

En cumplimiento de los deberes de información previstos en el artículo 227 del texto refundido de la Ley de Mercado de Valores aprobada por Real Decreto Legislativo 4/2015, de 23 de octubre, y normativa complementaria, NH Hotel Group, S.A. (en adelante, “**NH Hotel Group**” o la “**Sociedad**”) pone en conocimiento de la Comisión Nacional del Mercado de Valores el siguiente

HECHO RELEVANTE

Con motivo de la celebración de la Junta General Ordinaria de Accionistas durante el día de hoy, remitimos para su puesta a disposición del público en general los siguientes documentos:

- Intervención del Presidente del Consejo de Administración, D. Alfredo Fernández Agradas.
- Presentación del *Chief Executive Officer (CEO)*, D. Ramón Aragonés Marín.

Madrid, 13 de mayo de 2019
Carlos Ulecia
Secretario General y del Consejo

INTERVENCIÓN DE D. ALFREDO FERNÁNDEZ AGRAS, PRESIDENTE DEL CONSEJO DE ADMINISTRACIÓN

Estimados Accionistas,

Tengo la satisfacción de comparecer un año más ante todos ustedes. Es la tercera Junta General que me corresponde presidir. Esta vez llegamos aquí en una situación de absoluta estabilidad corporativa, con un proyecto avanzado de integración en la oferta multinacional probablemente más ambiciosa y diferencial de todo el sector.

Las cosas han cambiado mucho, y en general para bien, desde la Junta de hace un año, aunque no puedo obviar una sombra para los accionistas: el precio de la acción. Desde entonces, completamos un 2018 auténticamente de récord para NH, que superó las expectativas, y a la vez hemos dado un salto cualitativo muy importante de la mano de Minor Hotels.

Puede parecerles paradójico que me refiera ahora a los puntos fuertes y las excelentes oportunidades que nos brinda la integración con Minor, cuando en la Junta de hace un año desde el Consejo les aconsejamos no acudir a la OPA.

Sin embargo, les aseguro que, tanto el año pasado como éste, al Consejo de Administración y a su presidente sólo nos ha movido el mismo compromiso de velar por el interés del conjunto de accionistas, y de maximizar su inversión.

Lo hicimos en su momento valorando el precio de adquisición ofrecido en la OPA obligatoria presentada por Minor, y lo hacemos hoy, después del cierre de esa operación y del comienzo de un nuevo periodo de estabilidad corporativa y, entendemos, de grandes oportunidades de crecimiento.

Para empezar, me gustaría repasar el entorno económico general y sectorial en que se inscribió un año especialmente intenso para nuestra compañía.

Durante el ejercicio 2018, la actividad económica mundial ha mantenido un ritmo de crecimiento del +3,9% superior al del año anterior (+3,5%). El crecimiento global ha mantenido un positivo ciclo de comercio e inversión. Más concretamente en la eurozona la tasa de crecimiento para 2018 fue del +1,9%, ligeramente inferior a 2017

que fue del +2,2%. Cabe resaltar que las economías europeas continúan creciendo, si bien comienzan a apreciarse ciertos signos de ralentización con tasas de crecimiento más moderadas. Por otro lado, el crecimiento en los países emergentes se espera que siga siendo estable, aunque con mayores divergencias entre los diferentes países. Argentina ha sufrido una fuerte depreciación de la moneda habiéndose declarado economía hiperinflacionaria y México tuvo un crecimiento algo menor de lo esperado.

Según la Organización Mundial del Turismo (“OMT”), en 2018 en el mundo las llegadas de turistas internacionales alcanzaron la cifra de 1.400 millones, lo que supone un incremento del +6% con respecto al año anterior, consolidando así los fuertes resultados de 2017. Más concretamente, las llegadas de turistas internacionales a Europa alcanzaron los 713 millones en 2018, un aumento notable del 6% en comparación con un 2017 excepcionalmente fuerte. En este contexto europeo, España se ha consolidado como la potencia turística mundial junto a Francia y los Estados Unidos, logrando batir su récord con 82,6 millones de turistas extranjeros con un aumento del 1% del número de llegadas internacionales. Aunque como ya dije el año pasado, debemos ser conscientes de que la cantidad está muchas veces reñida con la calidad. Hay que buscar turistas de calidad, que aporten y enriquezcan al país, no guiarnos por simples cifras estadísticas de crecimiento. Por otro lado, el crecimiento de América del Sur fue del 3%.

