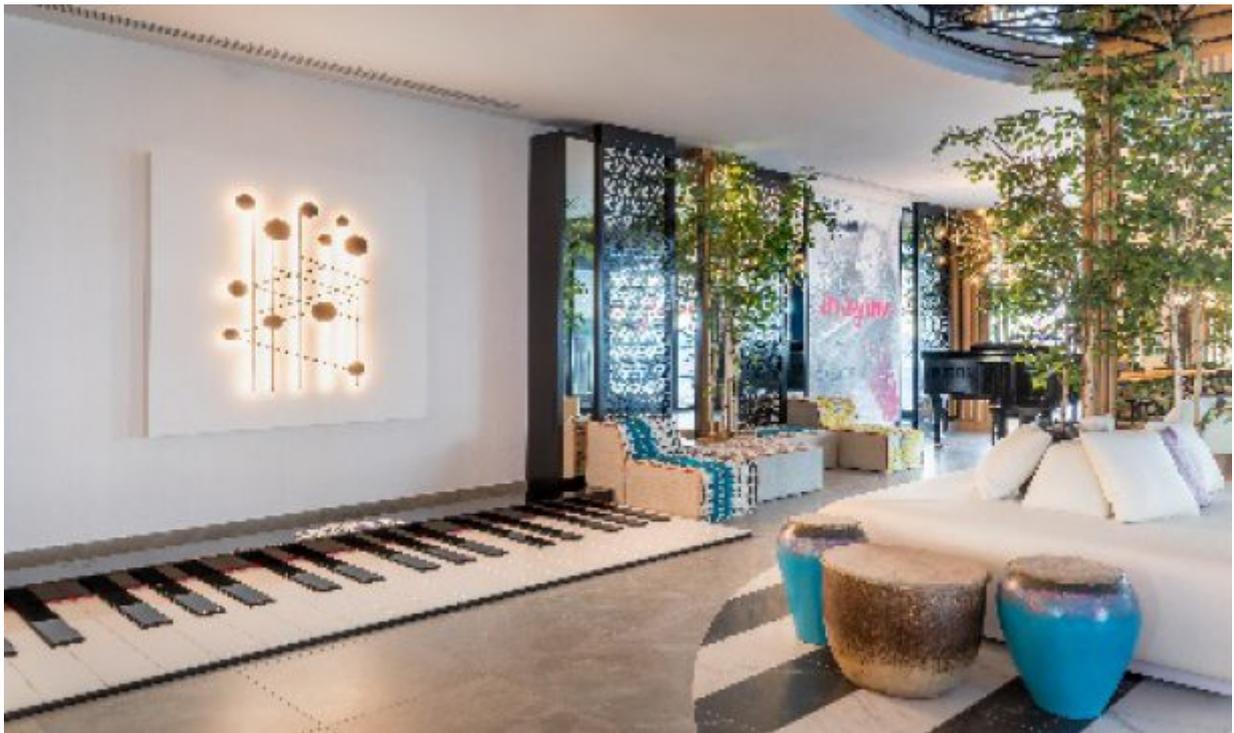


## 13 new entry nel 2018 per la catena alberghiera Barceló Hotel Group

notizia pubblicata **25 Gennaio 2019** alle ore **12:01** nella categoria **Alberghi**



In concomitanza con la 39<sup>a</sup> edizione della FITUR di Madrid, Barceló Hotel Group ha presentato il rapporto sull'espansione del 2018 e i progetti di crescita per il 2019.

Il 2018 è stato per Barceló Hotel Group un anno di crescita e di espansione, come dimostrano i 13 hotel incorporati per un totale di 2.5919 camere, che hanno permesso di aumentare il proprio portafoglio a 249 strutture e 55.014 camere in 22 paesi. Una cifra, questa, che consente alla catena di collocarsi come la terza più grande di Spagna e la 29<sup>a</sup> nella classifica delle catene internazionali. Tra gli aspetti maggiormente degni di nota si trovano l'ingresso di Barceló Hotel Group in Portogallo, la posizione di leadership raggiunta in Marocco e il progressivo sviluppo in Medio Oriente.

“Dopo alcuni anni di rallentamento a causa della crisi economica, negli ultimi tre anni (2015-2018) abbiamo riattivato l'espansione con un totale di 35 nuovi stabilimenti e 6.971 camere. Tutto questo è stato possibile grazie alla nostra capacità di negoziare con gruppi locali e hotel indipendenti, fornendo la massima redditività a lungo termine, pur mantenendo la personalità delle singole identità. Guardando al futuro,” conclude “la crescita è assicurata grazie alle oltre 6.000 camere che verranno incorporate entro il 2021, a cui si devono aggiungere altri 75 nuovi progetti, ottenuti tramite il nuovo piano strategico (2019-2021)”, ha detto Jaime Buxó, direttore dello sviluppo commerciale di Barceló Hotel Group.

“I risultati economici del 2018, anche se non ancora definitivi, saranno simili a quelli del 2017, già

registrato come anno storico in termini di crescita. Prevediamo un totale di 3.000 milioni di euro in vendita, con un utile netto consolidato di 180 milioni di euro.” Per quanto riguarda l’occupazione aggiunge: “l’America Latina è migliorata leggermente con l’82% rispetto all’80% nel 2017; mentre Spagna ed Europa sono rimaste le stesse con il 73%. In termini di RevPar (Revenue per available room) Spagna ed Europa hanno chiuso con un prezzo medio di 101 euro a notte rispetto ai 100 del 2017, mentre l’America Latina ha registrato un prezzo medio di 151 dollari contro i 152 dell’anno precedente”, ha aggiunto Raúl González, CEO delle strutture in EMEA di Barceló Hotel Group.

Altro fattore degno di nota è stato quello generato dal tasso di cambio del dollaro, che ha consentito di ottenere un utile netto ricorrente simile a quello dell’anno precedente. Infine, va segnalata la significativa riduzione dell’indebitamento finanziario conseguito, passando da 330,7 milioni di euro nel 2017 a 72,2 milioni di euro nel 2018. Grazie a tutto ciò, la catena potrà realizzare nel 2019 un importante piano di riforme e investimenti per un importo di 250 milioni di euro.

“Nel 2019 si prevede un rallentamento nel settore turistico spagnolo dovuto a un calo degli arrivi internazionali, motivato dal recupero dei nostri concorrenti in Nord Africa e Turchia. Ciononostante – ha spiegato González – manteniamo una visione positiva poiché riteniamo che saremo in grado di sfruttare le opportunità che si presenteranno con il cambiamento del ciclo. Il mercato alberghiero spagnolo rimarrà attraente per gli investitori. Il nostro obiettivo – ha concluso – è essere il gruppo alberghiero spagnolo leader per quanto riguarda redditività e soddisfazione dei clienti, con una crescita più sostenuta, con indici di indebitamento controllati e focalizzati più sulla gestione alberghiera che sugli immobili”.