



NH Hoteles Junio 2007

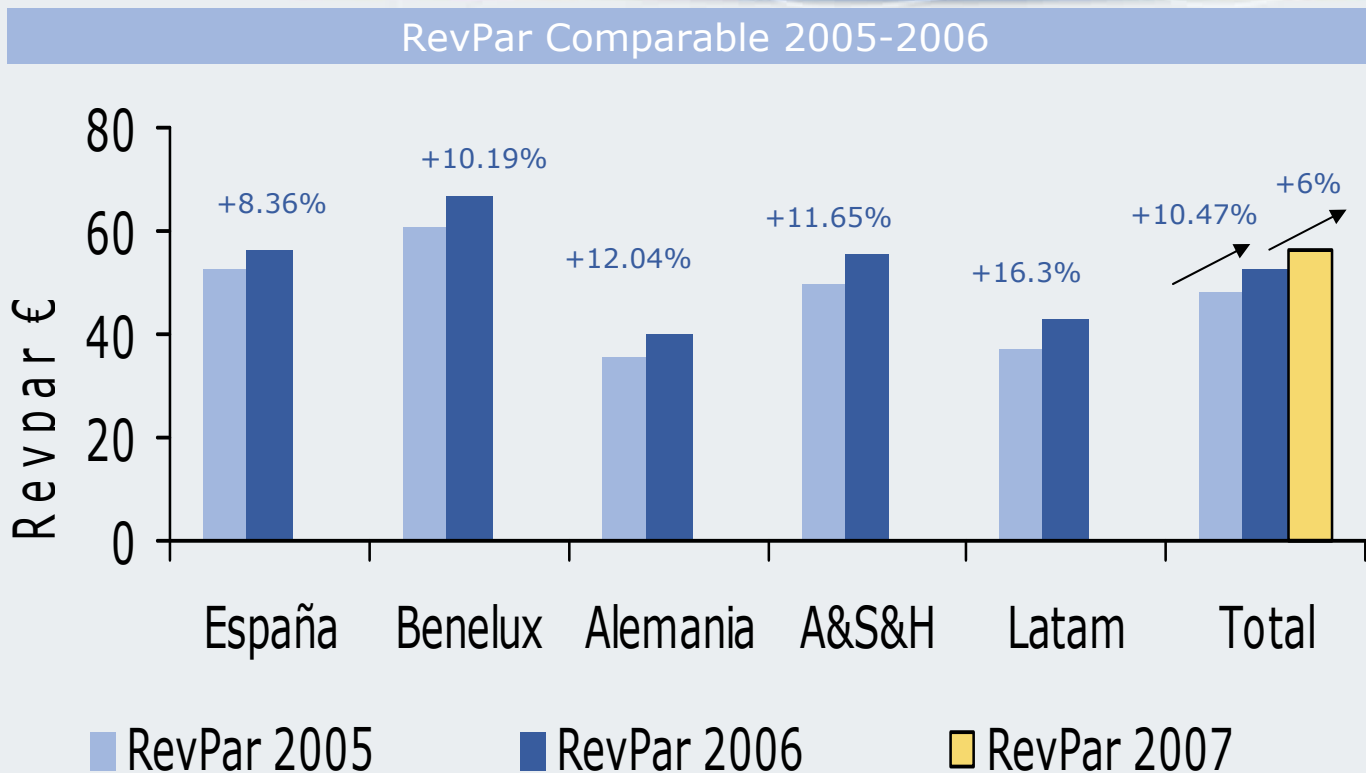


Resultados 2006

€ millones	2006	2005	% Cambio
Ingresos Hoteles	1,021.57	901.22	13.4
Ingresos Inmobiliarios	69.37	83.44	(16.9)
Ingresos Totales	1,090.94	984.66	10.8
GOP Hoteles	345.99	296.68	16.6
Margen de GOP (%)	33.9	32.9	
EBITDA Hoteles	161.8	127.19	27.2
EBITDA Inmobiliario	27.09	53.66	(49.5)
EBITDA Total	188.9	180.85	4.4
Beneficio Neto	62.45	62.24	0.34

€ millones	2007 Consenso	2006 Pro-forma	% Cambio
Ingresos Hoteles	1380	1286	7%
Ingresos Inmobiliarios	70	69.37	1%
Ingresos Totales	1.457	1.355	7,5%
EBITDA Hoteles	253	215,8	17%
EBITDA Inmobiliario	40	27.09	47%
EBITDA Total	292	242,9	20%

