

NH HOTELES APUESTA POR EUROPA PARA DOBLAR SUS RESULTADOS EN TRES AÑOS

- **Incluyendo las recientes adquisiciones en Italia, el Grupo destinará €1.300M para alcanzar 70.000 habitaciones en 2009**
- **NH Hoteles concentrará sus inversiones principalmente en Alemania e Italia, donde se espera una mejora significativa de los resultados**
- **El plan de negocio prevé duplicar los resultados operativos (EBITDA) de la actividad hotelera en tres años, superando los €300M**

Madrid, 19 de enero de 2007.- NH Hoteles ha presentado un plan a tres años para doblar los resultados de la compañía con una inversión total de €1.300M. Con la puesta en marcha de este ambicioso plan de desarrollo, NH Hoteles prevé duplicar su beneficio operativo (EBITDA) de la actividad hotelera, hasta superar los €300M en el ejercicio de 2009.

El plan de expansión contempla la integración de las recientes incorporaciones a la compañía de las cadenas Jolly Hotels y Framon en su Unidad de Negocio de Italia, lo que supondrá un desembolso de más de €700M, entre inversión y asunción de deuda. Además, la compañía prevé una inversión adicional de €100M en concepto de reformas para adecuar las cadenas italianas a los estándares de NH Hoteles. El objetivo previsto por la compañía en su Unidad de Negocio de Italia supone doblar los resultados actuales a finales de 2009, aprovechando la oportunidad de mejora de la eficiencia operativa en los hoteles adquiridos. Jolly Hotels y Framon destacan por la complementariedad existente con NH Hoteles en cuanto a perfil de cliente, servicios ofertados, estratégicas ubicaciones urbanas y amplia cobertura geográfica.

NH Hoteles prevé reforzar su liderazgo en el segmento medio en Europa concentrando sus inversiones de crecimiento orgánico en los principales mercados del continente donde ya cuenta con una presencia destacada. El grupo planea invertir €500M en Europa, basándose en el posicionamiento de referencia de la compañía en los principales países donde opera y aprovechando las buenas perspectivas económicas para los próximos años. El segmento medio hotelero presenta un amplio potencial de crecimiento en Europa donde tan sólo el 25% de los hoteles es operado por marcas hoteleras. En este sentido, NH Hoteles planea aprovechar las oportunidades de crecimiento de este fragmentado mercado y consolidar su liderazgo en el segmento de 3 y 4 estrellas. De esta forma, la compañía concentrará sus inversiones en mercados inmobiliarios atractivos, como Alemania, y utilizará formulas de bajo riesgo en el resto de mercados donde opera, como en el caso de España.

NH Hoteles se sitúa en una posición privilegiada para obtener una alta rentabilidad a su plan de desarrollo. La compañía ha incrementado el reconocimiento de marca en países como Alemania, Austria, Holanda y Bélgica y mantiene un alto índice en España, según el último estudio realizado por la consultora Ikerfel en 2006. Por otro lado, el aumento de RevPar en 2006 confirma la positiva tendencia experimentada en todas las Unidades de Negocio en el último ejercicio.

La compañía prevé duplicar el número de habitaciones abiertas y firmadas durante los próximos tres años. El objetivo marcado por NH Hoteles, situado en más de 70.000 habitaciones a final de 2009, consolidará su posición de liderazgo en el segmento hotelero europeo.

El plan estratégico contempla una inversión destacada en países como Alemania o Italia, que prevén una evolución muy positiva y que ya se están consolidando como mercados de referencia en los próximos años. El 25-30% de la inversión del plan de expansión se destinará a las Unidades de Negocio de Alemania, Suiza y Austria, prestando especial atención a proyectos con una calidad de producto homogéneo a NH Hoteles en las ocho principales ciudades de Alemania. Alrededor del 20-25% de la inversión del plan de expansión se concentrará en Italia, consolidando así el liderazgo de la compañía en el país transalpino.

El crecimiento en Bélgica, Holanda y Luxemburgo pasa por un aumento de 3.000 habitaciones, basado en un incremento de la presencia de la cadena en ciudades secundarias (en cuanto a número de habitantes), especialmente en Holanda, así como en Ámsterdam. En Bélgica y Luxemburgo la expansión se centrará en ciudades estratégicas como Amberes o la propia Luxemburgo.

NH Hoteles planea acelerar su posición en Polonia y en las ciudades más importantes de los países de Europa del Este. Para ello destinará alrededor del 10-15% de la inversión de su plan estratégico.

