN	HABITACIONES	REGIONAL
CASA LUCIA	Argentina/Buenos Aires	Management	142	AMERICA
ALEJANDRO I	Argentina/Salta	Franquicia	167	AMERICA
ROATAN MEDIA LUNA RESORT	Honduras/Roatán	Franquicia	100	AMERICA
PATTAYA	Tailandia/Pattaya	Management	234	ASIA PACIFIC
SAPA MOUNTAIN RESORT	Vietnam/Sapa	Management	77	ASIA PACIFIC
SAPA SQUARE	Vietnam/Sapa	Management	57	ASIA PACIFIC
WHALE LAGOON MALDIVES	Maldivas/Bodufinolhu Island	Management	100	ASIA PACIFIC
BRISTOL HABANA VIEJA	Cuba/La Habana	Management	162	CUBA
VLORA PRIAM	Albania/Vlora	Franquicia	70	EMEA
SARANDA BUTRINTI	Albania/Saranda	Franquicia	87	EMEA
CORTE ROSADA	Italia/Cerdeña	Management	136	EMEA
VENEZIA LIDO	Italia/Venecia	Franquicia	60	EMEA
SAO JOAO DA MADEIRA	Portugal/Madeira	Franquicia	120	EMEA
LISBON	Portugal/Lisboa	Management	189	EMEA
SHKODER GRAND HOTEL EUROPA	Albania/Shkoder	Franquicia	56	EMEA
BEN MARSALFORN	Malta/Marsalforn	Management	36	EMEA
GRAND HOTEL KORÇA	Albania/Korçe	Franquicia	70	EMEA
EETU BEGUR	España/Gerona	Franquicia	47	SPAIN
FIVE FLOWERS FORMENTERA	España/Es Pujols - Formentera	Franquicia	79	SPAIN
HACIENDA DEL MAR	España/Málaga	Management	131	SPAIN
PALMA AVENIDAS	España/Palma de Mallorca	Alquiler	68	SPAIN
MIM IBIZA	España/Ibiza - Es Viver	Alquiler	53	SPAIN
MIM MALLORCA	España/S'Illet, Mallorca	Alquiler	98	SPAIN
MIM SITGES	España/Sitges	Alquiler	77	SPAIN
MIM SOTOGRANDE	España/Sotogrande	Alquiler	45	SPAIN
MIM BAQUEIRA	España/Baqueira	Alquiler	137	SPAIN
MIM ANDORRA	Andorra/Escaldes-Engordany	Alquiler	34	SPAIN
MALAGA	España/Málaga	Management	128	SPAIN

Aperturas en 01/01/2025 – 31/12/2025

HOTEL	PAIS/CIUDAD	GESTIÓN	HABITACIONES	REGIONAL
PANAMA CANAL	Panamá/Lago Gatún	Propiedad	200	AMERICA
MARINA VARADERO	Cuba/Varadero	Management	771	CUBA
TURQUESA BEACH	Cuba/Holguín	Management	156	CUBA
DUSSELDORF KREFELD	Alemania/Düsseldorf	Alquiler	99	EMEA
FRANKFURT EUROTHEUM	Alemania/Frankfurt am Main	Alquiler	74	EMEA
LEON CAMINO	España/León	Alquiler	127	SPAIN
MADRID REINA VICTORIA	España/Madrid	Management	192	SPAIN

	CARTERAL ACTUAL				PIPELINE											
	YTD 2025		2024		2026		2027		2028		En adelante		Pipeline		TOTAL	
	H	R	H	R	H	R	H	R	H	R	H	R	H	R	H	R
AMERICA	40	11.405	38	11.190	5	934	2	206	6	1.534			13	2.674	53	14.079
Propiedad	16	6.577	17	6.770											16	6.577
Alquiler	2	586	2	586	1	167							1	167	3	753
Gestión	18	3.819	17	3.683	2	291			4	866			6	1.157	24	4.976
Franquicia	4	423	2	151	2	476	2	206	2	668			6	1.350	10	1.773
CUBA	34	14.053	35	14.818	2	456							2	456	36	14.509
Gestión	34	14.053	35	14.818	2	456							2	456	36	14.509
EMEA	110	21.127	103	20.455	12	923	19	3.350	6	1.466	6	1.217	43	6.956	153	28.083
Propiedad	7	1.396	7	1.396											7	1.396
Alquiler	36	6.736	38	6.910											36	6.736
Gestión	19	2.280	16	1.898	6	314	14	2.438	5	1.270	5	1.037	30	5.059	49	7.339
Franquicia	48	10.715	42	10.251	6	609	5	912	1	196	1	180	13	1.897	61	12.612
SPAIN	153	36.638	144	36.209	7	1.098	2	218	2	808			11	2.124	164	38.762
Propiedad	16	4.258	16	4.027											16	4.258
Alquiler	54	13.079	45	11.905			1	191					1	191	55	13.270
Gestión	55	13.895	58	15.036	5	903			2	808			7	1.711	62	15.606
Franquicia	28	5.406	25	5.241	2	195	1	27					3	222	31	5.628
ASIA PACIFIC	46	11.689	42	11.310	2	1.023			2	1.104	6	2.015	10	4.142	56	15.831
Gestión	46	11.689	42	11.310	2	1.023			2	1.104	6	2.015	10	4.142	56	15.831
TOTAL HOTELES EN PROPIEDAD	39	12.231	40	12.193											39	12.231
TOTAL HOTELES EN ALQUILER	92	20.401	85	19.401	1	167	1	191					2	358	94	20.759
TOTAL GESTIÓN	172	45.736	168	46.745	17	2.987	14	2.438	13	4.048	11	3.052	55	12.525	227	58.261
TOTAL FRANQUICIA	80	16.544	69	15.643	10	1.280	8	1.145	3	864	1	180	22	3.469	102	20.013
TOTAL MELIÁ HOTELS INT.	383	94.912	362	93.982	28	4.434	23	3.774	16	4.912	12	3.232	79	16.352	462	111.264



**Meliá Hotels International
Investor relations Team**

Contact details:

Stéphane Baos
stephane.baos@melia.com
+34 971 22 45 81

Agustín Carro
agustin.carro@melia.com
+34 871 20 43 50

DEFINICIONES

EBITDA y EBITDAR

El EBITDA (*Earnings Before Interest expense, Taxes and Depreciation and Amortization*): Resultado antes de intereses, impuestos, depreciación y amortización. Su utilidad es la de ofrecer una estimación del flujo de efectivo neto de las actividades de explotación.

El EBITDAR (*Earnings Before Interest, Tax, Depreciation, Amortization, and Rent*): Resultado antes de intereses, impuestos, depreciación, amortización y alquiler de hotel. Su utilidad reside en permitir la comparabilidad entre las unidades de negocio hoteleras explotadas por el Grupo, independientemente de la estructura mediante la cual se hayan adquirido los derechos de explotación (propiedad o alquiler).

EBITDA y EBITDAR sin plusvalías

EBITDA y EBITDAR sin plusvalías: El objetivo de este indicador es ofrecer una medida del resultado operativo de la Compañía que no incluya determinados resultados del segmento inmobiliario, relacionados principalmente con la variación del valor razonable de las inversiones inmobiliarias y la rotación de activos. Para el cálculo del EBITDA y EBITDAR sin plusvalías se excluyen tanto ingresos como gastos relacionados con dichas actividades, dando lugar a los Ingresos sin plusvalías, medida utilizada para el cálculo de márgenes sin plusvalías.

Márgenes EBITDA y EBITDAR sin plusvalías

El margen EBITDAR se obtiene dividiendo el EBITDAR entre los ingresos totales, excluyendo toda aquella plusvalía que haya podido generarse por ventas de activos a nivel de ingresos.

Por otro lado, el margen EBITDA sin plusvalías se obtiene dividiendo el EBITDA sin plusvalías entre los ingresos totales, excluyendo aquellas plusvalías que se hayan generado a nivel de ingresos por ventas de activos.

Deuda Neta

La Deuda Neta es una métrica financiera que la Compañía utiliza para evaluar su apalancamiento financiero. Se obtiene como la suma de la deuda a largo plazo más la deuda a corto plazo, todo ello minorado por el efectivo y otros activos equivalentes. En este sentido, nuestra definición de Deuda Neta puede que no sea totalmente comparable a la usada por otras Compañías.

Ratio Deuda Neta / EBITDA

La ratio Deuda Neta / EBITDA es una métrica empleada habitualmente por analistas financieros, inversores y otros terceros para comparar la condición financiera de una determinada Compañía. Como su propio nombre indica, se obtiene dividiendo la Deuda Neta entre el EBITDA. Del mismo modo que sucede con la Deuda Neta, nuestra definición de la métrica Deuda Neta / EBITDA puede que no sea totalmente comparable con la usada por otras Compañías.

Tasa de Ocupación

La Tasa de Ocupación se obtiene como el cociente entre el total de noches de habitación vendidas entre el total de noches de habitación disponibles durante un periodo analizado. Mide el uso de la capacidad disponible de los hoteles y es usada por el equipo gestor para medir la demanda de un hotel o grupo de hoteles específicos en un determinado periodo. Asimismo, también sirve para fijar la tarifa promedio por habitación en función de si la demanda de habitaciones aumenta o decrece.

Tarifa Promedio por Habitación (Average Room Rate o ARR)

La Tarifa Promedio por Habitación, comúnmente conocida como ARR, se obtiene dividiendo los ingresos obtenidos por venta de habitaciones entre las noches de habitación vendidas en un determinado periodo. Mide el precio medio por habitación alcanzado por un hotel y proporciona una valiosa información relativa a dinámicas de precios y naturaleza de los clientes de un determinado hotel o grupo de hoteles. Es una métrica utilizada ampliamente en la industria y por el equipo gestor para evaluar los precios que la Compañía es capaz de cobrar en función del tipo de cliente. Asimismo, los cambios en la tarifa promedio por habitación tienen un impacto diferente tanto en ingresos, como en la rentabilidad del negocio, de aquellos producidos en la tasa de ocupación.

Ingreso por Habitación Disponible (Revenue Per Available Room o RevPAR)

El Ingreso por Habitación Disponible, comúnmente conocido como RevPAR, se obtiene dividiendo los ingresos de habitaciones entre el número de noches de habitación disponibles para la venta. Es una métrica primordial para el equipo gestor a la hora de evaluar el comportamiento del negocio, ya que está correlacionada con los dos indicadores principales de las operaciones de un hotel o grupo de hoteles: la tasa de ocupación y la tarifa promedio por habitación. Asimismo, el RevPAR se utiliza para medir y comparar el comportamiento en periodos comparables entre hoteles similares.

