

Meliá Hotels International presentation

ME Barcelona
(Spain)

Gran Meliá Shanghai
(China)

Meliá Düsseldorf
(Germany)

ME London
(United Kingdom)

Melia Hotels International es una compañía con alcance geográfico Global

LA COMPAÑÍA

Historia
Posicionamiento

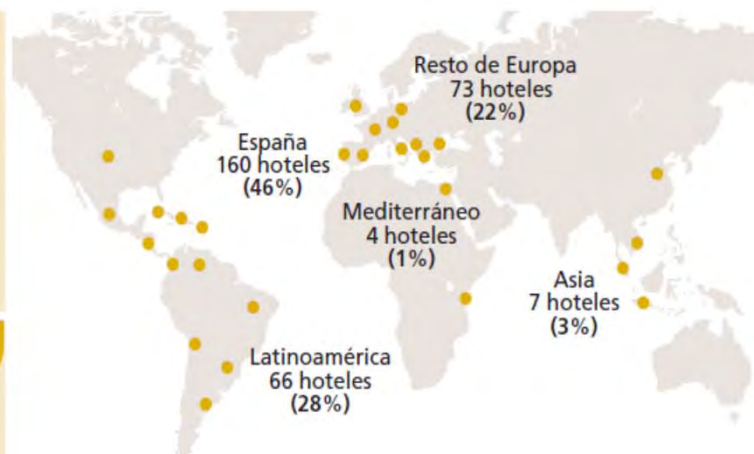
INNOVACION

Marcas
Cliente
Distribución
Mobile
Redes

Primera compañía hotelera en España y 17ª del mundo ⁽¹⁾ con 311 hoteles y 78.548 habitaciones ⁽²⁾ en 27 países

Información general

- Capitalización bursátil:
1.539 mn de euros ⁽³⁾
2.216 mn de dólares
- Principales accionistas:
Familia Escarrer (64,64%),
CAM (6,007%);
free-float: 29,353%
- Miembro del índice
FTSE4GOOD Ibex



Nota: % de habitaciones ⁽²⁾

6º Grupo Turístico de Europa ⁽¹⁾

Ranking	Compañía	Habitaciones	Hoteles
1	Intercontinental	646.679	4.438
2	Accor	499.456	4.120
3	Groupe du Louvre	91.409	1.097
4	TUI AG	83.728	297
5	The Rezidor Hotel Group	83.200	389
6	Meliá Hotels International (1)	76.887	305

(1) Fuente: Hotels Magazine 2010 con cifras a Diciembre 09'