La economía española ha completado hasta 2018 un ciclo de crecimiento muy elevado, en el que se han corregido varios de los fundamentales macroeconómicos. Sigue haciendo falta cierta recuperación salarial y cualificación laboral, consolidar el control del gasto y la contención del déficit y, en general, favorecer el interés de los inversores internacionales por nuestro país.

Las recientes elecciones generales pueden proporcionar una salida al impasse político en que el país se ha mantenido durante los últimos años. Se abren distintas posibilidades de Gobierno. Sería conveniente alcanzar un acuerdo estable, que además incluya el mayor consenso posible en torno a las grandes cuestiones económicas, políticas y sociales.

Es importante que las finanzas públicas cumplan con los compromisos respecto a Bruselas, por supuesto, pero no lo es menos que la iniciativa privada y el empresariado nacional sean reconocidos en todo su valor como generadores de empleo, crecimiento y riqueza para el conjunto del país. Su búsqueda del beneficio es un objetivo

legítimo que debe ser reconocido y alentado, pero ello también exige un alto grado de cumplimiento ético

A la vez, la inversión internacional ha sido un factor determinante en la recuperación de nuestra economía. En adelante debe seguir siendo uno de los puntos fuertes del crecimiento del país, lo que requiere seguridad jurídica, homologación fiscal respecto a los países de nuestro entorno y predictibilidad de las normas. Estos son aspectos en que también deberían profundizar nuestros futuros gobernantes.

Mirando ahora a nuestra compañía, creo con sinceridad que NH ha sabido simbolizar y abanderar el proceso de cualificación sectorial en los últimos tres años. Acometimos con éxito un ambicioso plan de reestructuración y modernización, puesto en marcha con la sintonía entre el Consejo de Administración y el equipo directivo, que nos ha convertido en tiempo récord en un caso de éxito y en una auténtica referencia internacional por posicionamiento, eficiencia y perspectivas.

Esa magnífica evolución nos colocó, desde finales de 2017, en el centro del escaparate internacional. Ocurrió además en el momento en el que las operaciones corporativas y las alianzas globales ya estaban comenzando a mostrar su importancia en el sector. El interés de Minor por NH se explica desde ese contexto, y ha resultado en una alianza corporativa de indudable recorrido y potencialidad para nuestra empresa.

Hace un año, el Consejo de Administración expresó su opinión desfavorable al precio ofertado por Minor. Lo hicimos por convicción, ejerciendo en todo momento nuestro mandato de intentar maximizar el valor de la compañía para los accionistas de NH.

Aun así, la normativa de OPAS establece de forma taxativa que el oferente, Minor, podía configurar su precio equitativo con el más alto que hubiera pagado en los doce meses anteriores a la OPA, en este caso los 6,3 euros por acción una vez descontado el dividendo, como conocen ustedes de sobra.

El plazo para acudir a la OPA de Minor coincidió con una época difícil para el conjunto de la Bolsa, una etapa de volatilidad extrema y en la que la práctica totalidad de los inversores de NH, con ganancias importantes respecto a los precios de cotización de los años precedentes, y pese a la recomendación del Consejo en contra, decidieron acudir a la misma, resultando como todos ustedes saben

en un nivel de aceptación del 94,1%. Al finalizar la OPA, y dado el casi inexistente freefloat, la caída en la cotización resultó inevitable. Y, sin embargo, debo reiterarles que seguimos convencidos de que el precio razonable de NH sigue estando por encima de los 6,3 euros por acción, gracias a las ventajas ya consolidadas de nuestro plan estratégico en curso.

Sea como fuese, concluida la OPA, el Consejo ha seguido velando por los intereses del conjunto de los accionistas. Ha contado además para ello con la total sintonía del nuevo accionista mayoritario. Minor ha elogiado el potencial de crecimiento del valor de NH, gracias al sostenido crecimiento de los ingresos en los últimos tres años y a su confianza en el plan estratégico de la empresa.