RevPar 2006



Claves

- Crecimiento en RevPar 06/05 del 10.47%, explicado en un 80% por subidas de ADR
 - ADR, +8.39%, +6.04€
- Crecimiento esperado de un 6% en RevPar Comparable 2007
 - Entorno económico favorable
 - Nueva capacidad hotelera moderada

Resultados 1T 2007

RESUMEN PYG 1 ^{ER} TRIMESTRE 2007	1T 2007		1T 2006		2007/2006
	M Eur.	%	M. Eur	%	Var. %
Ingresos de la Actividad Hotelera	288,55	90,6%	220,78	96,6%	30,7%
Ingresos de la Actividad Inmobiliaria	10,89	3,4%	4,50	2,0%	142,0%
Otros Ingresos de la actividad recurrente	18,94	5,9%	3,23	1,4%	486,4%
TOTAL INGRESOS	318,38	100,0%	228,51	100,0%	39,3%
GOP	108,53	34,1%	69,19	30,3%	56,9%
GOP HOTELES	105,18	36,5%	68,38	31,0%	153,8%
GOP EX- NO RECURRENTE	86,24	29,9%	65,15	29,5%	32,4%
GOP EX- NO RECURRENTE Y EXPANSIÓN	71,92	31,0%	65,21	29,6%	10,3%
EBITDA	51,56	16,2%	24,88	10,9%	107,2%
BENEFICIO NETO	5,18	1,6%	1,75	0,8%	195,7%

Italia

- Cristalizar el valor de Jolly Hotels y del resto de activos en Italia con el fin de doblar resultados

Enfoque Europeo

- Reforzar el enfoque europeo aprovechando las buenas perspectivas económicas y la carencia de líderes en hoteles del segmento medio
- El crecimiento se enfocará en los mercados estratégicos beneficiándose del mayor reconocimiento de marca, un modelo operativo contrastado y economías de escala

Plan de Crecimiento

- Las inversiones se concentrarán en Alemania e Italia reduciendo la exposición al mercado inmobiliario español
- El desarrollo de nuevos *resorts* en el Caribe representarán cerca del 2% del compromiso de inversión total

Sotogrande

- Sotogrande se colocará en bolsa de nuevo en los próximos meses y los fondos se destinarán a impulsar la actividad hotelera