(2) Hasta Marzo 2011; (3) MEL.MC: €8,33 el 30.06.2011 /184,8 mn de acciones

Cartera de Habitaciones Equilibrada

► **LA COMPAÑÍA**
Historia
Posicionamiento

INNOVACION

Marcas

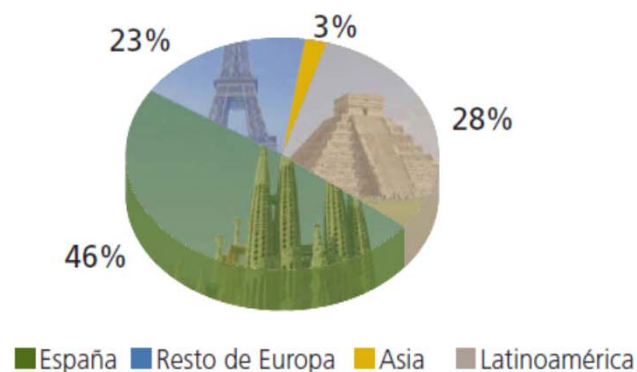
Cliente

Distribución

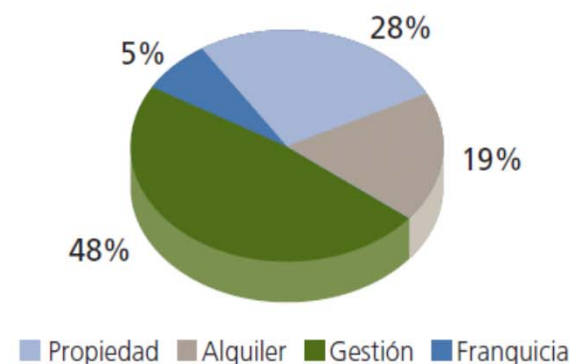
Mobile

Social Media

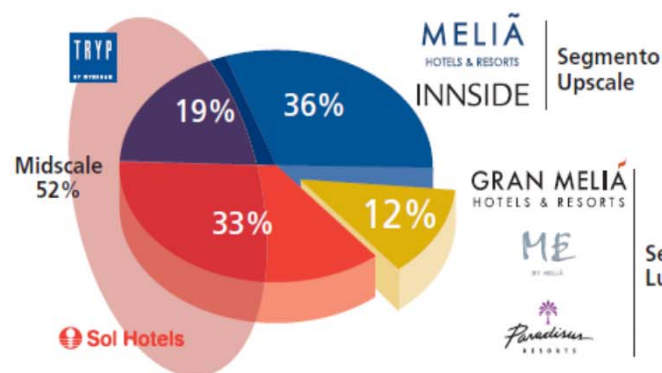
Habitaciones por Geografía



Habitaciones por Régimen de Propiedad



Habitaciones por Categoría



Habitaciones por Segmento



(*) 52% Vacacional / 48% Urbano en propiedad y alquiler
NOTA: todas las cifras según número de habitaciones (Marzo 2011)

Diferenciación y diversificación

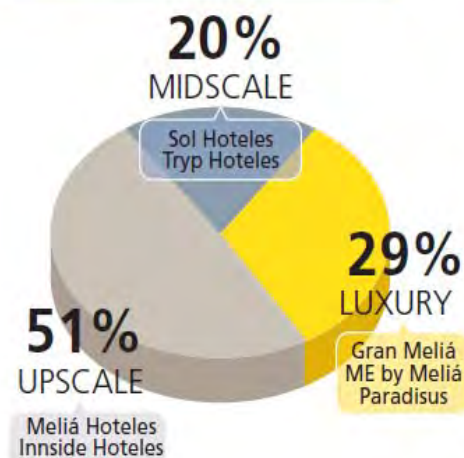
LA COMPAÑÍA

Historia
Posicionamiento

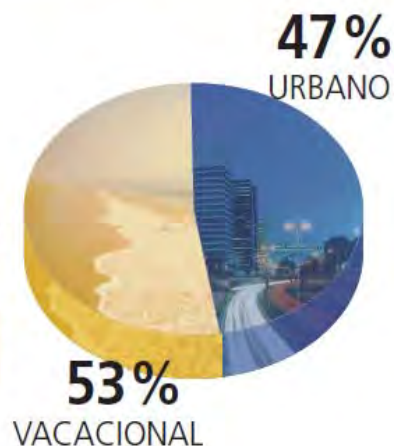
INNOVACION

Marcas
Cliente
Distribución
Mobile
Social Media

CONTRIBUCIÓN AL EBITDA EQUILIBRADA POR SEGMENTOS



CONTRIBUCIÓN AL EBITDA MUY EQUILIBRADA



SEGMENTACIÓN DE LA CLIENTELA¹

NEGOCIOS 44%

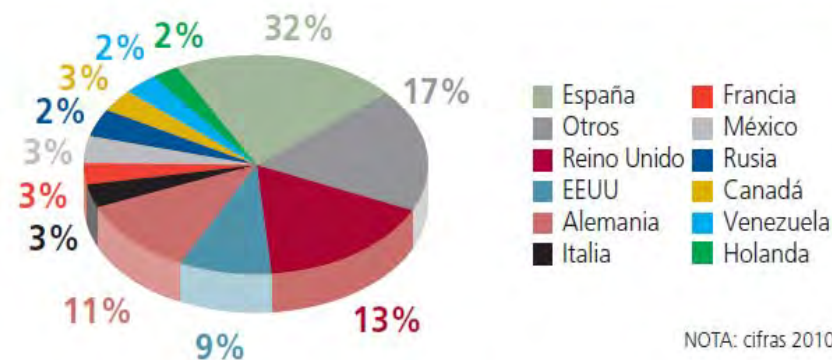


VACACIONAL 56%



(1) Ingresos

CLIENTELA POR REGIÓN GEOGRÁFICA



NOTA: cifras 2010

¿Visión producto o cliente?