Flow Through

El *Flow Through* es una métrica financiera que se obtiene dividiendo los cambios en el EBITDA entre los cambios en los ingresos de un determinado periodo. Es un indicador relacionado con los márgenes que es evaluado por el equipo gestor habitualmente que indica, en porcentaje, qué parte del incremento de los ingresos fluye hacia el EBITDA.

Resultados anuales 2025

Meliá gana un 23,6% más (200,2 Mn€), con un Ebitda sin plusvalías de 544,7Mn€, y mantiene un ratio de Deuda Financiera Neta/Ebitda por debajo de 2,2 veces

Crecimiento del RevPAR superior a la industria y en niveles saludablemente moderados (+6,6% en moneda constante)

Los ingresos sin plusvalías se incrementaron en +3,2% hasta los 2.078 Mn€

Balance positivo del año pese al impacto de grandes hoteles cerrados por reforma y del tipo de cambio del USD/€

La Compañía espera un 2026 también positivo y no vislumbra un cambio de tendencia

Principales highlights del año 2025**Evolución del negocio:**

- Incremento del RevPAR global (+5,4% vs 2024 en moneda corriente), con una contribución superior del precio sobre la ocupación
- Los ingresos sin plusvalías del grupo (2.077,5Mn€) (+3,2% vs el año anterior) confirman la tendencia de saludable normalización en el ritmo de crecimiento.
- El Beneficio Neto superó los 200 M€, impulsando también una sólida generación de caja operativa de 200 M€, por encima del año anterior.
- Meliá.com y el resto de los canales propios (incluyendo la App) crecen un 7% en el año, manteniendo estable su contribución cercana al 50% de la venta centralizada
- Meliá firmó 51 nuevos hoteles en 2025, todos ellos en fórmulas asset light, sumando más de 9.000 habitaciones, y abrió 28 hoteles. A la fecha alcanza los 83 hoteles en proceso de futura apertura

Estrategia para la resiliencia:

- La estrategia focalizada en distribución y digitalización, mejora de la rentabilidad, crecimiento "asset-right" y sostenibilidad apuntalan una empresa más sólida y resiliente frente al entorno cambiante
- Positivo desempeño financiero, situándose al cierre del año la Deuda Financiera Neta en 778,6Mn€, manteniendo una ratio de Deuda Financiera Neta/Ebitda en los saludables niveles esperados, por debajo de 2,2x
- La Compañía ha cerrado una operación de reorganización de la práctica totalidad de su deuda a través de un préstamo sindicado con entidades de referencia para optimizar sus costes financieros y acomodar los vencimientos al crecimiento previsto para los próximos años

Gestión responsable (ESG):

- Meliá volvió a posicionarse como la Compañía Hotelera más sostenible de Europa en 2025 según Standard & Poor's Global, y tercera del todo el sector turístico a nivel global
- Avances en el gobierno de la sostenibilidad, con un Informe de Sostenibilidad alineado con los nuevos estándares de la normativa europea sobre reporting en sostenibilidad y la aprobación y actualización de políticas en materias de ESG
- Aprobado el Plan de Transición energética para España a 10 años, que evitará la emisión de 3.000 toneladas de CO2 anuales
- Revalida su Certificación como marca empleadora "Top Employer" categoría Enterprise y lidera también el ranking del sector turismo en Merco Talento

Perspectivas 2026:

- 2026 ha comenzado con perspectivas positivas, dentro del marco de normalización del ritmo de crecimiento
- La Compañía no vislumbra un cambio de ciclo, en línea con las previsiones del World Travel & Tourism Council, que establecen que el turismo mantendrá un crecimiento superior a la media de sectores económicos hasta 2035
- Positivas perspectivas para el primer trimestre en Canarias, Caribe y hoteles de nieve, sustentadas en las campañas promocionales realizadas y la tendencia de la venta de último minuto.
- Las reservas en libros superan ya en +11% las registradas el año anterior, con crecimiento en todos los segmentos,
- El Grupo espera un impacto muy positivo de la reapertura en 2026 de hoteles como Paradisus Bali, Paradisus Cancún y Gran Meliá Don Pepe, tras su proceso de reforma y reposicionamiento integral

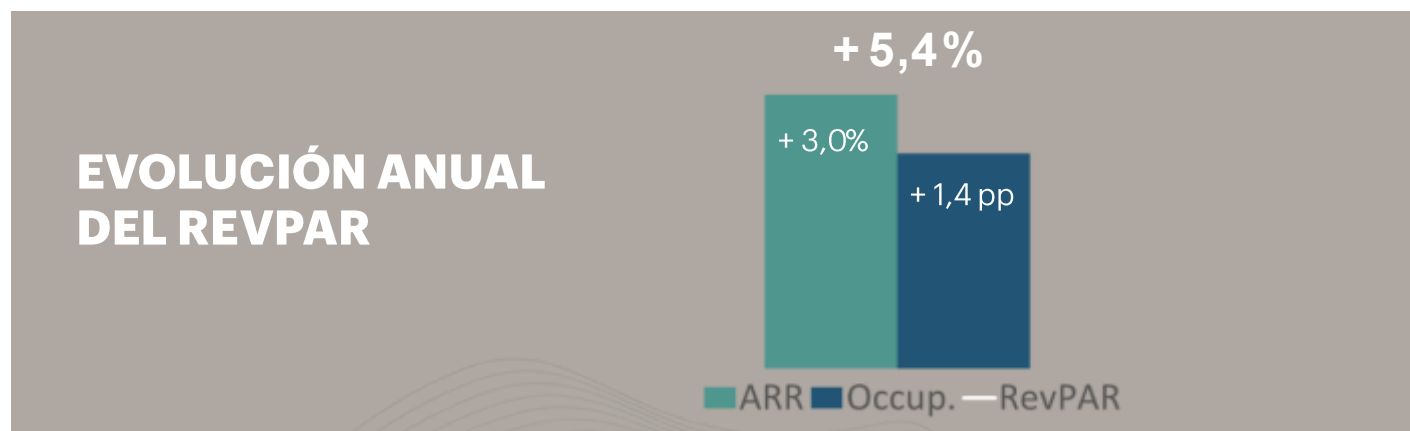
Gabriel Escarrer, Presidente y Consejero Delegado:

“Meliá Hotels International llega a su 70 Aniversario haciendo un positivo balance del año 2025, un ejercicio que puso a prueba, una vez más, la fortaleza del turismo. A pesar de las tensiones geopolíticas y comerciales sin precedentes en un entorno global de cambio y dinamismo acelerado, la demanda turística se mantuvo robusta, con un crecimiento sólido y saludable, aunque más moderado que los últimos dos años, en que el sector vivió la “gran recuperación” post-pandemia. En 2025, el turismo mundial registró un crecimiento del PIB turístico global de en torno al 6%, casi dos veces superior al de la economía en general, y que afianza al turismo como uno de los motores más relevantes de la economía mundial.

En este contexto, la tendencia global de priorización del consumo de viajes y experiencias frente al de bienes materiales sigue reafirmando la estrategia de Meliá Hotels International de combinar un crecimiento más cualitativo y rentable con seguir afianzando una Compañía más resiliente y responsable. Un favorable entorno en el que nuestra Compañía ha seguido capitalizando las tendencias del mercado, gracias a nuestro posicionamiento en el mundo de la hotelería vacacional y bleisure (o de ocio urbano) y a nuestra aquilatada estrategia.

De esta forma, nuestro desempeño financiero durante 2025 ha sido nuevamente muy positivo, manteniendo el compromiso de preservar el balance con una ratio de deuda financiera neta/Ebitda inferior a 2,2x sin comprometer por ello nuestro crecimiento sostenido vía, principalmente, fórmulas poco intensivas en capital y alianzas estratégicas. Igualmente positiva fue la evolución del negocio, donde registramos un incremento ligeramente por encima de un dígito medio en el ingreso medio por habitación (RevPAR) con una contribución ligeramente superior de la evolución del precio medio sobre la ocupación. Como resultado de todo ello, nuestros resultados superan a los reportados en la serie histórica, reafirmandonos en nuestra hoja de ruta estratégica, para seguir construyendo una Compañía más resiliente que garantice a todos nuestros accionistas una mayor generación de valor a largo plazo”.

Palma de Mallorca, 25 de febrero de 2026. Los resultados de Meliá Hotels International en 2025 evidencian que la Compañía ha sabido capitalizar la tendencia positiva de la industria a nivel global, registrando un crecimiento de RevPAR superior al de las Compañías hoteleras presentes en el mercado, permitiendo un desempeño estable y positivo del negocio en todos los segmentos y en prácticamente todas las regiones del mundo, pese al entorno macroeconómico más moderado.



De esta forma, la Compañía registró un incremento ligeramente por encima de un dígito medio (**5,4%** en términos globales) en el ingreso medio por habitación (**RevPAR**), con una contribución superior del factor precio sobre la ocupación. Como resultado de todo ello, Meliá cumple las expectativas del mercado al obtener un **Ebitda sin plusvalías de 544,7 Mn€**, logrando incrementar el **Beneficio Neto consolidado** un 23,6%, hasta los **200,2 Mn€**, un resultado en línea con las expectativas, que se habría conseguido además a pesar del cierre por reformas de algunos de los hoteles con mayor contribución del Grupo, como el Paradisus Cancún -de próxima reapertura en el mes de mayo- Gran Meliá Don Pepe - que abrirá en octubre- y Paradisus Bali, (recientemente reabierto). El cierre de estos tres establecimientos ha tenido un impacto de -12 Mn€ en el Ebitda.

En cuanto al **desempeño financiero** del Grupo en 2025, éste ha sido nuevamente muy positivo, manteniendo el compromiso de preservar el balance con una ratio deuda financiera neta /Ebitda inferior a 2,2x sin comprometer por ello el crecimiento sostenido vía, principalmente, fórmulas poco intensivas en capital y alianzas estratégicas. La reciente firma de un nuevo préstamo sindicado por importe de 800Mn€, en línea con la estrategia de Meliá de fortalecimiento del balance y mejora de su estructura financiera, permitirá optimizar las condiciones económicas de la financiación ya existente y acomodar el plan de vencimientos al crecimiento proyectado por la Compañía hasta 2030, además de reducir el margen aplicado (spread) sobre los tipos de interés de referencia.