Crecimiento rentable

**Potencial de los
hoteles abiertos a 31
de diciembre de 2006**

Ebitda 2006	TACC 06-09	TACC 06-12
€161M	13,4%	8,7%

Potencial de Jolly

Ebitda 2006	TACC 06-09	TACC 06-12
€54M	11,7%	9%

**Potencial del Plan
18,000**

Ebitda 2006	2009	2012
0	€13M	€70M

Margen de Ebitda

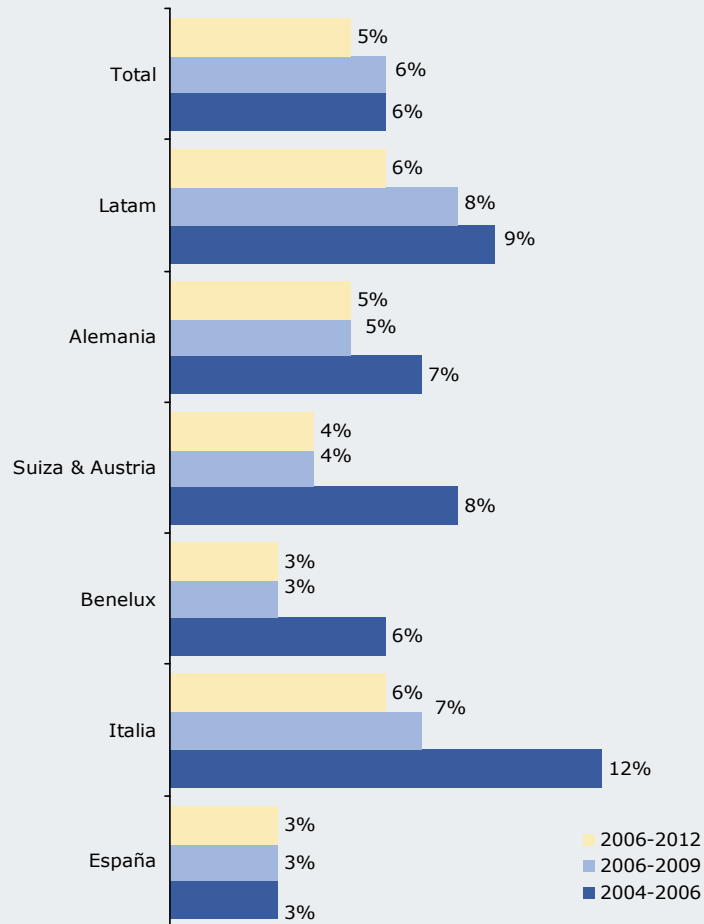
Margen 2006	2009	2012
16,9%	18,3%	18,9%

ROCE Hoteles

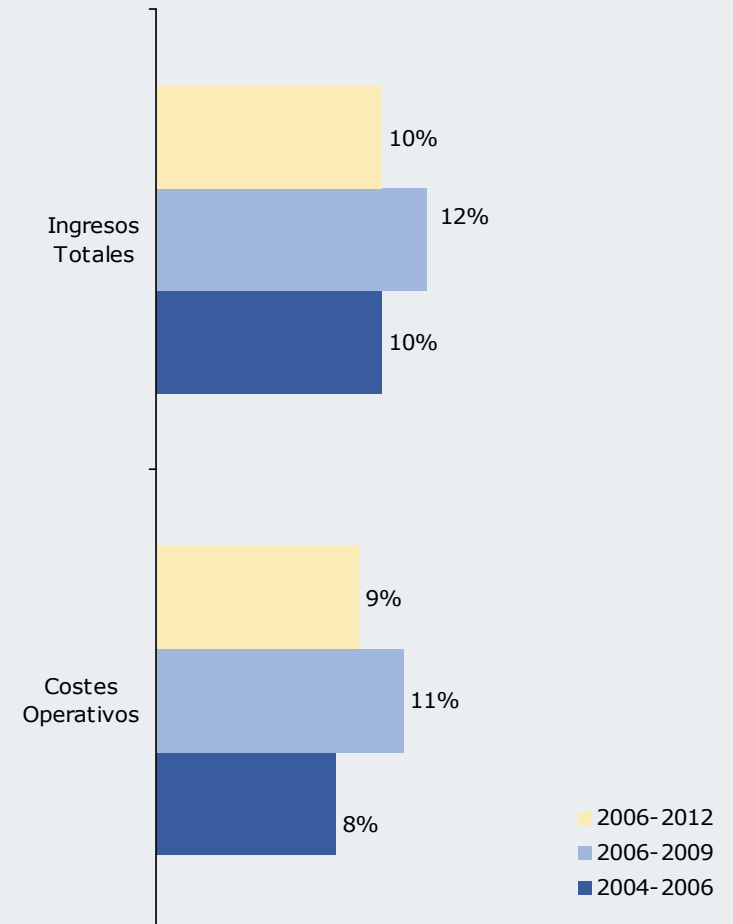
2006	2009	2012
7,5%	8,5%	9,3%

Hipótesis del Plan – RevPar y Resultados

TACC esperado del RevPar

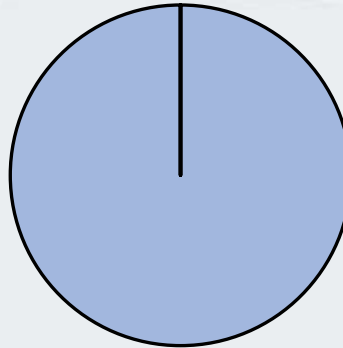


TACC de Ingresos y Costes Operativos

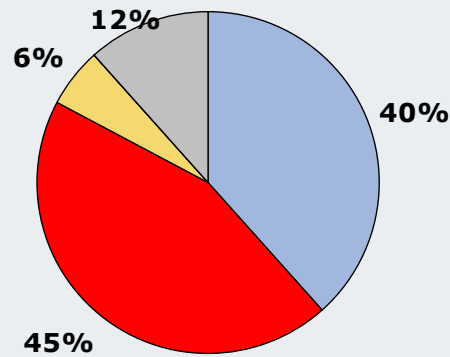


Diversificación en Resultados

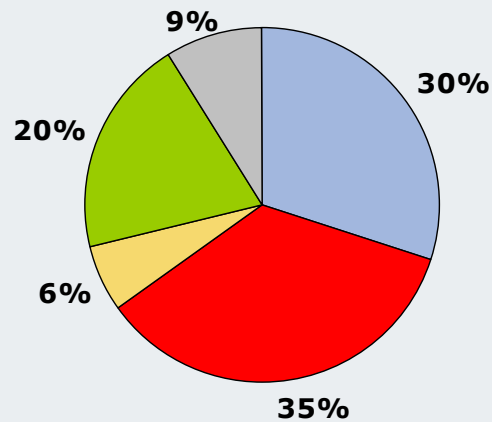
1999