LA COMPAÑÍA

Historia

Posicionamiento

INNOVACION

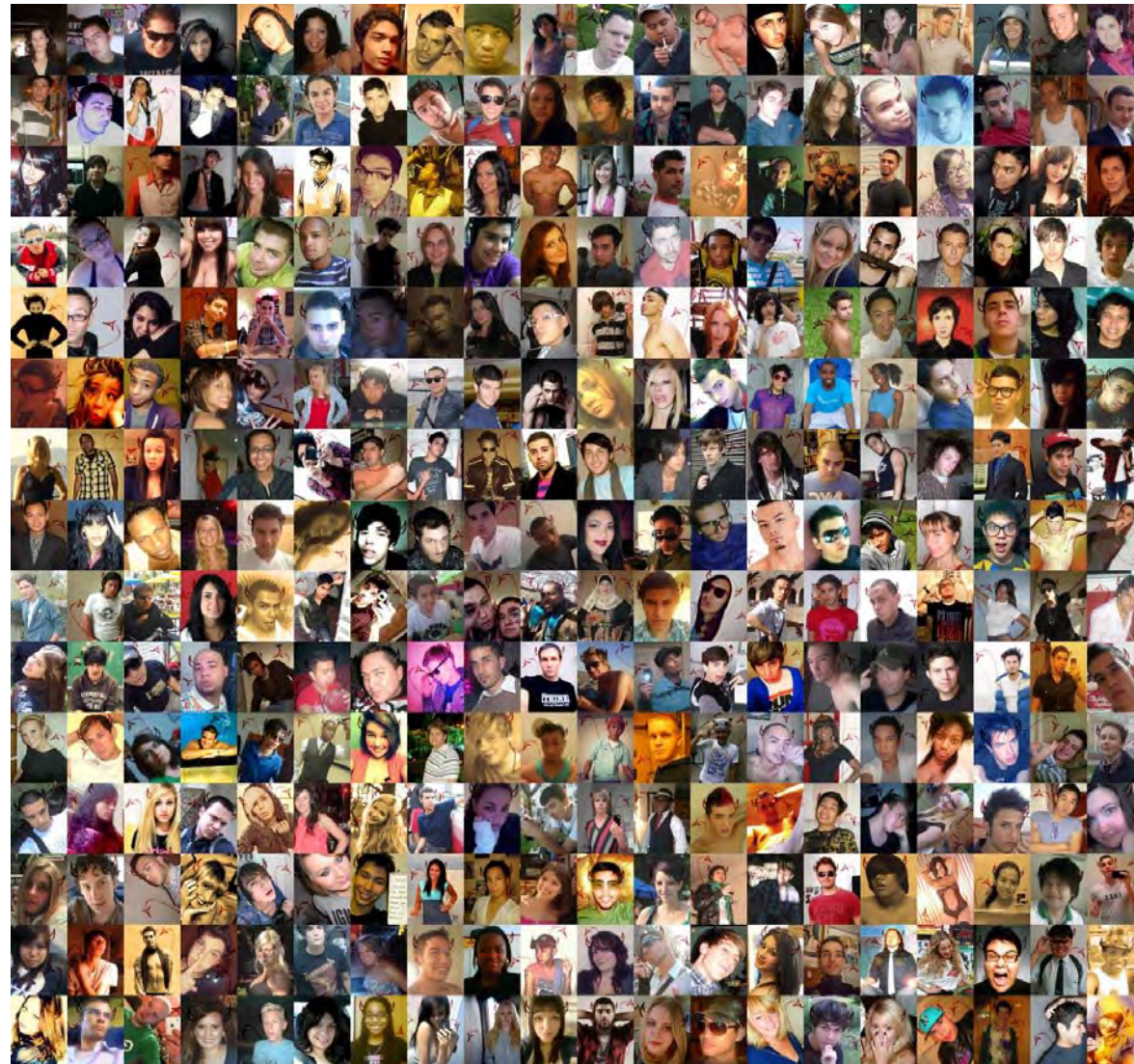
Marcas

Cliente

Distribución

Mobile

Social Media

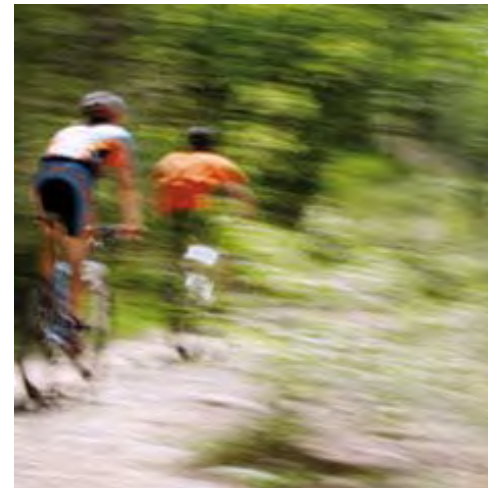
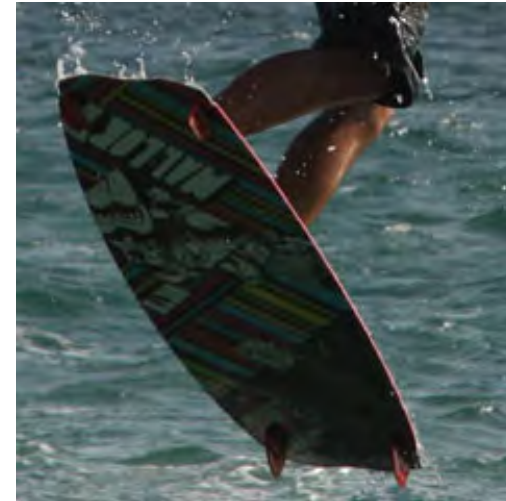


¿visión producto o experiencias?