La estrategia de Meliá continúa apoyándose en sus grandes fortalezas para aprovechar el contexto actual y seguir creciendo de una forma más cualitativa y rentable mientras afianzan la sostenibilidad y resiliencia del Grupo, dos de las grandes prioridades de Meliá. La Compañía reporta así avances en los **grandes ejes estratégicos**:

- **Distribución y canales propios:** la mejor capacidad de distribución a través de Melia.com y el resto de canales propios (incluyendo la App) – que crecieron en conjunto un 7% en el año, manteniendo estable su contribución cercana al 50% de la venta centralizada- reafirman la vocación del Grupo de liderar la conversación con el cliente y mejoran su competitividad comercial. Estrechamente vinculado a esta estrategia, el programa de fidelidad MeliáRewards se aproxima ya a los 19 millones de miembros, que representaron nada menos que el 86% de las reservas en los canales directos del Grupo. Al mismo tiempo la evolución de otros canales tan valiosos para el Grupo como los Tour Operadores (a los que siempre han denominado sus “ángeles de la guarda”) o de las Agencias de Viajes On line y tradicionales, fue también positiva, así como las ventas a través de la plataforma MeliáPro, el canal de reservas de segmentos profesionales, que registraron un incremento de +5%.

CANALES Y SEGMENTOS

DATOS PRINCIPALES

CORPORATE

+ 9%
vs. A/A

TT.OO.

+ 8%
vs. A/A

OTA's

Agencias de viajes
online

+ 2%
vs. A/A

Destacando el incremento de ventas al segmento **corporate**, y a la **turoperación**

CANALES PROPIOS

Incluyendo melia.com y app

+ 7%

VENTAS vs. A/A

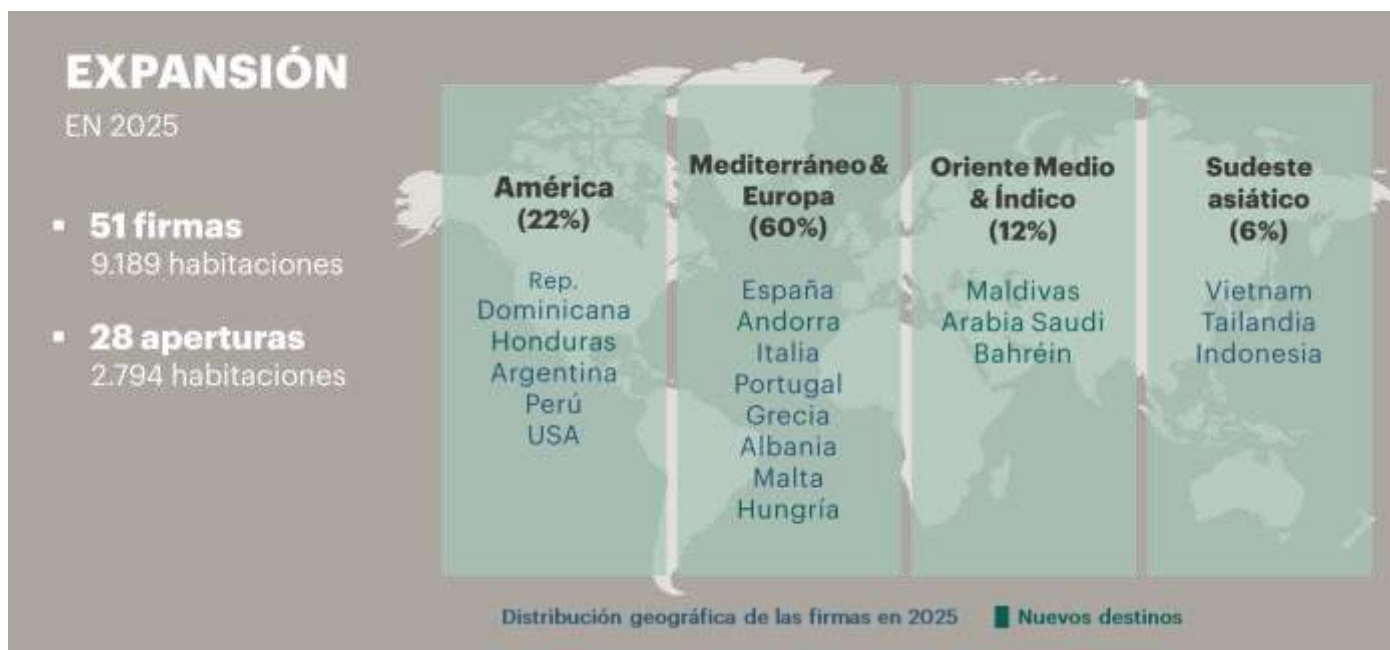
MeliáPRO

+ 5%

VENTAS vs. A/A

- **Mejora continua del producto, las marcas y las experiencias**, con un portfolio renovado, marcas más competitivas y un mayor peso del lujo y segmentos premium y “lifestyle”. Entre 2023 y 2026 la Compañía habrá transformado y reposicionado, junto con sus partners, más de 90 hoteles con una inversión cercana a los 1.000Mn €, dando un impulso especial en los segmentos de Lujo y Premium. En 2025 se completó el exclusivo portfolio de la marca de Resorts de lujo Paradisus en las islas Canarias, con los Paradisus de Lanzarote, Gran Canaria y Fuerteventura, tras una inversión de 100Mn€, a los que se sumarán en 2026 los Paradisus Bali y Paradisus Cancún. La marca ME by Meliá estrenó cuatro hoteles de lujo en Lisboa, Malta, Marbella y Málaga, y la marca The Meliá Collection abrió 10 nuevos hoteles en ubicaciones singulares y premium, incluyendo los 6 hoteles MiM propiedad de Leo Messi que se incorporan bajo esta exclusiva enseña. 2026 será también un año de importante crecimiento para los hoteles ZEL, creados junto a Rafa Nadal, que abrirá en Creta, Madrid, Cozumel y Fuerteventura. En el conjunto de sus marcas, el Grupo registró un año más un extraordinario dato de satisfacción y recomendación de sus clientes, obteniendo un NPS de 61,1% (+1,5% respecto a 2024).

- **Modelo de crecimiento “asset right”**: en 2025 Meliá alcanzó uno de los momentos de mayor crecimiento de su historia, con la firma de más de 50 nuevos hoteles y más de 9.000 habitaciones en algunos de los destinos más demandados del mundo, especialmente en el segmento de lujo, que sigue siendo un motor clave de la transformación del Grupo. Con vistas a 2026 se estima abrir al menos 30 nuevos hoteles y continuar evolucionando el portfolio hacia el lujo y el segmento premium y lifestyle, donde aprecian el mayor potencial de valor a largo plazo. De los 51 establecimientos firmados en 2025, 17 llevan marcas de lujo y 16 marcas Premium, con lo que el 63% de su portfolio operativo y el 78% del pipeline corresponden ya a estos segmentos de mayor valor añadido. Este ritmo de crecimiento consolida además la estrategia “asset-right” del Grupo, equilibrando la propiedad y las fórmulas poco intensivas en capital –que engloban al 87% de las habitaciones operativas-, un crecimiento facilitado por la competitividad de Meliá en Marcas, distribución y excelencia operativa, y que permite avanzar hacia un modelo más “gestor” con un recorrido amplio de mejora progresiva de márgenes, a medida que crezca el portfolio. La expansión bajo estas fórmulas, junto con un foco renovado en la eficiencia operativa, son las palancas claves del plan de maximización de márgenes y rentabilidad que la Compañía sigue impulsando como premisa básica de su estrategia de resiliencia.



- **Fortalecer el compromiso responsable** con un foco especial en el componente social (la S del modelo ESG), que recoge el compromiso de la empresa hacia las personas y las comunidades. La Compañía reporta en 2025 importantes avances en materia social, de gobierno corporativo y medioambiental, con hitos en destinos principales como la República Dominicana, donde se aplica ya el modelo de preservación de la biodiversidad y donde se ha creado la 1ª Escuela de Hostelería y Turismo Gabriel Escarrer Juliá, una iniciativa que persigue plasmar el legado del fundador de Meliá a través de la inclusión, la empleabilidad y la excelencia profesional en el sector turístico en los destinos que más lo necesitan. Por otra parte, Meliá continúa impulsando sistemas de optimización energética en climatización con aplicación progresiva de inteligencia artificial para maximizar la eficiencia y resiliencia operativa, como el programa de eficiencia energética CO2PERATE, lanzado en 2019. En 2025 la Compañía ha aprobado además el Plan de Transición Energética en España, por el cual evitará la emisión de 3.000 Tn. de CO2 anuales, con una inversión en 2026 de unos 2.250.000€ que se recuperarán íntegramente en los siguientes 12 meses, gracias a los ahorros energéticos directos y a los ahorros energéticos certificados (CAE's).
- Por otra parte, la Compañía sigue apostando por su Programa *Travel For Good* como palanca estratégica clave para integrar la visión responsable de Meliá en todos los ámbitos del negocio y fomentar una cultura de compromiso social y medioambiental. En 2025, más del 90% de los hoteles de Meliá en el Caribe celebraron actividades de concienciación ambiental para clientes y/o empleados, el 87% participaron en proyectos de protección de especies locales o restauración de hábitats naturales, y el 93% de los hoteles participaron en actividades de voluntariado en su comunidad.