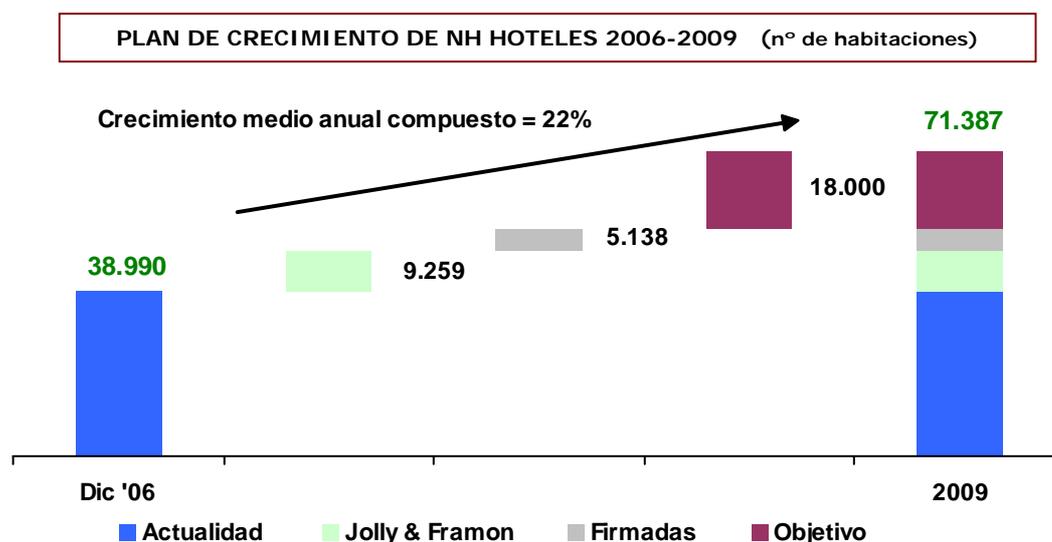
En España y Portugal, NH Hoteles planea un crecimiento de 2.000 habitaciones hasta 2009, manteniendo su cuota de mercado en las principales ciudades donde ya tenía presencia y buscando oportunidades en aquellas ciudades aún no cubiertas por la cadena, mediante formulas de arrendamiento o gestión.

El plan de crecimiento en Latinoamérica centra su principal objetivo en elevar el número de habitaciones en la capital de Argentina y en las principales ciudades de México, además de seguir estudiando otros mercados de interés como Chile, Colombia y Perú.

En el segmento vacacional, donde en la actualidad NH cuenta con varios proyectos en desarrollo en Cap Cana (República Dominicana) y Riviera Maya (México), la compañía planea reforzar su crecimiento con una inversión muy limitada que no superará el 3% de la inversión total del plan a 2009.

Para la financiación del plan, además del propio *cash flow* generado, la compañía ha aprobado una ampliación de capital por valor de €250M.

El siguiente gráfico muestra el desglose del objetivo de crecimiento de habitaciones marcado por NH Hoteles desde septiembre 2006 hasta 2009:



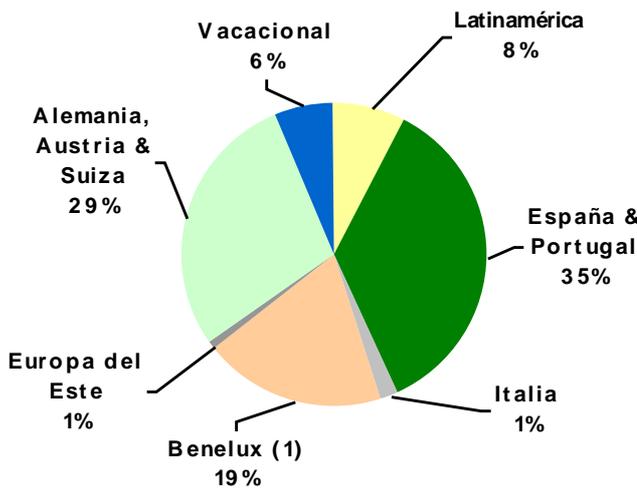
La expansión contempla la incorporación de 32.000 habitaciones, entre nuevas aperturas y firmas, que se sumarán a las 38.990 habitaciones que la compañía opera en la actualidad. NH Hoteles planea un crecimiento orgánico de 18.000 nuevas habitaciones hasta 2009. Además, para alcanzar el objetivo de 32.000 habitaciones, la hotelera cuenta en la actualidad con 5.138 habitaciones firmadas y 9.259 habitaciones recién incorporadas, gracias a los acuerdos alcanzados con las cadenas Jolly Hotels y Framon.