► LA COMPAÑÍA
Historia
Posicionamiento

INNOVACION

Marcas
Cliente
Distribución
Mobile
Social Media



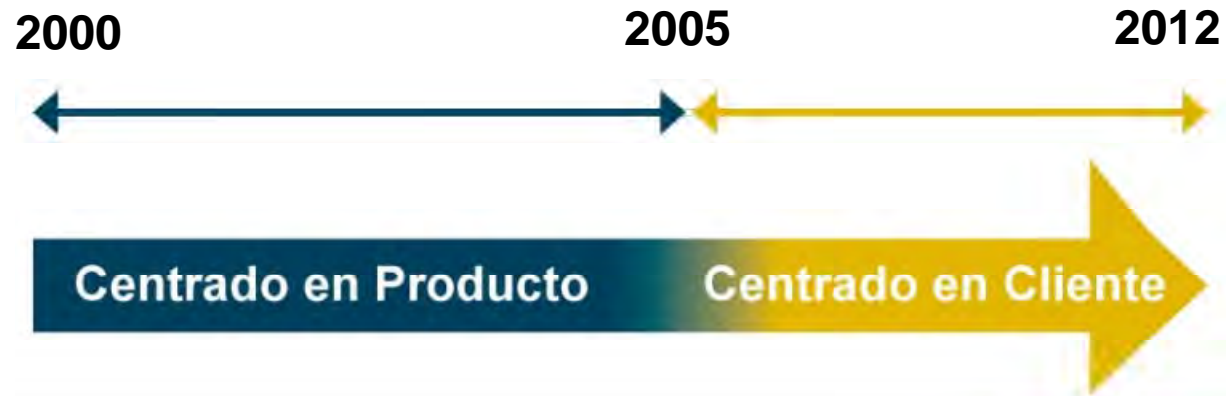
ESTRATEGIA MELIA HOTELS INTERNATIONAL

EVOLUCIÓN DE MELIA

► **LA COMPAÑÍA**
Historia
Posicionamiento

ÍNNOVACIÓN

Marcas
Cliente
Distribución
Mobile
Social Media



MARCAS PODEROSAS Y CONOCIMIENTO DEL CLIENTE

MELIÀ HOTELS INTERNATIONAL

► LA COMPAÑÍA
Historia
Posicionamiento

INNOVACIÓN

Marcas