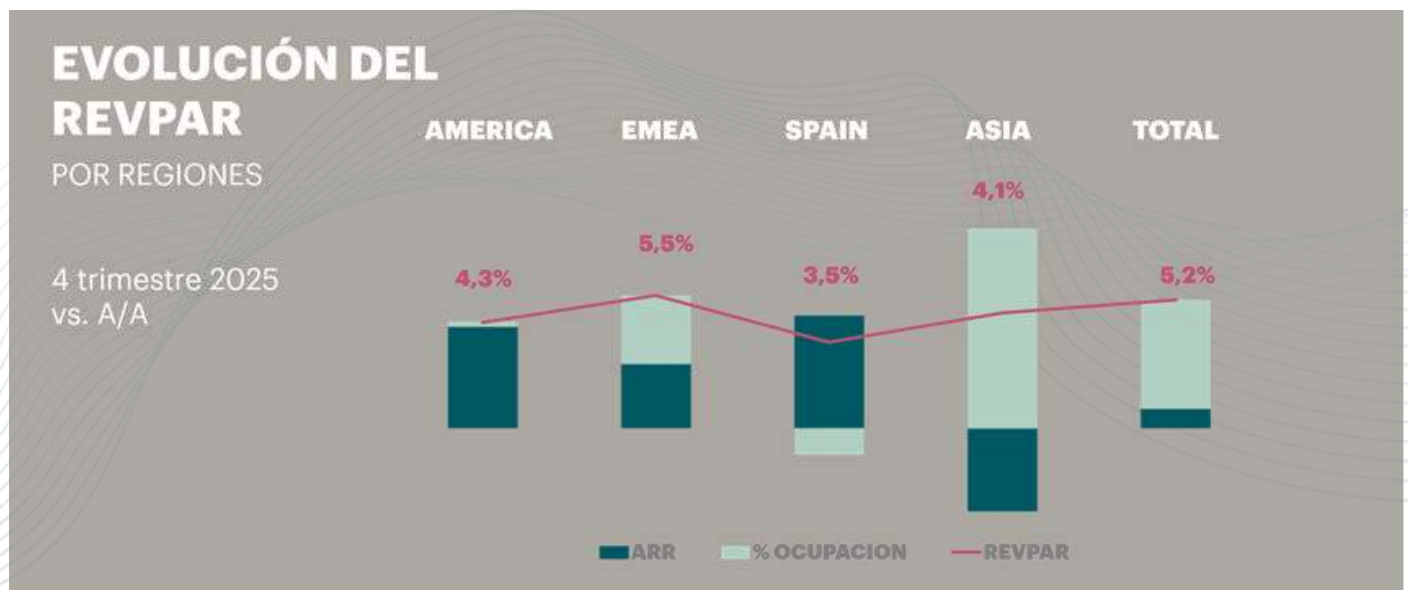
Perspectivas

La tendencia de reservas para el primer trimestre se mantiene favorable, con un sólido desempeño en hoteles de nieve, Canarias y el Caribe (donde es temporada alta) gracias a las positivas campañas promocionales como el Black Friday (que registró un 17% más de ingresos que la realizada el año anterior) y la evolución de las ventas de último minuto. Así, a día de hoy las reservas registradas en libros se sitúan ya un 11% por encima de las registradas en la misma fecha de 2025, con crecimiento en todos los segmentos, especialmente en el de Congresos y Convenciones (MICE) que mejora en +10%.

Con respecto a la temporada estival en España, y a pesar de la dificultad de extrapolar datos del ejercicio en esta temprana fecha, las reservas en libros actuales (con un crecimiento de doble dígito), anticipan una temporada de verano positiva, principalmente por la mejora de Cliente Directo (tanto cliente final como intermediario vía MeliáPro) los TTOO y el relanzamiento del Club Meliá. La Compañía sigue constatando la interesante tendencia hacia un incremento de la venta anticipada y de las reservas para la "temporada media". Por mercados, se registra un incremento de ventas en los principales mercados emisores, especialmente España.

A esta positiva evolución prevista se añade la expectativa de reincorporar, a lo largo del año, la producción de hoteles aún en fase de reposicionamiento tan importantes como Paradisus Cancún y Gran Meliá Don Pepe, además del Paradisus Bali, así como la previsión de apertura de al menos 30 hoteles, que aportarán más de 3.500 nuevas habitaciones al portfolio.

Negocio hotelero: evolución y perspectivas por regiones (4º trimestre 25 y 1er trimestre 26)



ESPAÑA

El **tramo final del año** fue positivo para los hoteles urbanos de Meliá, con un crecimiento en tarifas especialmente acusado en diciembre, y con una evolución más destacada en Bilbao, Sevilla y Valencia, seguidas por Madrid y Palma. Respecto a los hoteles vacacionales debemos destacar el desempeño de los hoteles de nieve gracias a la fuerte temporada de esquí, así como un positivo 4º trimestre en Canarias, gracias a la aportación del Club Meliá y la Tour Operación, con un resultado excelente de los reposicionados Paradisus Fuerteventura y Meliá Costa Atlantis, y con una demanda de habitaciones superiores que sigue al alza.

Con vistas al **1er trimestre de 2026** se espera que los hoteles urbanos mantengan una evolución positiva en las principales ciudades, que se benefician del sólido calendario de congresos, ferias y eventos, y de la resiliencia de la demanda de ocio urbano. Mejora destacable del segmento de cliente directo de Meliá. En cuanto a los hoteles vacacionales vuelven a destacar los hoteles de nieve con un positivo incremento de tarifas, al igual que las Islas Canarias, y un comportamiento destacado en general de los mercados emisores británico y español. La posición de reservas en libros de la Compañía se benefició del impulso de la campaña de Black Friday y el crecimiento de los canales propios y el programa de fidelización apuntan a seguir avanzando en la calidad de los ingresos.

EMEA

Alemania presentó en el cuarto trimestre una mejoría respecto al año pasado debido a la agenda de ferias, concentrándose la demanda y la mejora de las tarifas en las fechas de los grandes eventos, y manteniéndose más fragmentada y sensible en los periodos entre ferias, así como a la mayor demanda de grupos y tripulaciones; en el **inicio del año 2026**, por su parte, el país germano mantiene la dependencia de los eventos, aunque con tendencia a una mayor estabilización de las tarifas.

El Reino Unido registró un **cuarto trimestre** positivo en Londres gracias a la demanda de grupos y tripulaciones y a los datos de ocupación en general, mientras que en el resto de las ciudades se observó una ligera desaceleración, compensada parcialmente por las escapadas de invierno y la demanda asociada a eventos deportivos. Se anticipa un **inicio de año 2026** positivo con una demanda equilibrada por segmentos y el empuje de las tarifas; de manera especial destacan las mejoras en el segmento MICE (Congresos y convenciones) y las ventas en los canales directos y de E-commerce, señalando un avance en la mejora de las tarifas.

El 4º trimestre ha sido positivo en **Francia**, con crecimiento tanto en tarifas como en ocupación gracias al equilibrio entre segmentos y a la favorable demanda de ocio y del segmento Corporate. Buena evolución de la tour operación, especialmente con clientes de los Estados Unidos. Los hoteles de París también **comenzaron el año en positivo** manteniendo el crecimiento equilibrado de tarifas y ocupación, con buena evolución de todos los segmentos salvo el de OTA's, compensado por el resto de canales. El calendario y desempeño previsto para los segmentos Corporate y MICE serán similares al año anterior.

Italia finalizó el año 25 con una tendencia desigual en Milán, con la ausencia de un gran evento celebrado el año anterior, pero Roma registró un crecimiento de tarifas en el segmento de lujo que beneficio al Gran Meliá Villa Agrippina, con gran aceptación por parte del mercado norteamericano. **En 2026** la celebración de los Juegos Olímpicos de Invierno en Milán impulsa la demanda, especialmente vinculada al segmento MICE de lujo, con el Gran Meliá Palazzo Cordusio como gran beneficiario.

AMÉRICA

En **México**, la demanda de ocio se mantuvo positiva durante el último trimestre, gracias a la estabilidad en las conexiones aéreas y al flujo de viajeros, con EEUU como principal mercado emisor a pesar de la creciente diversificación que se persigue. La resiliencia de tarifas de los canales directos y las OTA's permitieron mantener un equilibrio entre ocupación y tarifas para preservar el RevPAR. Los segmentos Corporate y MICE vivieron una recuperación más gradual. Las perspectivas para 2026, que apuntan a superar las cifras del año anterior tanto en ocupación como en tarifa, podrían verse afectadas a corto plazo por la crisis de seguridad en el país, si bien la Compañía confirma la no existencia de afectaciones a sus hoteles y confía en un rápido restablecimiento de la normalidad, para minimizar el impacto sobre este extraordinario destino.

La **República Dominicana** cerró el **4º trimestre** con incrementos de ocupación y tarifas que reflejan una evolución sólida del negocio, con incremento de clientes europeos, sobre todo de Reino Unido, y menor afluencia de estadounidenses y canadienses. El **comienzo de 2026** presenta crecimiento tanto de ocupación como tarifas, apoyada en una contribución positiva de todos los segmentos, especialmente de OTA's. Destaca el desempeño del recientemente abierto ZEL Punta Cana, tras el proceso de lanzamiento o "ramp-up".

Estados Unidos mantuvo la tendencia de la región, con crecimiento en **Nueva York**, que superó en todos los meses la ocupación y tarifa del año anterior, gracias a una sólida estrategia comercial y a las favorables condiciones del mercado. Por su parte, **Orlando**, afectado por una temporada de huracanes algo más extensa de lo habitual, presentó una evolución dual, con menor afluencia de ocio y fuerte crecimiento del segmento MICE y Corporate. En los **primeros compases de 2026** Nueva York mantiene su crecimiento, anticipando una mejora de tarifas y ocupaciones para el trimestre.

CUBA

Los ingresos de Meliá en Cuba se redujeron hasta los 11 Mn€ en 2025. La difícil situación de la Isla en los últimos ejercicios se ha agravado debido a la crisis energética que ha paralizado sectores clave, provocando además una reducción de la conectividad aérea con consecuencias directas para las reservas hoteleras. Esta situación sin precedentes ha llevado al Ministerio a coordinar un plan de contingencia para el sector, incluyendo una "compactación" de la demanda que permita cerrar algunos establecimientos, que en el caso de Meliá han sido tres hasta la fecha. Nuestra Compañía ha reforzado sus capacidades operativas y de abastecimiento, asegurando el cuidado y experiencia de nuestros huéspedes teniendo en cuenta la coyuntura, y mantiene una coordinación continua con los turoperadores y una monitorización constante de la situación, habiendo desarrollado un conjunto de medidas preventivas para minimizar cualquier tipo de impacto.

ASIA

China experimentó en el **último trimestre de 2025** una ligera mejora interanual, no estructural e impulsada principalmente por la demanda doméstica estacional asociada a festivales nacionales, si bien el exceso de oferta siguió lastrando, pese a las medidas de apoyo gubernamental, la recuperación del turismo internacional, especialmente en ciudades secundarias. El entorno macroeconómico retador se mantendrá en el **primer trimestre de 2026** tanto para la demanda doméstica como internacional.

Con respecto al **Sudeste Asiático**, el **último trimestre** registró un sólido incremento interanual, consolidándose el turismo como el principal motor del desempeño regional. La mejor conectividad, sumada a la sólida demanda de ocio y la diversificación de mercados emisores más allá de China resultaron claves, con Vietnam destacando por sus avances en ocupación y tarifas, seguido por Tailandia en los destinos vacacionales. En cuanto al **comienzo del año 26**, se espera un desempeño interesante gracias a la combinación de una saludable demanda de ocio y crecimiento en los mercados urbanos, especialmente en Indonesia, que además asistirá a la reapertura del Paradisus Bali tras su proceso de reposicionamiento. Vietnam mantendrá su senda de crecimiento gracias a una demanda equilibrada tanto doméstica como internacional, con incremento de ocupación y tarifas. Por último, Tailandia y Malasia muestran también crecimiento.