2006



Ebitda 2007e



- **España**
- **Benelux**
- **Alemania y Países del Este**
- **Italia**
- **Latinoamérica**

Capex y Deuda 2007-2012

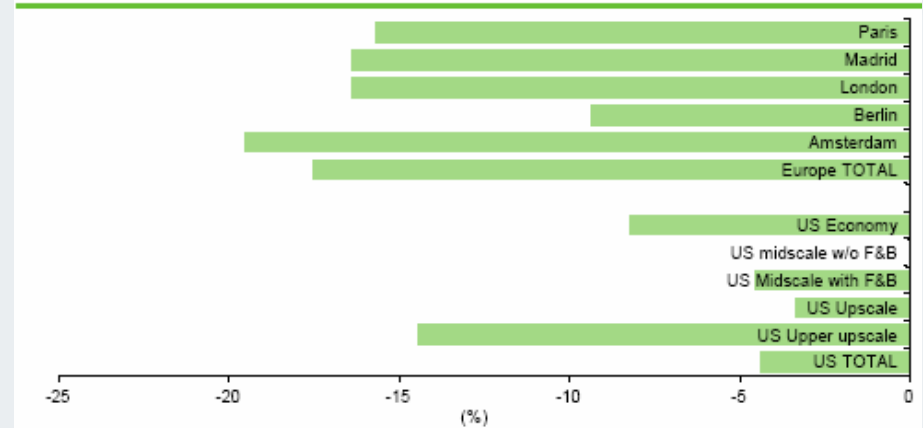
CAPEX	Mantenimiento 4-5% Sobre las Ventas	€500M-€600M
	Expansión	€500-€550M
	Jolly Hotels	€200M-€250M
	TOTAL	€1200M-€1400M

APALANCA- MIENTO	Generación de Caja	1400M-1500M
	Deuda Neta	Estable entre 2007-20012 entre €1000M-€1200M
	Deuda Neta + Minoritarios/ EBITDA	Objetivo: 4x / logrado casi a fin 2007

Perspectivas de la compañía o analistas

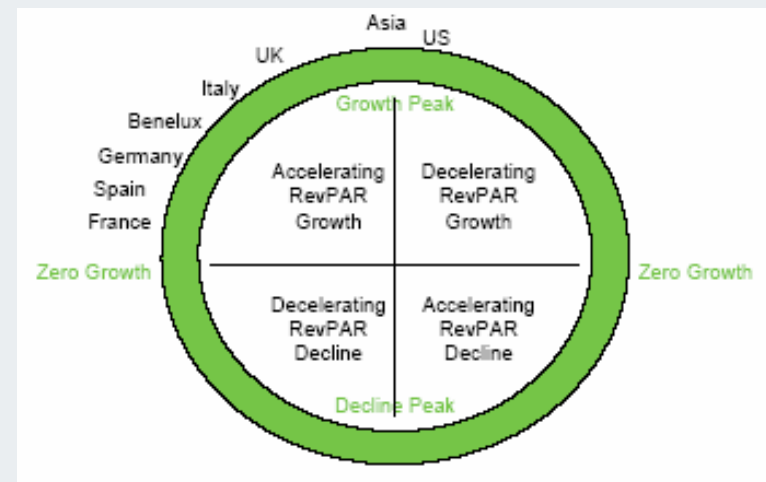
Operator	RevPar 2007-2009 CAGR
Hilton	7%-9%
Starwood	7-9%
Accor	8%
Marriot	4-8%
Intercontinental	7%
NH Hoteles	6%
Rezidor	5.2%
Whitbread	5%
Millenium	4%
Sol Meliá	4%