Cliente
Distribución
Mobile
Social Media



Brand Equity Y CRM

20 MM DE CLIENTES EN NUESTRA BASE DE DATOS

► LA COMPAÑÍA
Historia
Posicionamiento

INNOVACIÓN
Marcas
Cliente
Distribución
Mobile
Social Media



► **LA COMPAÑÍA**
Historia
Posicionamiento

INNOVACIÓN

Marcas

Cliente

Distribución

Mobile

Social Media



Clientes
Ingreso medio x estancia-año
Estancia media-año

2,3 Millones
+71%
+78%

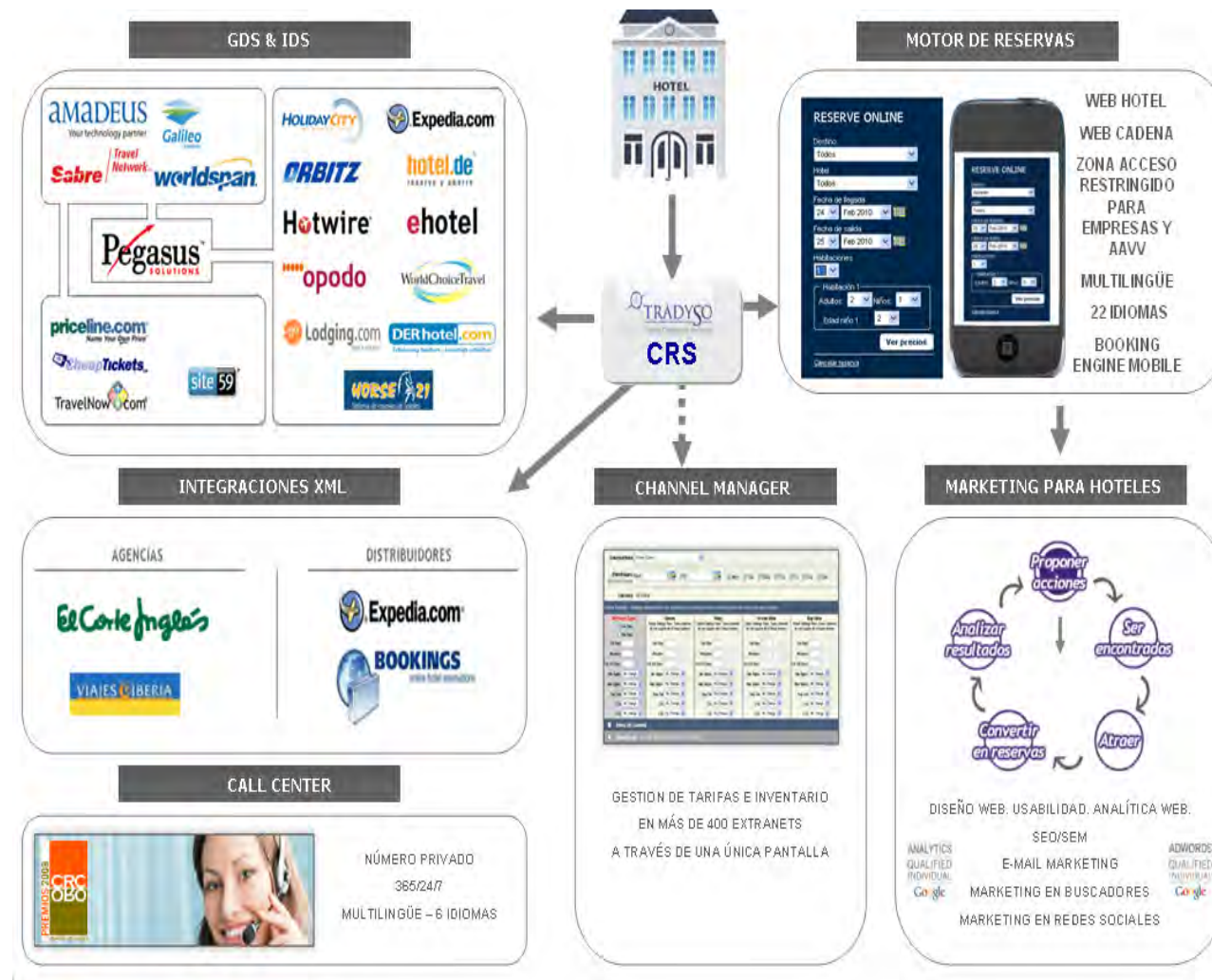