A día de hoy, NH es una compañía cotizada y por tanto seguiremos en esta línea de transparencia y compromiso con el mercado. Por eso, desde el Consejo nos hemos centrado en potenciar los principales aspectos del plan estratégico en vigor, en especial:

- Las favorables perspectivas en el sector urbano en Europa: las positivas previsiones en las principales ciudades europeas nos ha permitido mejorar las previsiones de 2018, y previsiblemente también las de 2019.
- Las iniciativas puestas en marcha durante 2018 y 2019, tanto de inversión en reposicionamiento como en medidas de eficiencia, nos darán un crecimiento adicional al mercado en los próximos dos años.
- Adicionalmente, las iniciativas ya identificadas de reposicionamiento de activos a ejecutar en 2019 y 2020 por valor de 170 millones de euros, nos proporcionarán también un crecimiento superior adicional al del mercado entre 2020 y 2022.
- Contamos con capacidad financiera para seguir creciendo, dado el extremadamente bajo nivel de endeudamiento, o en su caso plantear una retribución adicional al accionista.
- Nuestro valor está respaldado por una sólida base de activos en propiedad, que asciende a un total de 2.100 millones de euros según la última tasación

A día de hoy y como ya adelanté, mantenemos como principal preocupación la escasa liquidez que el valor de NH mantiene en Bolsa.

Los reducidos volúmenes de negociación afectan mucho, y negativamente, al valor de nuestras acciones. Hemos llevado a cabo medidas para corregir esa situación, como el contrato de liquidez o proseguir con las analyst calls, aunque siendo totalmente transparente con ustedes muy posiblemente no tenga solución con el actual nivel de freefloat. Desde luego tenemos previsto continuar con estas medidas, así como continuar con las buenas prácticas y el buen gobierno corporativo. Entendemos que es nuestra responsabilidad y parte esencial del compromiso que mantenemos con cada uno de ustedes.

Desde el primer momento, Minor ha elogiado de NH la alta complementariedad y el limitado solapamiento de ambas sociedades, así como el potencial de sinergias, en especial mediante el reposicionamiento de determinados hoteles de NH en el segmento de negocio luxury y el cross-selling entre ambas bases de clientes.

Minor también ha explicitado su intención de apoyar al Consejo de Administración y al equipo directivo de NH en todos los aspectos relacionados con la creación de valor a largo plazo del Grupo, incluyendo un alineamiento del equipo directivo respecto a los objetivos financieros de la sociedad para 2019.

Apoya además el objetivo de remuneración a los accionistas que se había determinado antes de su llegada, incluido el dividendo a cuenta de los resultados de 2018 que se somete hoy a su aprobación, y a mantenerlo en adelante en niveles equivalentes a aproximadamente el 50% de los beneficios netos consolidados recurrentes. Está igualmente alineado con los principales objetivos financieros de NH para 2019, en particular el EBITDA (285 millones de euros).

La estrecha colaboración con Minor ha permitido en estos últimos meses que NH haya reforzado imagen y reconocimiento de marca, un aspecto que viene a poner en valor la transparencia y el rigor con que la compañía está trasladando sus novedades al conjunto del mercado.

En este sentido, la marca NH Hotels ha ocupado la segunda plaza en el Top Ten del Ranking de Fortalezas de Marca en España en 2019, elaborado por la consultora especializada Brand Finance. Somos la primera empresa del sector hotelero en el ranking. Y una de las dos únicas que contamos con clasificación Triple A, la mayor de la tabla. Esto nos enorgullece mucho, en particular dado que la otra es Zara, el gran éxito empresarial español y mundial.

Minor es un firme defensor de las normas de buen gobierno corporativo. Cuenta con un reconocido prestigio internacional por ello. Respecto a NH, ha expresado su interés por mantener al menos a un tercio del total de consejeros independientes que representen los intereses de los accionistas minoritarios y ayuden a crear valor a la compañía.

Por su parte, el Consejo ha mantenido los máximos estándares en la composición y cumplimiento del Comité de Dirección, cuyo cometido es optimizar el negocio y que ha resultado ser especialmente eficaz. La incorporación de Beatriz Puente al Consejo es también una muestra del reconocimiento de la valía de nuestros directivos, algo en lo que hay unanimidad dentro del Consejo. También se ha impulsado la función de cumplimiento, en especial en cuanto a códigos de conducta, prevención de riesgos penales, reglamentos internos, conflictos de interés o políticas y mapas de riesgos corporativos.