Premium/(discount) to last peak (real values): Europe and US

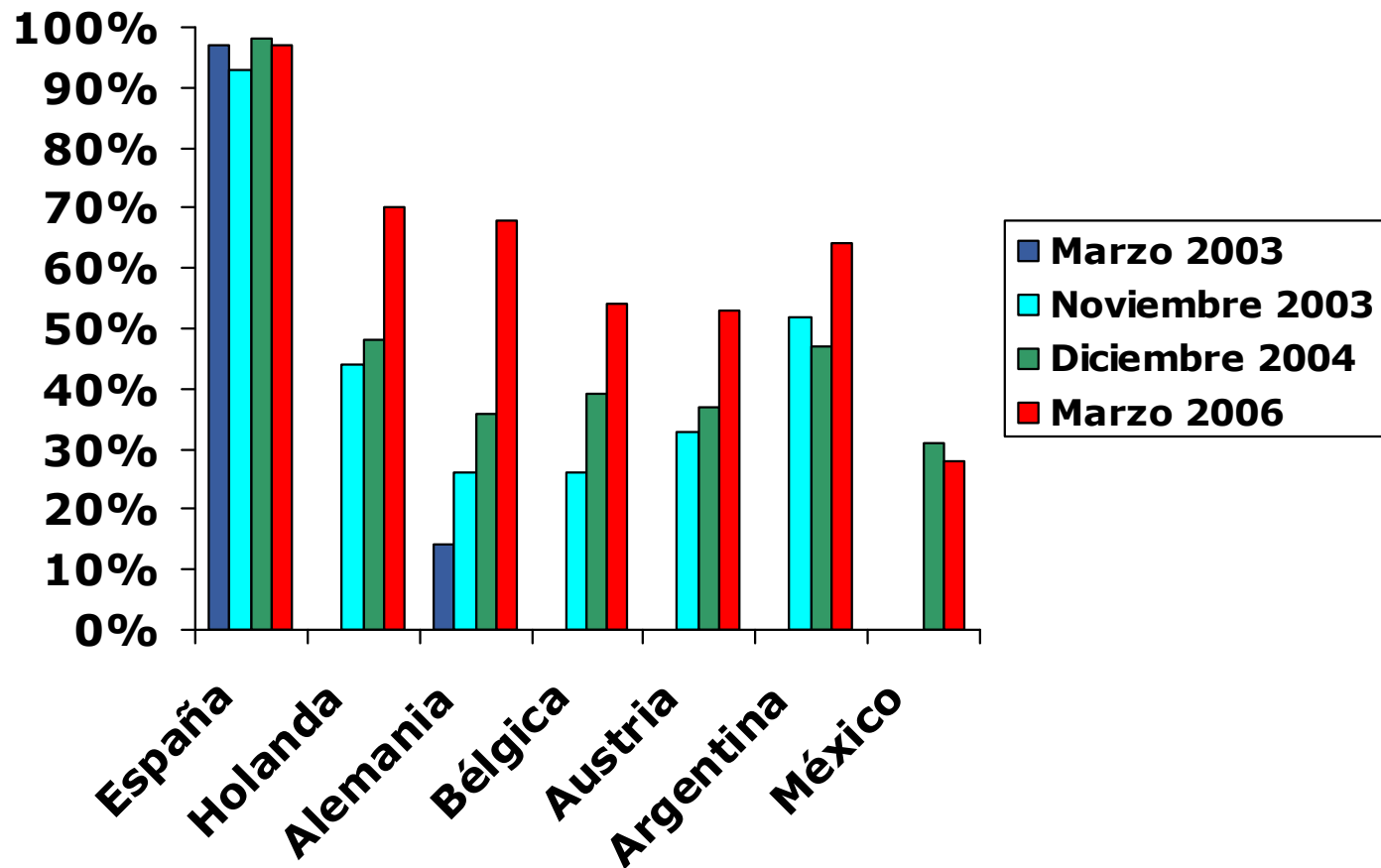


Source: Smith Travel Research & Deloitte, Dresdner Kleinwort Equity research estimates

- Las grandes operadoras registran estimaciones más optimistas por el "premium" de RevPar que son capaces de generar.
- Los crecimientos anuales parecen que se producirían vía Precio pues tanto Europa, América y Asia llegaron hace tiempo a tasas de ocupación de "equilibrio" que pasaron el protagonismo al poder del Precio.
- Existe una opinión muy extendida de que los ciclos podrían suavizarse en el futuro puesto que casi todos los mercados han madurado en los que respecta a:
 - Comportamiento más racional respecto a nueva capacidad hotelera
 - La escasez de espacio disponible para más hoteles en buenas ubicaciones de las ciudades
 - Gestión de las Economías locales