Fortaleza en Distribución

► LA COMPAÑÍA
Historia
Posicionamiento

INNOVACIÓN

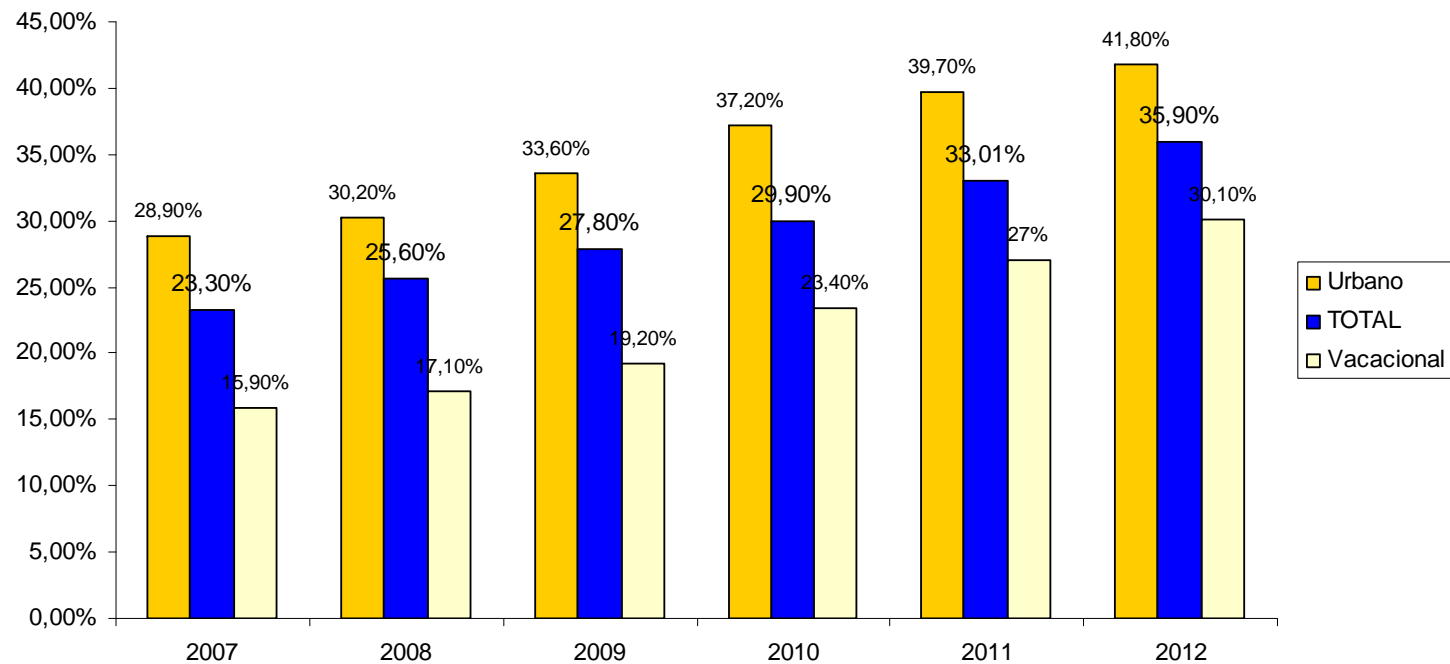
Marcas
Cliente
Distribución
Mobile
Social Media



Evolución de la Distribución Centralizada



Evolución del % de la Venta Centralizada sobre Venta Total



Los ingresos a través de los canales centralizados han crecido de manera espectacular los últimos años hasta situarse en el 35,90% de los ingresos de la cadena.