La plena colaboración con el accionista mayoritario supone, en definitiva, una garantía adicional para el resto de accionistas. Ya en febrero de este año, desde el Consejo de Administración hemos suscrito un acuerdo marco con Minor International, para establecer un ámbito delimitado y transparente de relaciones acorde con las mejores prácticas de gobierno corporativo.

Hemos establecido unas reglas muy claras de intercambio de información y operativas. Definimos también las zonas geográficas y segmentos de mercado de una y otra compañía, establecemos protocolos conjuntos de actuación empresarial y marcamos un exhaustivo reglamento para prevenir y resolver posibles conflictos de intereses.

El acuerdo marco nos ha permitido integrar las distintas marcas hoteleras de ambos grupos. Contamos con un único paraguas corporativo para los más de 500 hoteles y 8 marcas, presentes en más de 50 países. Sobre esa base, se está analizando ya hotel a hotel el reposicionamiento de algunos activos europeos con enseñas distintas a las actuales, y las posibilidades de expansión de las marcas fuera de sus zonas geográficas tradicionales.

Hay en marcha, además, un proyecto para optimizar la gestión de los hoteles de Minor en Portugal y Brasil bajo la marca Tivoli, traspasando su gestión a NH. Se eliminaría así cualquier solapamiento de las respectivas carteras. Y hemos anunciado ya hace unas semanas la

operación del primer hotel de la marca Anantara en España, el Anantara Villa Padierna Palace Benahavis Marbella Resort.

De ahora en adelante nos corresponde maximizar el gran potencial que NH y Minor tenemos trabajando juntos.

La fortaleza de Minor se une en lo sucesivo a la de NH, cuyo desempeño en los últimos tres años ha batido todas las previsiones. Buena parte del éxito se ha debido, sin duda, al alineamiento y la sintonía entre el Consejo de Administración y el Comité de Dirección. Todos los 18.000 profesionales de NH Hotel Group, liderados por nuestro consejero delegado Ramón Aragonés, han jugado un papel protagonista en todos esos logros, que sin duda van a ganar trascendencia y relevancia a medida que se pongan en contexto en los próximos años.

Gracias a ello entramos en excelentes condiciones y a buen paso en una etapa apasionante, en el que entendemos es el proyecto hotelero internacional más ambicioso y cualificado. Queremos seguir creciendo y haciendo crecer a la vez a nuestros profesionales, clientes y accionistas. Nos hemos ganado su confianza hasta aquí, y confiamos en seguir mejorando y trasladando la experiencia de NH cada vez a más clientes y en más lugares diferenciales.

Muchas gracias.