INFORMACIÓN DE SOSTENIBILIDAD

Compromiso global con la Sostenibilidad

Un año más, Meliá Hotels International se posiciona como la Hotelera más Sostenible de Europa y la tercera del sector a nivel mundial, según el Anuario de Sostenibilidad 2026 de S&P Global. Entre otros avances, durante 2025 la Compañía ha alineado su informe de sostenibilidad con los nuevos estándares ESRS de la **CSRD**, (la nueva directiva sobre reporting corporativo de sostenibilidad) reforzando y ampliando de forma significativa la información reportada.

En su aspiración de consolidar un modelo de negocio responsable y sostenible, que integre la sostenibilidad como palanca estratégica en todos los ámbitos de la gestión, el Grupo continúa impulsando su programa **Travel for Good**, un enfoque estratégico orientado a consolidar un modelo de negocio responsable y sostenible, así como fortalecer una cultura interna en este ámbito. Sus tres pilares - **Good for the Planet, Good for the People y Good**

Governance – constituyen el marco de referencia para integrar los proyectos e iniciativas identificadas y garantizar el cumplimiento de los compromisos adquiridos.

Hitos e indicadores más relevantes - 2025



Good for the Planet | Medioambiente

- **Reducción de la huella de carbono:**
 - CDP Climate Change- nivel B (Good environmental management)
 - - 9,5% de emisiones (alcances 1 & 2 SBTi) sobre el año base.
 - Consumo de energía Renovable: 36,5% del consumo total
 - Aprobado el Plan de Transición energética para España
- **Programas contra el Cambio Climático/de negocio responsable:**
 - Programas *SAVE* y *CO2PERATE* para la optimización de la eficiencia en climatización
 - Sistema de Gestión Ambiental en el 100% del portfolio
 - *Road to Net Zero Events*: iniciativa incorporada en 40 hoteles, con 7.466 eventos realizados en 2025 y más de 11 mil toneladas de CO2 que se compensarán (100% de los eventos con huella compensada)
 - Consumo de energía por estancia: 0,036 MWh
- **Eficiencia hídrica:**
 - Consumo de agua por millón de euros: 4.591,7 m3
 - Reutilización del agua: 1,4 M m3
- **Circularidad:**
 - Tasa de reciclaje: 31,6% > 20.000 kg de plástico retirados bajo la iniciativa #MeliáForTheOceans
 - Sistema de Gestión de Residuos y nueva estructura corporativa para su gestión
- **Hoteles del portfolio certificados en Turismo Sostenible:**
 - 88% del portfolio con Certificación ESG (Ecostars, Earthcheck, Biosphere, BREEAM ó LEED)
- **Cadena de suministro responsable:**
 - Proveedores locales: 86,72%
 - Volumen de Compras locales: 85,03%
- **Programas de preservación de la biodiversidad en destinos clave:**
 - Integración en el Modelo de Gestión de Biodiversidad y Ecosistemas en México y RD
 - 39 hoteles en zonas protegidas
 - **República Dominicana:**
 - Participación en el Plan Nacional de Reforestación
 - >100.000m2 de Manglar conservado
 - Plan de mitigación y control de la biodiversidad dominicana
 - Implantación de una planta fotovoltaica Junto al Consorcio Energético Punta Cana-Macao (CEPM)
 - **México:**
 - Programas de protección de tortugas marinas en Cancún, Los Cabos y Puerto Vallarta
 - Programas de restauración de hábitats para especies autóctonas y migratorias
 - Programas de renaturalización y resiliencia de los ecosistemas costeros



Good for the People | Social

- **Certificación Top Employer:**
 - Top Employer Enterprise con 10 países certificados (+95% plantilla global)
 - Certificaciones regionales en Europa y Norteamérica
- **Evolución de Plantilla:**
 - Incremento de plantilla: +3,8%
 - Plantilla con contrato fijo: 87,7%
- **Índice de Compromiso de la plantilla:** 88%
 - Mujeres en plantilla: 47%
 - Mujeres en posiciones directivas: 42,7%
 - Mujeres en posiciones directivas junior: 45%
- **Diversidad e inclusión laboral:**
 - 83 contrataciones en hoteles participantes en Programa Incorpora de la Fundación La Caixa
 - 45 contrataciones en hoteles participantes en Programa INSERTA Empleo de Fundación ONCE
 - 10ª Edición del Programa 1ª Experiencia Profesional de la Fundación Pinardi
 - Proyecto Urdimbre de Inserción laboral de jóvenes inmigrantes ex.- tutelados
 - 2ª edición de la Semana de la Diversidad" para la sensibilización interna
 - 712 empleados formados en materia LGTBI
 - Vigente el tercer Plan de Igualdad del Grupo
- **Gestión y desarrollo del talento:**
 - Horas de formación totales: 298.298
 - Horas de Formación por empleado: 9,5
 - Inversión en formación por empleado: 244€
- **Seguridad y Salud laboral:**
 - Certificación ISO 45001: 2018.
 - Programa de Entorno laboral saludable certificado por la OMS
 - Plantilla Representada en Comités de Seguridad y Salud: 87,3%
 - Índice medio de Absentismo: 5.60%

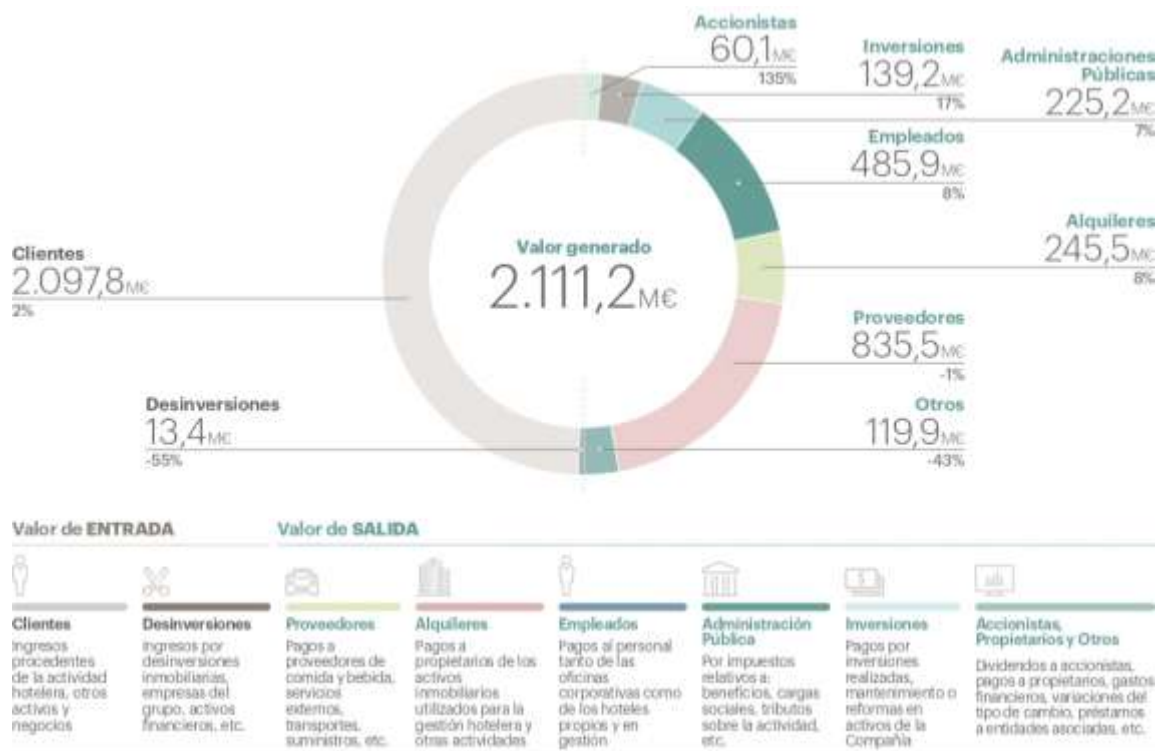


Governance for Good | Gobierno Corporativo

- **Consejo de Administración:**
 - 50% consejeros independientes y 50% de mujeres en el Consejo de Administración
- **Comité de Sostenibilidad:** 9 reuniones en 2025
- La Compañía ha actualizado sus **políticas en materia de Sostenibilidad**, y ha promovido un **Protocolo Corporativo de Diligencia debida en materia de Derechos Humanos y Medioambiente**

Cash Flow Social de Meliá Hotels International

El cash Flow social muestra como redistribuimos entre todos nuestros Grupos de Interés la riqueza generada por nuestro negocio. En 2025, la Compañía ingresó un total de 2.111,2 Mn en sus hoteles en propiedad y alquiler generando así valor social y multiplicando el impacto positivo de su actividad.



Acerca de Meliá Hotels International

Meliá Hotels International, fundada en 1956 en Palma de Mallorca (España), celebra su 70 aniversario consolidada como la mayor compañía hotelera de España y una de las más relevantes a nivel global. Su liderazgo se ha visto reconocido con distinciones como la de empresa hotelera más sostenible de Europa según S&P Global y el sello Top Employer Large Enterprise 2026, avalando su compromiso firme con la sostenibilidad, el desarrollo del talento y la excelencia en la gestión.

Con un portafolio que supera los 400 hoteles entre abiertos y en proceso de apertura en los principales destinos internacionales, la compañía opera a través de nueve marcas que responden a diversos perfiles y motivaciones de viaje: Gran Meliá Hotels & Resorts, ME by Meliá, The Meliá Collection, Paradisus by Meliá, Meliá Hotels & Resorts, ZEL, INNSiDE by Meliá, Sol by Meliá y Affiliated by Meliá. Todas ellas comparten una esencia común: ofrecer experiencias auténticas y memorables, inspiradas por la cultura y los valores mediterráneos.

Impulsada por una visión estratégica centrada en la innovación, la digitalización y el turismo responsable, Meliá continúa avanzando como referente del sector, generando valor sostenible para sus grupos de interés y contribuyendo al progreso social, económico y medioambiental de los destinos donde está presente. Para más información comunicacion@melia.com



MELIÀ HOTELS INTERNATIONAL

70 YEARS

2025 Earnings Webcast

Disclaimer

This report is a communication made or approved for communication by Meliá Hotels International. It is directed exclusively to eligible counterparties and professional clients. No persons other than an eligible counterparty or a professional client should read or rely on any information in this report. This research report is being distributed by Meliá Hotels International, purely as a resource and for general information purposes and only contains general information; therefore, this report does not take account of the specific circumstances, investment objectives, financial position or risk profile of any recipient and should not be relied upon as authoritative or taken in substitution for the exercise of judgement by recipient. Each recipient should consider the appropriateness of any investment decision having regard to their own circumstances, the full range of information available and appropriate professional advice. Each recipient should make their own investment decision regardless of the circumstances mentioned in this report and by obtaining specific specialist advice that may be necessary.

