



NOTA DE PRENSA

La compañía de franquicias de hotel tiene 300 hoteles distribuidos en 42 países

NH VENDE "GOLDEN TULIP WORLDWIDE" A SU EQUIPO GESTOR

- **NH Hoteles ha decidido concentrarse en una marca única y un producto homogéneo**
- **El holandés Hans Kennedie continuará como director general de la compañía de franquicias**

Amsterdam, 6 de febrero de 2002.- NH Hoteles, la tercera empresa europea del sector hotelero, ha vendido "Golden Tulip Worldwide", la compañía que gestiona las licencias sobre las marcas Golden Tulip y Tulip Inn, a su actual equipo gestor dirigido por el holandés Hans Kennedie. La transacción implica que Golden Tulip Worldwide deja de constituir una unidad de negocio de NH Hoteles. El motivo principal de la transacción es que NH Hoteles ha decidido concentrar su actividad en una sola marca, NH, y en un producto homogéneo para toda la cadena.

La razón fundamental que ha llevado a NH Hoteles a adoptar la decisión de cambiar los hoteles Golden Tulip a NH Hoteles es la necesidad de consolidación de la marca en la industria hotelera europea con una mayor presencia geográfica en el mercado. Los hoteles Golden Tulip y Tulip Inns que son propiedad o están arrendados por NH pasarán a ser NH Hoteles a lo largo del presente año.

Golden Tulip Worldwide tiene concedida la licencia de uso de la marca a 300 hoteles repartidos en 42 países de todo el mundo. El actual equipo gestor de la compañía de franquicias, liderado por el holandés Hans Kennedie, continuará



al frente de la empresa y seguirá asegurando unos estándares de calidad para todos los hoteles que operen bajo las marcas Golden Tulip y Tulip Inn. Hans Kennedie ha desempeñado una serie de cargos dentro Golden Tulip y ha trabajado en las oficinas de la empresa en Holanda, Nueva York y Londres. Es el Director General de Golden Tulip Worldwide desde junio de 2000 y trabaja para la empresa desde hace 18 años.

Los Hoteles Golden Tulip son hoteles de Primera Clase para destinos de negocios y las mejores zonas turísticas, mientras que los Tulip Inn son de Primera Clase Media y Clase Turista Superior (3 estrellas), y también ofrecen servicios a clientes de empresas. Golden Tulip Worldwide mantiene una alianza estratégica con la línea aérea KLM Royal Dutch Airlines desde 1975. Además de KLM, Golden Tulip participa en otros programas de fidelidad de líneas aéreas, que incluyen NorthWest Airlines, American Airlines, Alitalia y Air France.

Hans Kennedie, actual Director General de Golden Tulip Worldwide, ha declarado que “nuestra decisión simplificará nuestras operaciones y nos colocará en mejor posición para desarrollar todo el potencial de la marca Golden Tulip y, al mismo tiempo, evitar el riesgo de confusión que produce una distribución de marca compartida”.

SOBRE GOLDEN TULIP WORLDWIDE

Golden Tulip Worldwide es una de las principales empresas europeas de franquicias de hoteles de tres y cuatro estrellas. En la actualidad, Golden Tulip Worldwide está compuesta por 300 hoteles en 240 ciudades pertenecientes a 42 países, con 240 hoteles en Europa. Los hoteles franquiciados se comercializan bajo dos marcas: Golden Tulip Hotels (hoteles de lujo) y Tulip Inns (cómodos hoteles de tres estrellas). Cada hotel mantiene su carácter local y su propia personalidad. Una cuidadosa selección de los franquiciados así como un control de calidad normalizado garantiza el mismo alto grado de calidad y servicio en ambas marcas.



SOBRE NH HOTELES

El Grupo NH Hoteles (www.nh-hoteles.com) ocupa, tras la compra de la cadena holandesa Krasnapolsky en julio de 2000, el tercer lugar del ranking europeo de hoteles de negocios. NH tiene un total de 184 hoteles operativos con más de 25.000 habitaciones repartidas en 17 países de Europa, Latinoamérica y África. Además, la cadena tiene 23 proyectos de nuevos hoteles en construcción, que supondrán más de 3.300 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. 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, el prestigioso restaurador Ferrán Adriá, creador de El Bulli, se ha asociado con NH Hoteles y ha lanzado un nuevo concepto denominado **nhube**, espacios pioneros en el sector hotelero que combinan restauración, ocio y descanso para los clientes de la cadena. Las ventas registradas por NH Hoteles en el año 2.001 alcanzaron los 762 millones de euros, un 38,35% más que el año anterior. El Grupo NH cotiza en las Bolsas de Madrid (está en el selectivo Ibex 35) y Amsterdam, en el Euronext. Además, NH Hoteles es miembro del Stoxx Europe 600, y del que incluye a las mejores empresas europeas y en el prestigioso índice de valores de Morgan Stanley Capital International (MSCI).