JUNTA GENERAL DE ACCIONISTAS

Madrid, 13 de Mayo de 2019

NH Toulouse Airport



NH | HOTEL GROUP PART OF **MINOR**
HOTELS



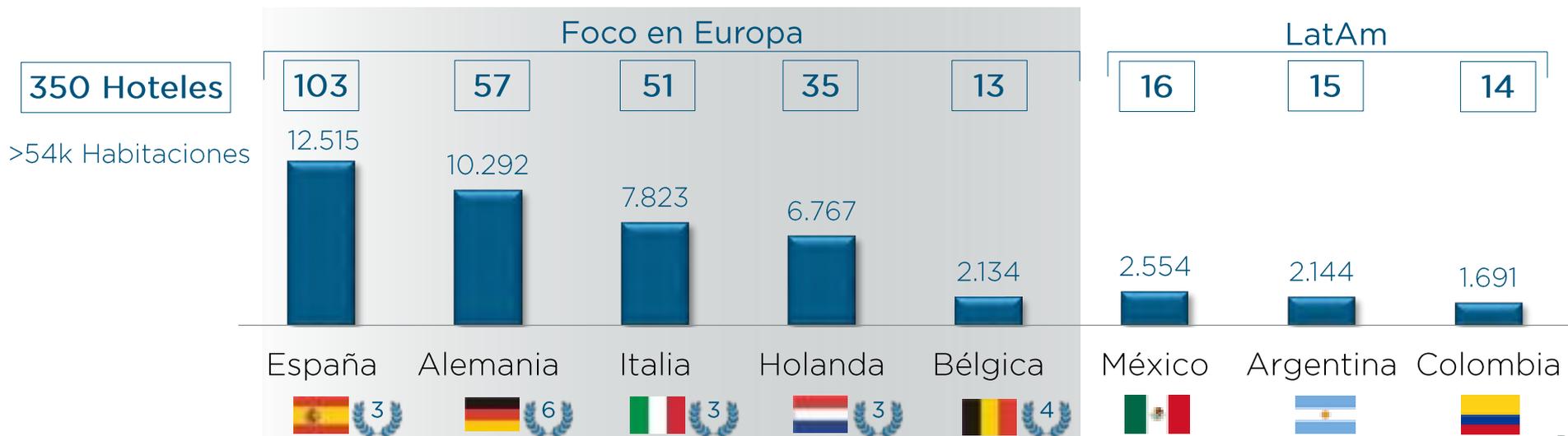
ÍNDICE

- **NH HOY**
- RESULTADOS 2018
- RESULTADOS 1T 2019
- INTEGRACIÓN CON MINOR
- CONCLUSIÓN



Operador Europeo urbano líder con fuerte presencia en ciudades principales:

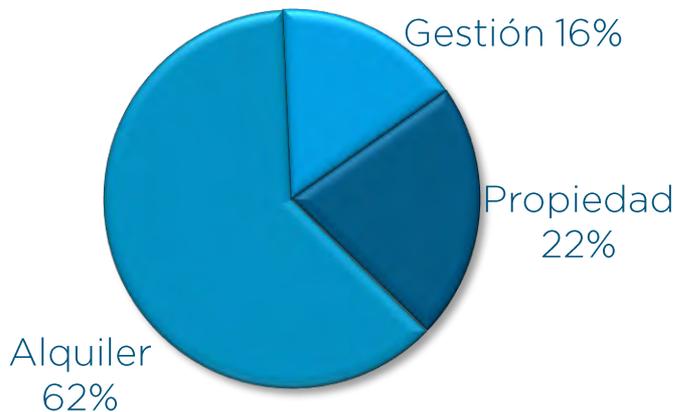
- Entre las 10 mayores cadenas de Europa y una de las Top 30 mundial
- 350 hoteles operativos con más de 54.000 habitaciones en 28 países
- 26 hoteles con más de 4.500 habitaciones con apertura prevista en los próximos años
- Posicionamiento orientado hacia el segmento urbano de categoría superior



Sólida y diversificada base de activos respaldando al negocio:

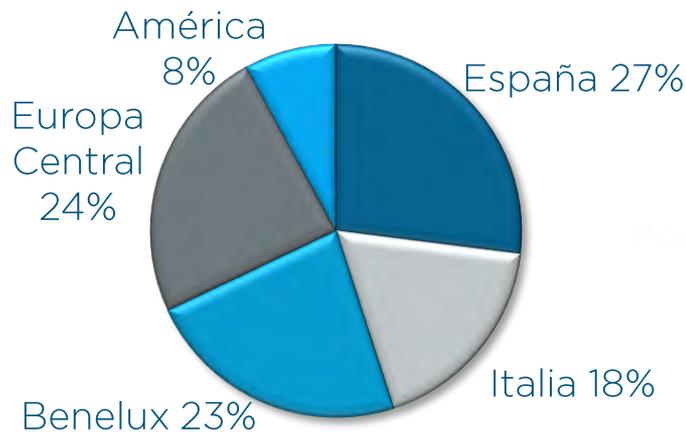
- 224 hoteles en alquiler y 50 en gestión
- 76 hoteles en propiedad

% habitaciones por contrato



INGRESOS 2018
€1.623m

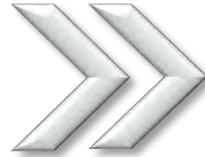
% habitaciones por marca



2014-2016

Visión & Plan de Transformación *“Ordenar el Grupo”*

- Segmentación de Marcas
- Estrategia de precios
- Plan de Sistemas
- Optimización del portfolio
- Inversión en Reposicionamiento



2017-2018

Generación de valor *“Construyendo sobre fortalezas”*

- Eficiencia
- Gestión de activos
- Reducción del endeudamiento
- Crecimiento
- Dividendos