El siguiente gráfico refleja la diversificación geográfica de la presencia de NH Hoteles en la actualidad y tras cumplir el plan de crecimiento en 2009:

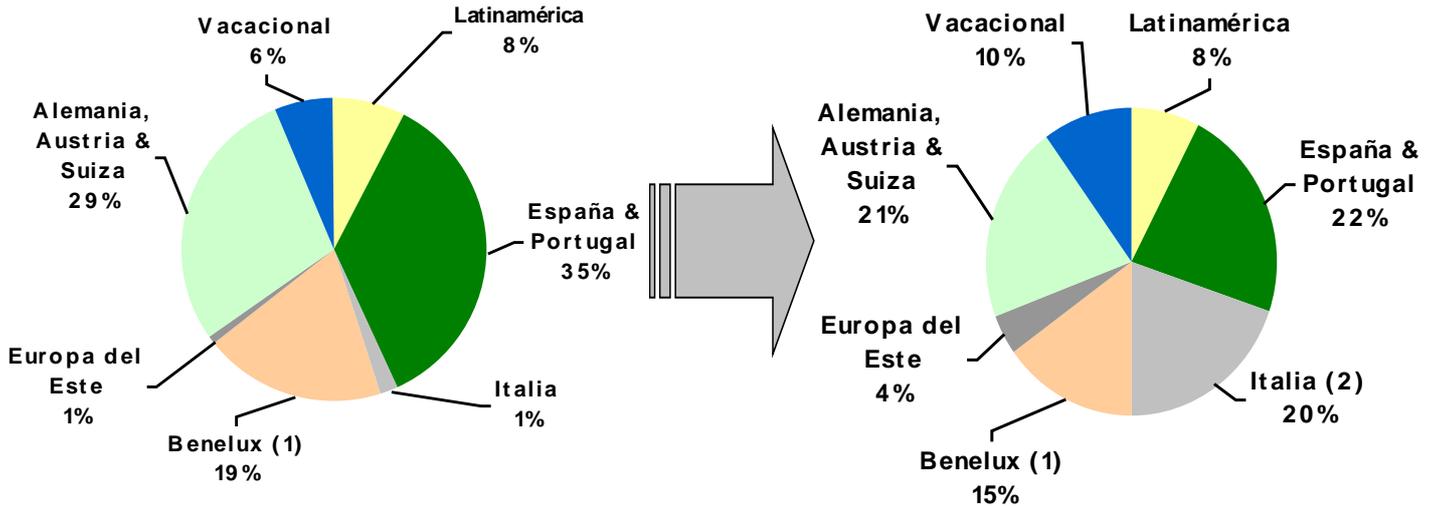
Actualidad:
38.990 Habitaciones

Actualidad + Plan de crecimiento:
71.387 Habitaciones

DIC 2006



AÑO 2009



(1) Sudáfrica y Londres incluidos.

(2) Recientes adquisiciones de Framon y Jolly Hotels incluidos

SOBRE NH HOTELES

NH Hoteles (www.nh-hotels.com) ocupa el tercer lugar del ranking europeo de hoteles de negocios. NH Hoteles, tras las recientes adquisiciones en Italia, opera 330 hoteles con 47.828 habitaciones en 21 países de Europa, Latinoamérica y África. NH Hoteles tiene en la actualidad 29 proyectos de nuevos hoteles en construcción, que supondrán más de 5.000 nuevas habitaciones.

Los hoteles NH destacan por su calidad tanto en servicios como en instalaciones, con una decoración muy cuidada pensada para agradar a todos los gustos, uniforme y con la que el cliente se siente cómodo. Los establecimientos de NH Hoteles cuentan con las más avanzadas tecnologías para facilitar al cliente tanto la comunicación como el trabajo y el entretenimiento.

La restauración es otra de las prioridades de los hoteles de la cadena, que ofrece a sus clientes una cocina de primera calidad. Además, NH Hoteles y el prestigioso restaurador Ferran Adrià, que se asoció con la cadena en el año 2000, han lanzado nuevos conceptos como “nhube”, espacios pioneros en el sector hotelero que combinan restauración, ocio y descanso para los clientes de la cadena, y “Fast Good”.

NH Hoteles cotiza en la Bolsa de Madrid (pertenece en el selectivo Ibex 35).

PARA MÁS INFORMACIÓN:

Departamento de Comunicación de NH Hoteles

Tel: +34914519762

Tel: +34 91451 97 18 (centralita)

Email: comunicacion@nh-hotels.com

CENTRAL DE RESERVAS

Tel: 902 115 116 (Desde España)

Tel: +800 0115 0116 (Desde AUS, BE, FRA, ALE, IRL, HOL, ITA, PT, SU, RU)

Tel: +34 91 398 44 00 (Desde otros países)

Web: <http://www.nh-hotels.com>