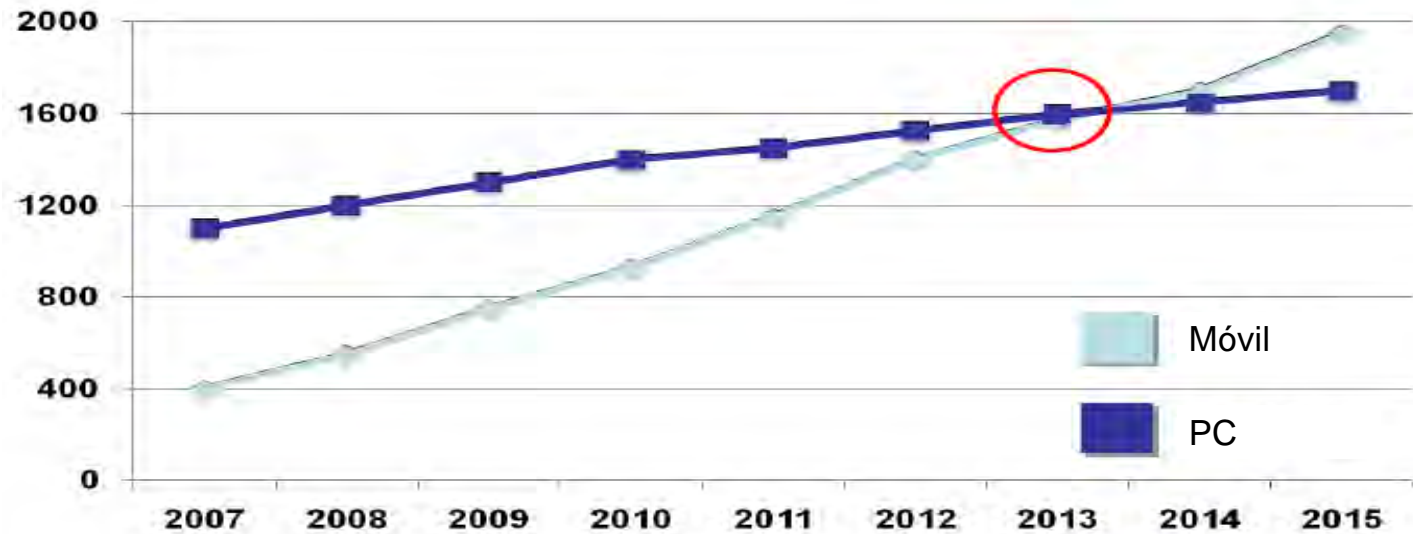
LA COMPAÑÍA
Historia
Posicionamiento

INNOVACIÓN
Marcas
Cliente
Distribución
Mobile
Social Media

DISTRIBUCIÓN “Mobile”