The information and opinions, estimates, projections and recommendations in this report have been drafted by Meliá Hotels International and are based on publicly - available information and on sources believed to be reliable and in good faith, but that information has not been verified independently and no representation or warranty, either express or implied, is made as to their accuracy, completeness or correctness. Meliá Hotels International may amend, supplement or update the contents of this report in such form and in such timescales as Meliá Hotels International deems appropriate. Meliá Hotels International reserves the right to express different or contrary recommendations and opinions.

This report does not constitute or form part of, and should not be construed as, any offer for sale or subscription of, or any invitation to offer to buy or subscribe for, any securities, nor should it or any part of it form the basis of, or be relied on in any connection with, any contract or commitment whatsoever. Meliá Hotels International accepts no liability whatsoever for any loss or damage arising from any use of this report or its contents. Investors should bear in mind that past performance or results are no guarantee of future performance or results. Price of securities or instruments or the results of investments may fluctuate against the investor's interest and may even lead to the loss of the initial investment. This report is for the use of the addressees only, is supplied to you solely in your capacity as an investment professional or knowledgeable and experienced investor for your information and no part of this document may be (I) copied, reproduced or duplicated by any form or means, (II) redistributed or (III) quoted or published, for any purpose, without the prior written consent of Meliá Hotels International. Breach of these restrictions may constitute breach of law in the relevant jurisdictions. Meliá Hotels International may distribute reports such as this in hard copy or electronically.

This communication contains forward-looking information and statements about Meliá Hotels International, including statements regarding plans, objectives and expectations with respect to future performance. Forward-looking statements are statements that are not historical facts and are generally identified by the words "expects," "anticipates," "believes," "intends," "estimates" and similar expressions. Although Meliá Hotels International believes that the expectations reflected in such forward-looking statements are reasonable, investors and holders of Meliá Hotels International shares are cautioned that forward-looking information and statements are subject to various risks and uncertainties, many of which are difficult to predict and generally beyond the control of Meliá Hotels International that could cause actual results and developments to differ materially from those expressed in, or implied or projected by, the forward-looking information and statements. These risks and uncertainties include those discussed or identified in the documents sent by Meliá Hotels International to the Comisión Nacional del Mercado de Valores (CNMV), which are accessible to the public. Forward-looking statements are not guarantees of future performance. They have not been reviewed by the auditors of Meliá Hotels International. You are cautioned not to place undue reliance on the forward-looking statements, which speak only as of the date they were made. All subsequent oral or written forward-looking statements attributable to Meliá Hotels International or any of its members, directors, officers, employees or any persons acting on its behalf are expressly qualified in their entirety by the cautionary statement above. All forward-looking statements included herein are based on information available to Meliá Hotels International on the date hereof. Except as required by applicable law, Meliá Hotels International does not undertake any obligation to publicly update or revise any forward-looking statements, whether as a result of new information, future events or otherwise.



1
2
3
4
5

*Introduction
& Financials*

Gabriel Escarrer
President & CEO

*Operational
Overview*

André Gerondeau
Chief Operating Officer

*Development
& Outlook*

André Gerondeau
Chief Operating Officer

*Closing
Remarks*

Gabriel Escarrer
President & CEO

Q&A

Senior Executive Team
Live February 26th 2026 at 09:00

1 *Introduction*



Quality-driven growth with stable segments and market mix



Strong Operational metrics despite Fx headwind



Growth maintained even with major hotels under full renovation



A smoother maturity schedule ahead



1 Yearly Overview

Strong Financial Results

In EUR Million	2025	2024	Var.
Consolidated Revenues	2,096.5	2,056.3	+2.0%
Operating Expenses	(1,479.5)	(1,441.8)	-2.6%
EBITDAR	617.0	614.5	+0.4%
Variable Rentals	(53.4)	(39.1)	-36.4%
EBITDA	563.6	575.4	-2.0%
D&A	(260.1)	(241.9)	-7.5%
EBIT	303.5	333.5	-9.0%
Net Financial Result	(73.8)	(98.1)	+24.7%
JV & Associates	36.4	(11.0)	+431.1%
Group Net Profit	200.2	162.0	+23.6%
Ex. Capital Gains			
Consolidated Revenues	2,077.6	2,012.8	+3.2%
EBITDA	544.7	533.6	+2.1%
EBITDAR Margins	28.8%	28.5%	+34 bp
EBITDA Margins	26.2%	26.5%	-29 bp
3 rd Party Management Fees	70.1	73.6	-4.7%

- Consolidated Revenues Ex. capital gains fuelled by owned & leased perimeter evolution

Owned & Leased	
RevPar	+ 3.5%
Av.Rooms	+1.5%

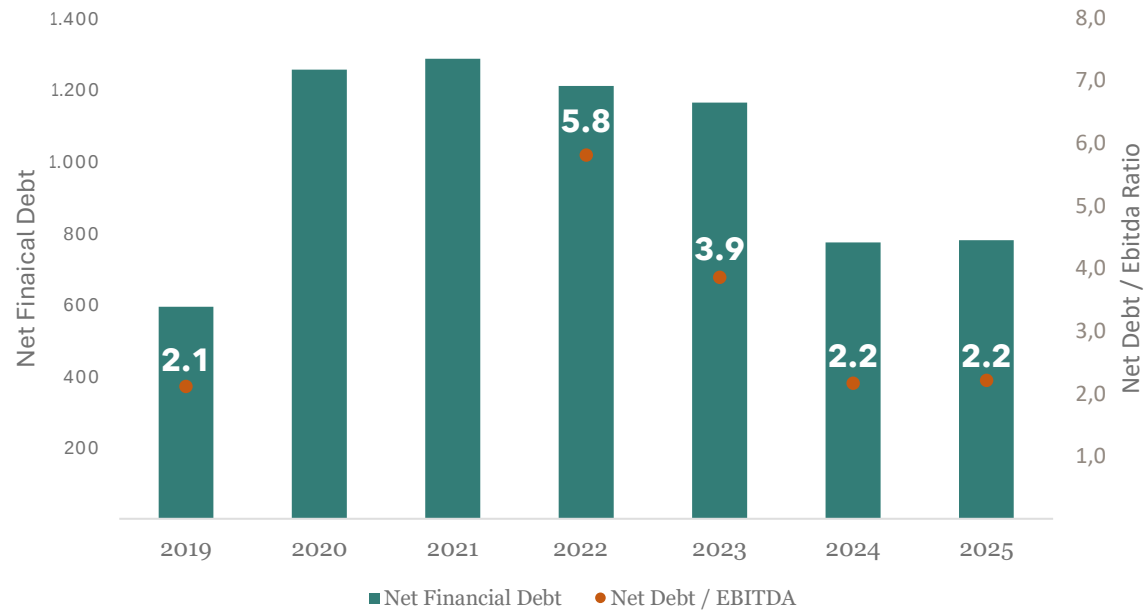
- 3rd party Management fees adjusted by perimeter changes and operations in Cuba
- EBITDA increased by 2.1%, a third consecutive year increase under normalized trends.
- Net Financial result improved by 24 M€ thanks to lower financial debt and reference Interest rates
- Cost of debt at 4.2% vs. 5.5% in 2024

1 Yearly Overview

Financial Position

WILLIS TOWERS WATSON

Financial Net Debt/EBITDA*



Stable Leverage ratio after strong debt reduction

** Net Debt and EBITDA figures excluding leases impact and capital gains*



Asset Repositioning and Growth opportunities



Increase dividends paid to Shareholders



Be active in our Asset Light Approach through Key Moneys

1 Yearly Overview

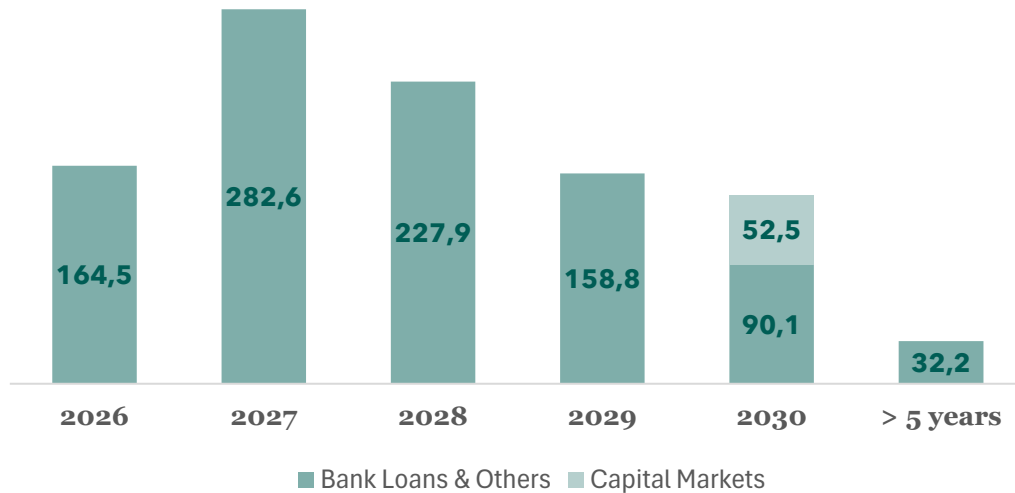
Financial Position



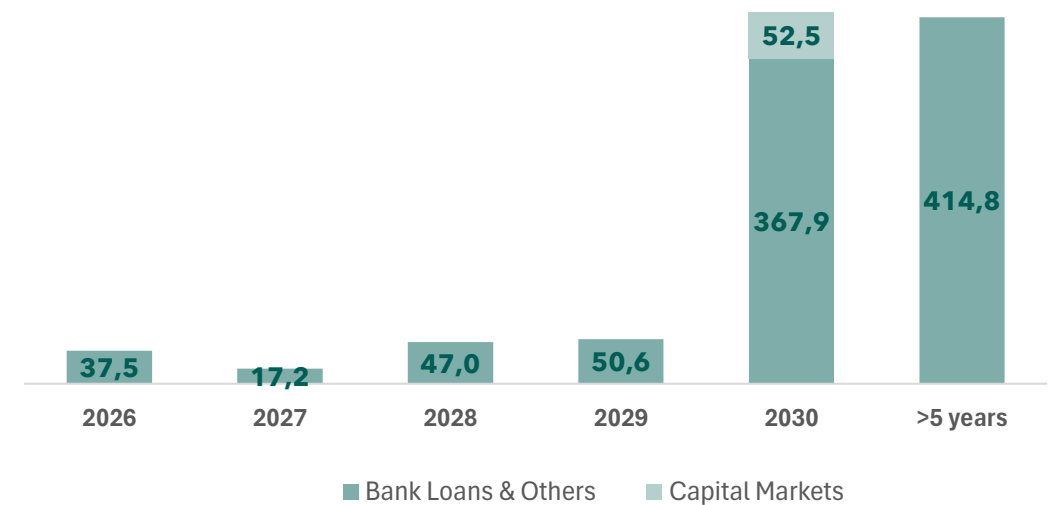
Signature an €800m syndicated loan to repay existing debt, streamline our capital structure and extend key maturities beyond 2030, with no increase in leverage.