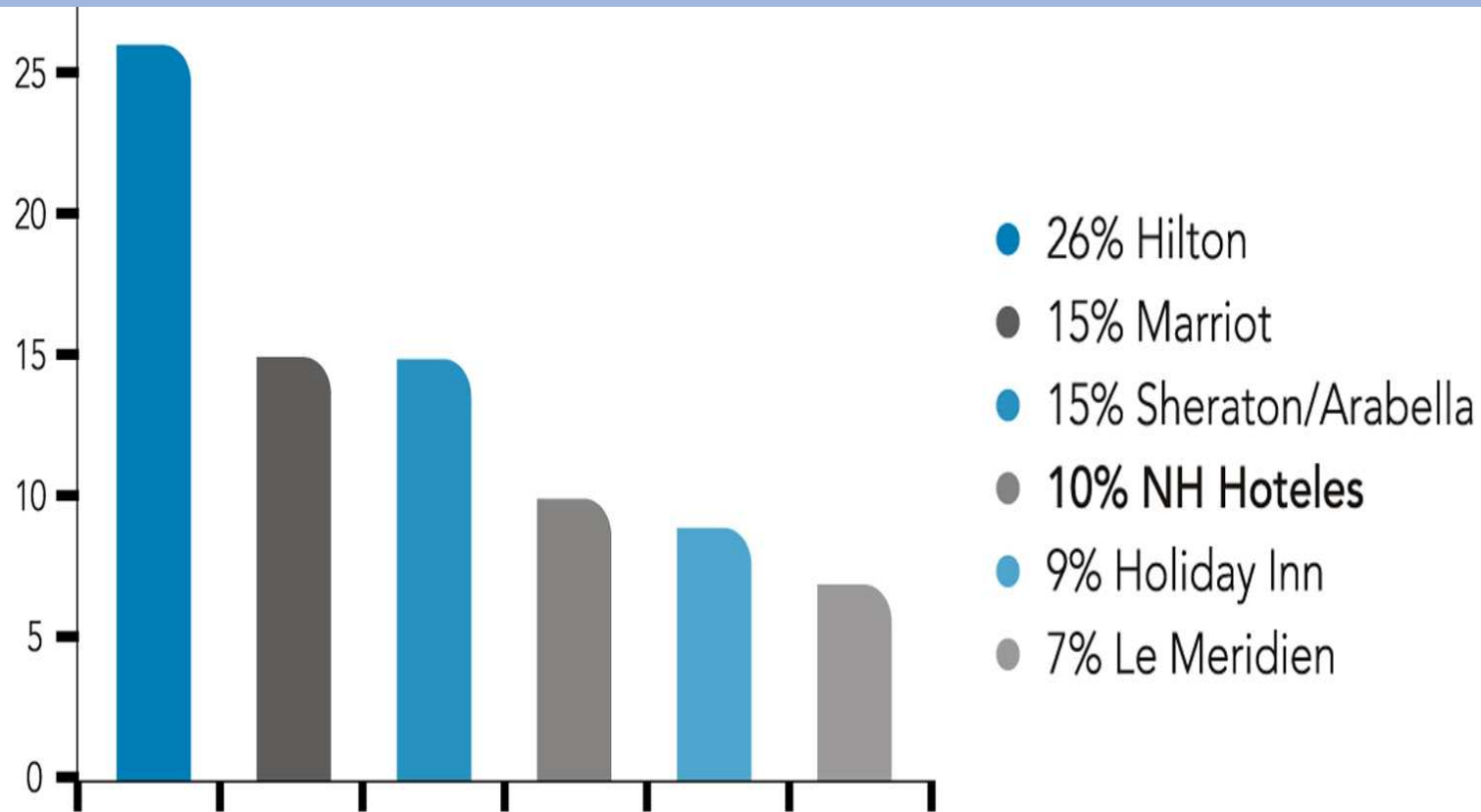
Evolución del reconocimiento de la marca NH



Fuente: Consultora de mercado *Ikerfel*

...que permite una posición privilegiada en el segmento de negocios europeo

Índice Pan Europeo de preferencia de marca (segmento negocios)