► LA COMPAÑÍA
Historia
Posicionamiento

INNOVACIÓN
Marcas
Cliente
Distribución
Mobile
Social Media



Aplicaciones para

- Tablets
- i-Phone
- Android
- Blackberry

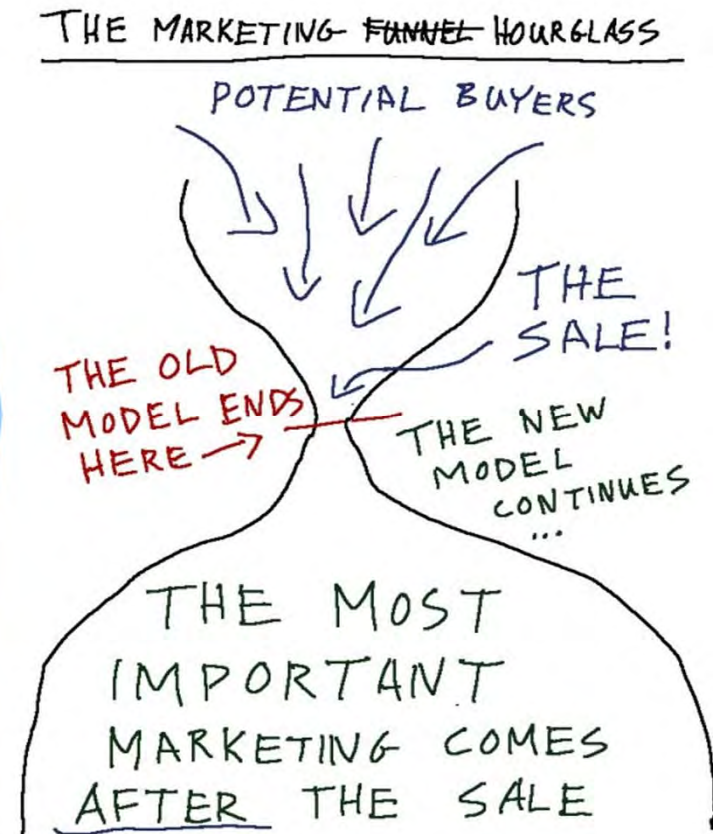
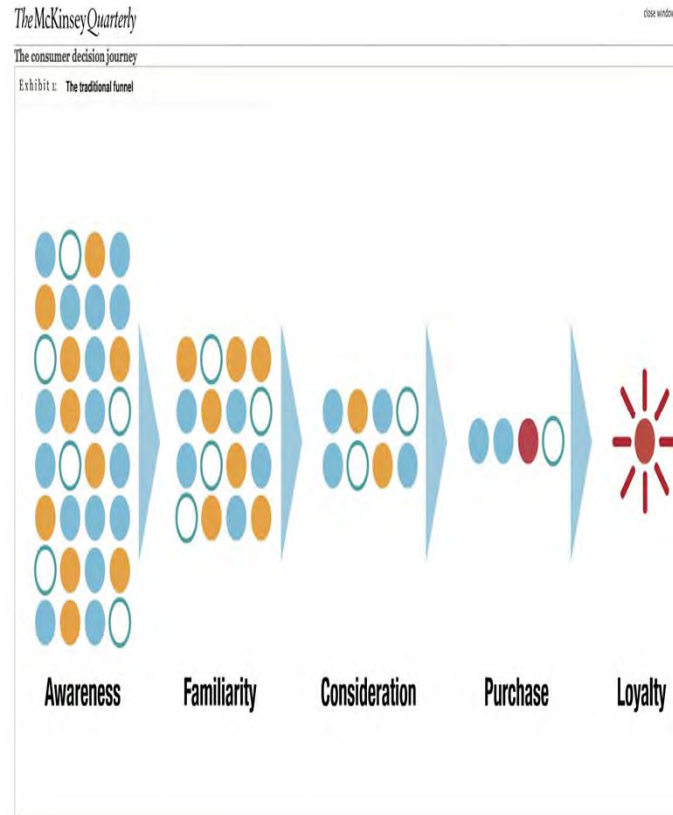
2012 +144%

DISTRIBUCIÓN Redes Sociales

► LA COMPAÑÍA
Historia
Posicionamiento

INNOVACIÓN

Marcas
Cliente
Distribución
Mobile
Social Media



DISTRIBUCIÓN Redes Sociales

LA COMPAÑÍA
Historia
Posicionamiento

INNOVACIÓN
Marcas
Cliente
Distribución
Mobile
Social Media



Conclusiones

- El “cliente” en el centro de la organización
- Marcas Poderosas - Innovación
- Nuevo modelo de comercialización
- Experiencias, accesibilidad, fiabilidad y transparencia
- Tecnología