

Ref.68/99
Noviembre, 1999

SOL MELIÁ INVIERTE 13.000 MILLONES DE PESETAS EN LA ADQUISICIÓN DE 9 HOTELES EN PARÍS

Con ellos, Sol Meliá lanza un nuevo concepto: los hoteles "Boutique"

Sol Meliá acaba de adquirir en el centro de París 8 hoteles en propiedad y 1 en franquicia, que suman una oferta global de 500 habitaciones. Esta importante operación, que ha hecho posible la entrada del grupo español en la capital francesa, ha supuesto un desembolso de 13.000 millones de pesetas - 78,13 millones de euros -.

Además, Sol Meliá ha anunciado que va a destinar 1.500 millones de pesetas - 9 millones de euros - a la renovación de estos establecimientos, para adaptarlos a los estándares de calidad propios de las marcas Meliá y Meliá Confort, y del nuevo concepto "Boutique Hotel".

La tasa interna de rentabilidad (TIR) que Sol Meliá tiene previsto obtener por este proyecto es del 8,7%, siendo el múltiplo de adquisición sobre los beneficios antes de amortizaciones e impuestos de 11,9 veces.

Según el vicepresidente de Sol Meliá, Sebastián Escarrer, "la incorporación de estos 9 establecimientos en Francia, coincidiendo con el primer aniversario de la creación de la nueva compañía, tras la OPA con MIA y la fusión con Inmotel Inversiones, confirma una vez más nuestro compromiso de seguir creciendo de forma sostenida y rentable, en las principales ciudades y capitales europeas". En este sentido, agrega, "en lo que va de año ya hemos invertido más de 35.000 millones de pesetas - 210,35 millones de euros - en la compra de 11 hoteles en Europa y en Latinoamérica".

Asimismo, añade, "una vez creada esta estructura en París, nuestra prioridad se centrará en ampliar nuestra presencia en Francia con nuevos hoteles en propiedad, y también bajo régimen de gestión y franquicia, hasta alcanzar un total de entre 20 y 25 establecimientos. Algunos de ellos estarán especializados en la celebración de reuniones, seminarios e incentivos, con el fin de complementar nuestra oferta en el segmento de negocios".

EL LANZAMIENTO DE UNA NUEVA GAMA DE PRODUCTOS

La incorporación de estos 9 establecimientos, que se hará efectiva a partir del próximo día 1 de diciembre, coincidirá con el lanzamiento del nuevo concepto "Boutique Hotel" que se va a asociar a algunos de los mejores establecimientos de la marca Meliá. Precisamente, 4 de los hoteles incorporados en París van a ser comercializados bajo esta nueva denominación.

La nueva línea "Meliá Boutique Hotel" estará asociada a hoteles pequeños pero con personalidad propia, ubicados en edificios singulares - en algunos casos serán antiguos palacios, castillos rehabilitados y conventos, entre otros - y estratégicamente situados en el centro de las principales ciudades históricas y culturales de Europa.

Además, otras de las características propias de los hoteles "Boutique" van a ser el lujoso y exclusivo diseño de sus instalaciones, que correrá a cargo de los mejores decoradores del sector y la oferta de un servicio personalizado hasta el más mínimo detalle- menú de almohadas y

sábanas, servicio de descubierta, dotaciones de baño de diseño, gestión de reservas en los mejores restaurantes de las respectivas ciudades, entre otros-.

En otro orden de cosas, uno de los aspectos más destacables de los hoteles "Boutique" va a ser la incorporación de la más avanzada tecnología a sus instalaciones. Así, todas las habitaciones dispondrán de TV interactiva, servicio de video y CD con acceso a una amplia selección de música y películas, acceso a internet y al correo electrónico, así como 2 teléfonos con "voice mail" y 1 teléfono en el baño.

Según Sebastián Escarrer, "la nueva línea "Meliá Boutique Hotel" ha sido diseñada para una clientela exigente y experimentada, que busca un hotel elegante y moderno, pero que además le facilite un ambiente íntimo y exclusivo".

Por otra parte, añade, "la inversión prevista para el desarrollo de esta nueva línea, que incluirá la incorporación de unos 25 hoteles en los próximos 3 años, podría alcanzar los 37.000 millones de pesetas - 222,3 millanes de euros -. Con este proyecto, explica, "queremos cubrir un nuevo segmento de mercado, en el que en los últimos tiempos se ha registrado un fuerte aumento de la demanda". De hecho, recuerda, "cadenas tan importantes como Westin, Sheraton, Accor o Forte han hecho lo mismo al crear marcas como "W", "The Luxury Collection", "Demeure" ó "Heritage", respectivamente".

DESCRIPCIÓN DE LOS 9 NUEVOS HOTELES EN PARÍS

Los 9 establecimientos incorporados, construidos en edificios singulares de la capital francesa, disfrutan de una magnífica ubicación muy cerca de las principales zonas culturales y comerciales de París como las Campos Elíseos, Montmartre, el "Quartier Latin", la Torre Eiffel, la Ópera y el Museo del Louvre, entre otras áreas.

Nuevos hoteles incorporados por Sol Meliá en Francia:

Nombre del hotel:	Denominación prevista tras la renovación:
Alexander	Meliá Victor Hugo Boutique Hotel
Royal Alma	Meliá Pont de l'Alma Boutique Hotel
Madeleine Palace	Meliá Vendôme Boutique Hotel
Le Colbert	Meliá Colbert Boutique Hotel
Blanche Fontaine	Meliá Confort Pigalle
Villa Fontaine	Meliá Confort Pigalle Villa
François	Meliá Confort Montmartre
Malte Opéra	Meliá Confort Malte Opéra
Le Saxe	Sol Inn Le Saxe

Total: 8 hoteles en propiedad (4 hoteles Boutique)
 1 hotel en franquicia (el Meliá Confort Malte Opérc)

PARÍS: UN DESTINO PRIVILEGIADO

Según la Organización Mundial del Turismo (OMT) París es el primer destino turístico de41 mundo. De los 45 millones de turistas que visitaron Francia durante el año 1998, 29 millones se alojaron en hoteles de París. Por otra parte, en los seis primeros meses de 1999, la ocupación

media de los hoteles de París fue de un 78%, lo que supuso un incremento del 3,60% respecto al mismo periodo del año anterior.

Sol Meliá cuenta en la actualidad con más de 260 hoteles urbanos y vacacionales en 28 países, de los cuales 185 se encuentran ubicados en Europa, y están distribuidos en Alemania, Bélgica, Croacia, España, Francia, Grecia, Portugal, Reino Unido, Turquía, y próximamente Italia. Sol Meliá, líder absoluto en el mercado español, es la segunda compañía hotelera de Europa.