Mayor posicionamiento en el segmento superior de Marca
Mejora de calidad y experiencia consistente del cliente
Alta eficiencia operativa
Fuerte Balance

ÍNDICE

- NH HOY
- **RESULTADOS 2018**
- RESULTADOS 1T 2019
- INTEGRACIÓN CON MINOR
- CONCLUSIÓN



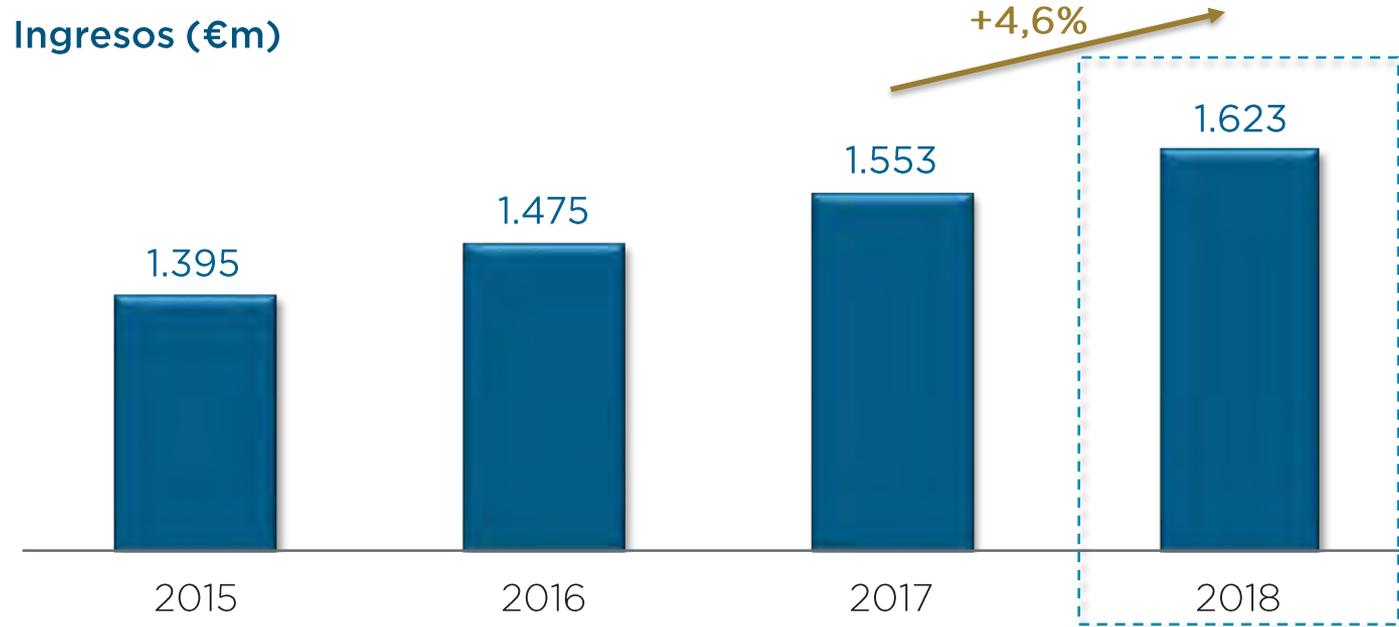
Hitos 2018: Objetivos superados

- Sólido crecimiento de los **ingresos** de **+4,6%** (+€71m) alcanzando los €1.623m, con un excelente comportamiento en Benelux, Italia y Europa Central
- El **Beneficio Neto Recurrente** se multiplica x2 respecto a 2017 por la mejora del negocio y menores gastos financieros alcanzando los **€72m**
- **EBITDA⁽¹⁾** de **€265m** (+€32m): **+14%** alcanzando un margen del 16,3% (+1,3 p.p.)
- **Reducción del endeudamiento:** **DFN/EBITDA⁽¹⁾** a **0,6x** vs. 2,8x en 2017

Las cifras de negocio excluyen el impacto contable por hiperinflación (IAS 29)

⁽¹⁾ EBITDA Recurrente antes de reversión de onerosos y plusvalías por rotación de activos