Adquisición de Jolly

Datos Principales

- NH Italia, (55% NH Hoteles - 45% Banca Intesa) poseía antes de la transacción el 20% de Jolly Hotels desde 1999
- NH Italia, en un periodo máximo de 3 años adquirirá un 63% de Jolly Hotels, pagando por todas sus acciones 25€/ Acción
- Como mínimo, NH Italia, tendrá en un periodo máximo de 3 años, el 83% de Jolly Hotels
- Además, NH Hoteles obtendrá directamente un 1,5% sobre las ventas y un 4% sobre el GOP del consolidado en NH Italia

Valoración

€ millones	Valoración Implícita Transacción 15 Noviembre	Precio Medio de Adquisición para NH Hoteles **
Precio Acción (€)	25,00	21,43
Valor FF.PP.	500	429
Deuda Neta	229	229
Valor Empresarial	729	658
Valor Empresarial sobre		
'06 EBITDA: €54m	13,5x	12,1x
'07E EBITDA: €55m*	13,2x	11.9x

(*) Fuente: NH Hoteles

(**) Considerando la inversión desde 1999

Valoración

- Precio de Adquisición menor que NAV no genera fondo de comercio. Desde la última valoración externa, el RevPar se ha incrementado un 20% sugiriendo una tendencia similar en el valor de los activos

Retornos

- ROCE estimado por encima del 10%. Excelente oportunidad para mejorar márgenes

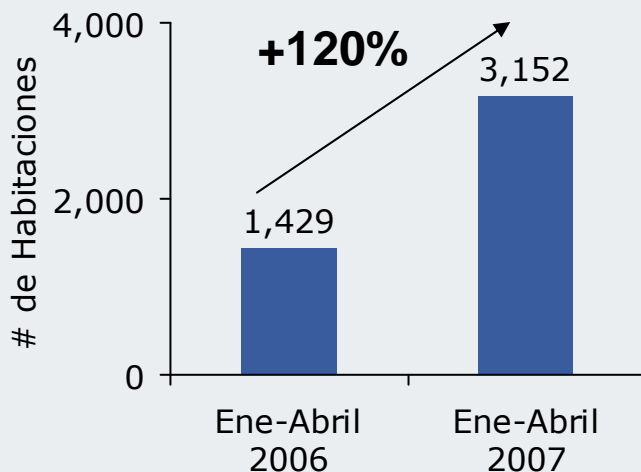
Localización de los Activos

- Localización de los hoteles es única. La mayoría de los activos están en el centro de la ciudad. La cartera cubre ciudades clave en Italia y puntos de entrada internacionales (NY, Londres, París, Amsterdam, Berlín y Bruselas)

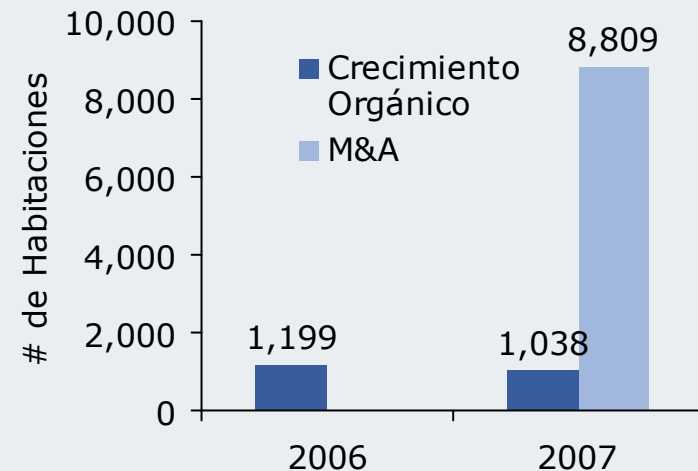
Progreso Plan de Expansión a 11 de Junio de 2007

- **Firmas: Un 18% por delante del Plan de expansión**
 - Se han realizado el 27% en Italia, 18% en Austria, 16% en España, 11% en la República Checa, 7% en Alemania, 7% Francia, 6% en Sudáfrica, 4% en Holanda.
- **Aperturas: La B.U. de Italia adquiere un tamaño similar a España, Benelux o Alemania gracias a Jolly, Framon y el resto de nuevas aperturas previstas**
 - La apertura del NH Constanza devuelve a NH el protagonismo en el sector hotelero de Barcelona
 - El NH Danube City supone una clara apuesta por el mercado Vienés