Debt Maturity Profile

Year end 2025 (€ Millions)
2025-2030+



After Syndicated Loan
Signature



Capital Allocation in 2025 - Main Projects



Paradisus Salinas

- Acquired 50% for € 36.4 M (*cash impact*)
- Secured 30 year HMA
- First hotel to bring Paradisus Brand to Europe, considered strategic for our Luxury All-Inclusive strategy



P. Cancun refurbishment

- Started renewal Works in June 2025 with a full closure
- Total Growth Capex → € 50 M with even distribution in 2025 & 2026
- Works continue underway and in line with forecasts
- Reopening in May 2026



Gran Meliá Don Pepe

- Closure of the hotel in October 2026 for a full refurbishment elevating room standards and Luxury attributions
- Total investment of approx. € 40M and a 12 month expected works



JV with Banca March

- Created a 30% / 70% JV with Banca March
- Sol Tenerife and Ininside Palma Bosque assets acquired, under variable lease agreements
- Cash Neutral Transaction

2 Operational Overview

Demand Quality & Mix

- Balanced demand through segments in urban and leisure destinations
- MICE strong in Spain & EMEA, with further upside in America region.

Pricing Discipline

Systemwide KPI's

+ 5.4% RevPar / +6.6% *Constant currency*
+3,0% ADR
+1.4 pp Occupancy

Channel Optimisation

- Maintaining a strong generation of Direct Sales through our Own Channels

>48%

MELIA.COM
Of centralised sales

≈ 19 Mn MeliaRewards members

Asset Repositioning & Ramp Up

- Asset repositioning together with our partners still with Ramp-Up potential

Assets under full renovation

-  **Paradisus Cancún → Reopening May 26'**
-  **Gran Meliá Don Pepe → Reopening Oct 26'**

Geographic Diversification

- Our premium destinations fostered balanced feeder markets, expanding our Brand awareness.

Portfolio Growth

- 28 Openings vs. 25 initially estimated
- Growth in premium locations mainly through asset light formulas

GRAN MELIÁ
HOTELS & RESORTS

The MELIÁ
COLLECTION

ME
BY MELIÁ


PARADISUS
BY MELIÁ

MELIÁ
HOTELS & RESORTS

zel

INNSIDE
BY MELIÁ

SOL
BY MELIÁ

AFFILIATED
BY MELIÁ

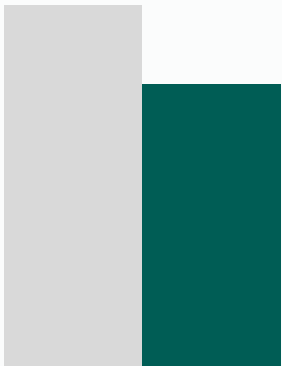
2 Operational KPI's

Leading Performance

"Return to normalized demand patterns capitalized through our brands and premium locations"

Yearly Systemwide **RevPar** Growth

+ 5.4%

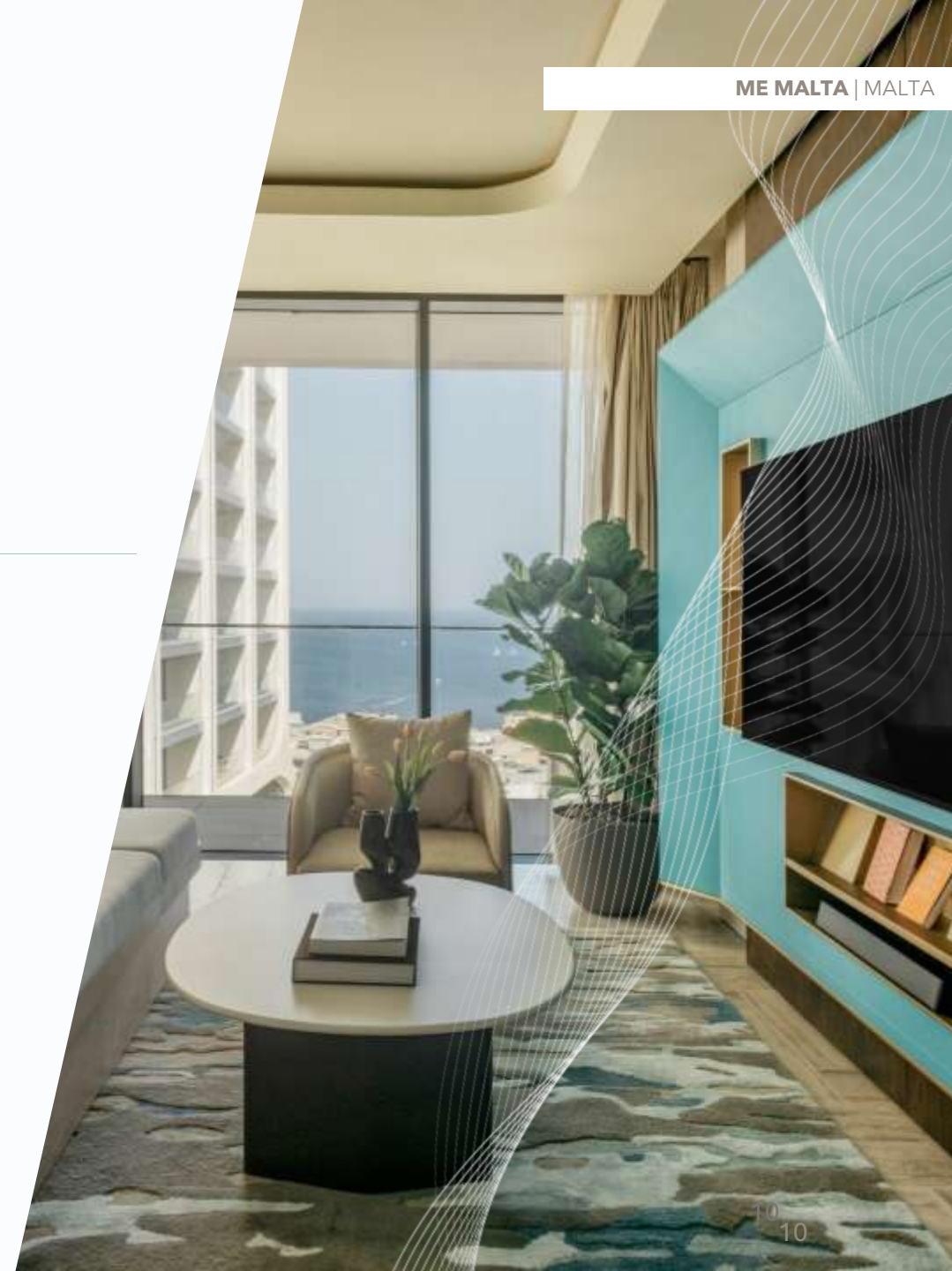


Maintaining rate growth / Focusing on quality over quantity.

ARR | +3.0%

Occupancy | +1.4 pp

ARR Occup. RevPAR



2 Operational Overview

Q4 showed strong momentum across the portfolio, with resilient leisure demand and solid Christmas trading supporting rate performance.



Meliá Whale Lagoon (Maldives)

2 Operational Overview

Resilient demand and pricing discipline drove a robust close to the year in Spain

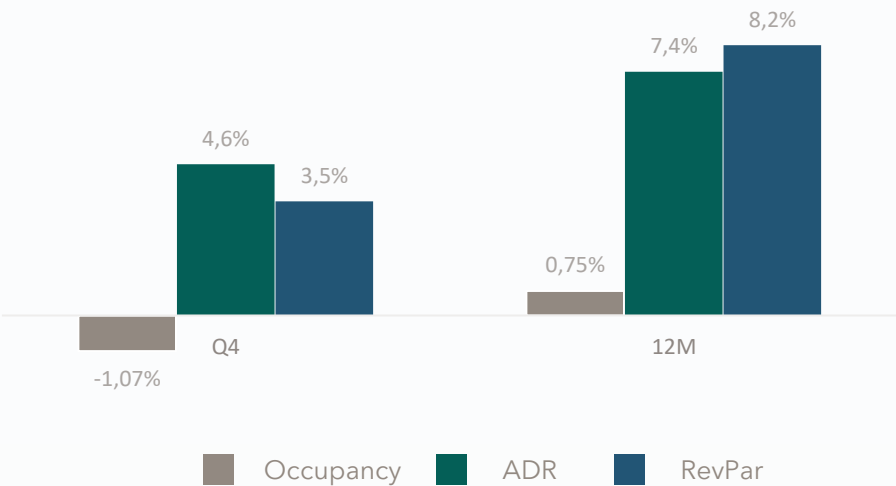


Meliá Ibiza



Gran Meliá Fénix

Spain Occupancy, ADR and RevPar (YoY)
Systemwide Data



Spain Resort RevPar

Q4	+ 4.0%
12M	+7.6%



Spain City RevPar

Q4	+3.6%
12M	+5.0%

2 Operational Overview

Fostering our leading position in Spain

- 10 openings in 2025
- 10 hotels in the pipeline
Málaga, Cádiz, Granada, Mallorca & Tenerife
- Positioned to capture incremental growth through country fundamentals and exposure to upscale & Luxury

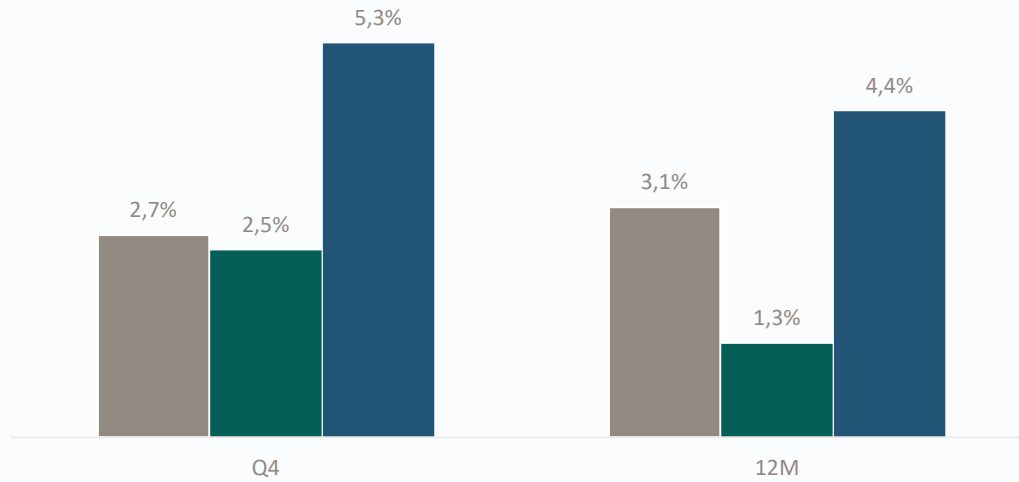
We are reinforcing our leadership across the Balearic Islands and Andalucía.