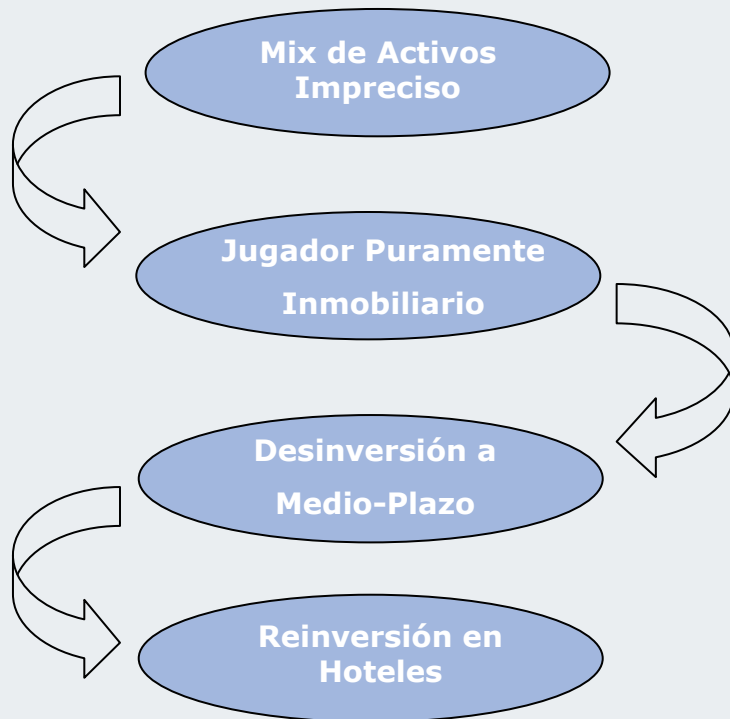
Evolución Firmas Enero-Mayo 2007/2006



Evolución Aperturas Q1 2007/2006



Reestructuración de los Activos y Desinversión a Medio Plazo



- Después de la OPA en acciones, NH posee el 97,72% de Sotogrande
- Concluyó la reestructuración de activos centrada en la orientación turístico-residencial de la sociedad
- Sotogrande ha incorporado participaciones significativas en los desarrollos situados en República Dominicana (Cap Cana) y México (Isla Blanca)
- Nace Sotogrande Marketing Services especializada en diseño y ejecución de conceptos de Marketing en el segmento de turismo residencial de alto nivel
- En el corto plazo, NH Hoteles va a desinvertir en Sotogrande y destinará los fondos para impulsar la actividad hotelera
- €900m de valor bruto de los activos estimados en mayo de 2006 (valoración interna)

Nota Legal

Este documento ha sido elaborado por NH Hoteles, S.A. ("NH Hoteles"), y se facilita a efectos exclusivamente informativos.

Este documento no constituye una oferta de compra, venta o suscripción de valores o instrumentos financieros. Los receptores del mismo deberán tener en cuenta que los resultados históricos de las inversiones no garantizan resultados futuros.

La información que se incluye en el documento se ha obtenido de fuentes consideradas fiables, y aunque se ha tenido un cuidado razonable para garantizar que la información que incluye el documento no sea ni incierta ni equívoca en el momento de su publicación, no se garantiza que sea exacta y completa.

Las opiniones y estimaciones que figuran en el documento constituyen la opinión técnica de NH Hoteles y están sujetas a modificación sin previo aviso. El acierto en proyecciones pasadas no garantiza el éxito de las futuras.

Las hipótesis sobre las que se basan las previsiones y objetivos contenidos en el documento se refieren a las circunstancias del entorno económico, de mercado y regulatorio del momento actual, las cuales, por su propia naturaleza, pueden modificarse en cualquier momento. Asimismo, tales estimaciones y proyecciones, así como cualquier referencia a hechos futuros, están sujetas a incertidumbre y podrían no llegar a materializarse según se indica.

Las afirmaciones y previsiones que se incluyen en el documento no constituyen representaciones o garantías, expresas o tácitas, por parte de NH Hoteles, o de sus consejeros o directivos.

Ni NH Hoteles, ni sus consejeros y directivos, asumen responsabilidad alguna por cualquier daño o pérdida, directos o indirectos, que pudiera resultar del uso de la información contenida en el documento.

La recepción de este documento por sus destinatarios implica su plena aceptación del contenido de la presente nota previa.