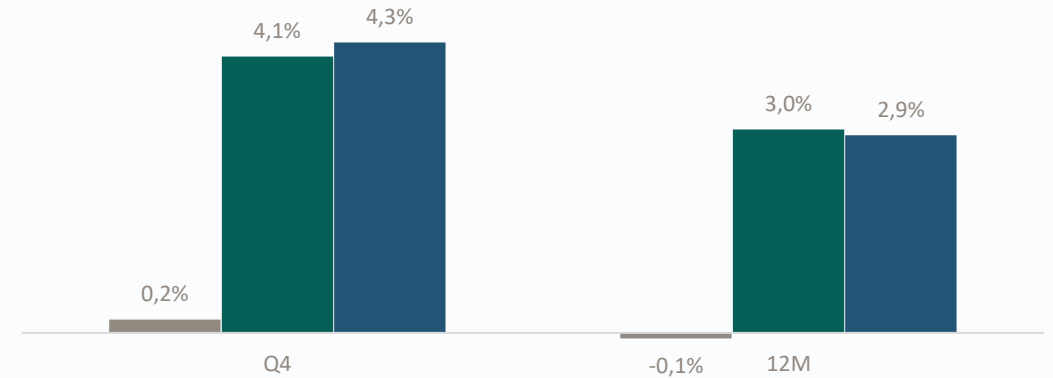
Hacienda del Mar, Meliá Collection (Estepona, Málaga)
| Opening 2026

2 Operational Overview

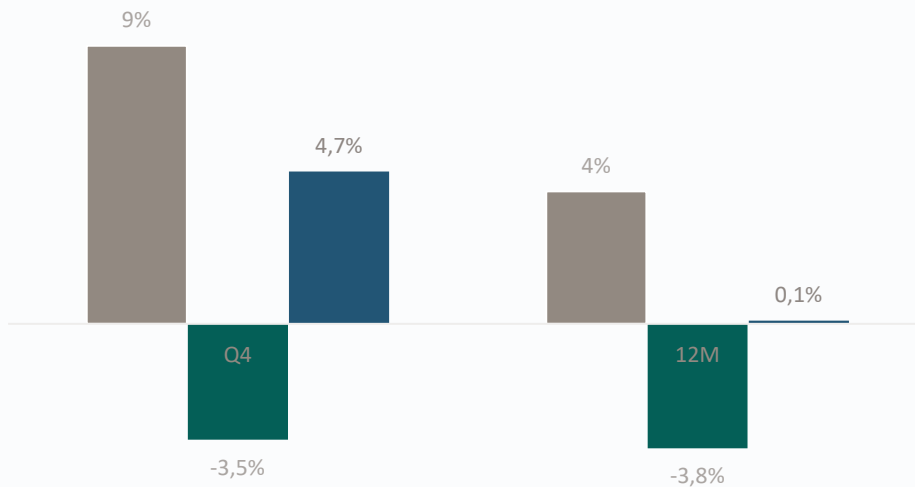
EMEA Occupancy, ADR and RevPar (YoY)



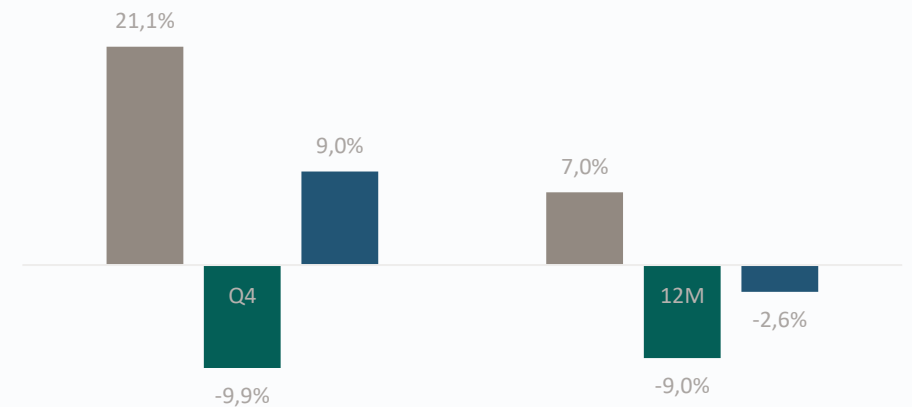
Americas Occupancy, ADR and RevPar (YoY)



Asia Occupancy, ADR and RevPar (YoY)



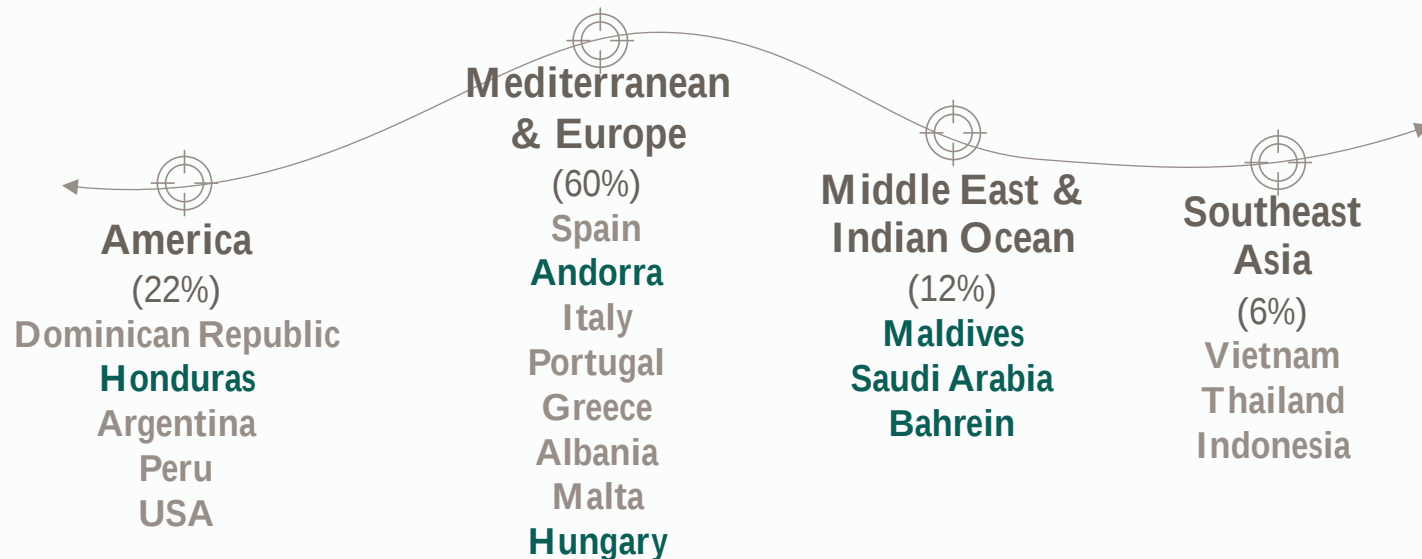
Cuba Occupancy, ADR and RevPar (YoY)



3 Development

A year of healthy qualitative expansion, strengthening the resort-focused core

- 51 Signatures | +9,000 rooms
- 28 Openings in 2025 | +2,700 rooms



3 Development

MiM



MiM Sitges



The MELIÁ
COLLECTION

Portfolio MiM (Leo Messi)
under *The Meliá Collection* brand
6 hotels (Spain y Andorra)

MiM Mallorca

3 *Development*

We continue to elevate our portfolio to a new level of excellence and differentiation

From legacy to lifestyle: SOL evolves for today's holidaymakers



3 *Development*



Sol Arona (Tenerife),
the first hotel of the
new generation of
SOL by Meliá



3 Development

ME LISBON | PORTUGAL

Portfolio *(Operational at Year End)*

383

Hotels

94.912

Rooms

+1.0%

Net Unit Growth

Pipeline *(At Year End)*

79

Hotels

+16.000

Rooms

17.2%

Over Operational Portfolio

2026 *(Outlook)*

+30

New
Properties

+25

New
Signatures

+2-3%

Net Unit Growth



3 Outlook

Positive Outlook thanks to solid *On The Books* position

+10%

On the Books

+10 %

MICE OTB

Growth visible across all segments,
with highly anticipated MICE also
showing positive position

Positive season in the Canary Islands
and ski resorts thanks to the solid
skiing season and Winter Olympics in
Milano Cortina

Caribbean also positive, while
impacted by Fx effect weighing on
Euro conversion

Feeder markets remain solid year-on-
year



Low-mid single digit
2026 **RevPar Increase**



Closing Remarks

1



€544.7 million EBITDA ex-capital gains, +2.1% YoY – delivered despite major refurbishments in flagship assets

⚙️ *EBITDA 25` Impact of renovated assets slightly above 10M€*

2



Strong operating cash flow funded investments while maintaining stable Net Debt / EBITDA, in line with expectations.

Disciplined financials: extended maturities, with leverage unchanged

3



Continue growing in top leisure and bleisure destinations, aiming to open at least 30 new hotels in 2026.

4



RevPar Guidance for 2026

Low-mid digit increase YoY

An aerial photograph of two people floating in clear, turquoise water. A man is lying on a light blue surfboard, and a woman is lying on a white surfboard with blue stripes. The water is so clear that the rocky seabed is visible beneath them.

MELIÀ HOTELS
INTERNATIONAL

70 YEARS

Thank You