Mejora significativa de Ingresos

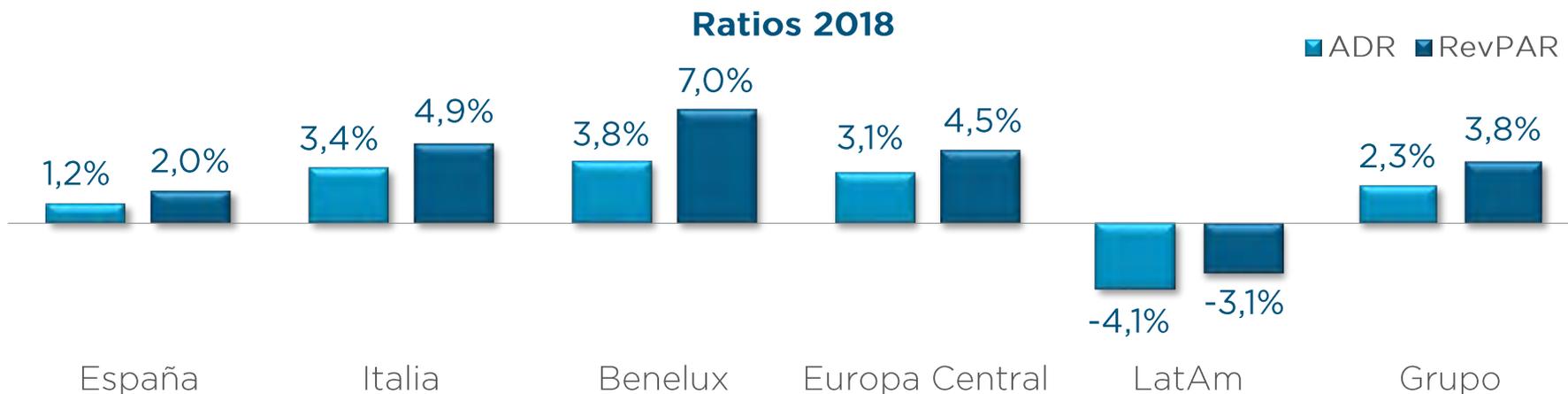


Solido crecimiento del RevPAR



- +2,3% de incremento de precios (+€2; alcanzando los €98) aportando el 61% del crecimiento del RevPAR en 2018

Crecimiento en los principales mercados



- Extraordinario comportamiento de Benelux, Italia y Europa Central
 - Gran comportamiento de Bruselas, Roma y positivo calendario de ferias en Múnich y Berlín
- Difícil comparativa en España por excelente evolución 2017 y comportamiento de Barcelona
- Latinoamérica impactada por devaluación de las divisas

Exitosa estrategia comercial sustentada en la mejora de calidad

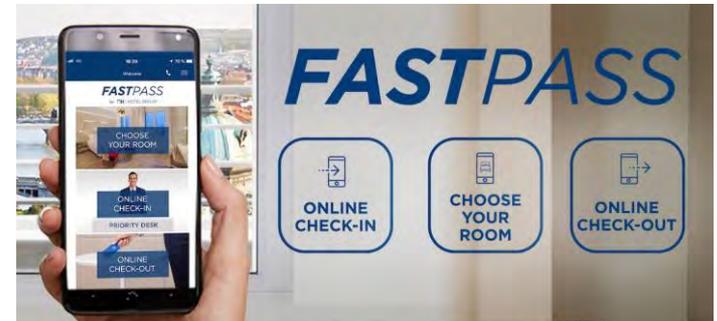


Fuente: TripAdvisor & STR (NH Top Ciudades incluye 89 Hoteles)

2016-2017

- Nueva herramienta de gestión de precios
- Estrategia de precios dinámicos
- Automatización de funciones
- Mejor capacidad de predicción

2018-2019



Y por encima de nuestros competidores

Foco en calidad



2018	RevPAR NH	RevPAR Comp. Set
Barcelona	-1,4%	-5,4%
Madrid	+6,0%	+5,6%
Roma	+14,9%	+1,3%
Milán	+4,3%	+2,7%
Ámsterdam	+7,1%	+4,5%
Bruselas	+12,6%	+12,2%
Frankfurt	+3,9%	+3,6%
Múnich	+17,7%	+10,3%
NH*	+6,1%	+4,5%

Fuente: STR

* NH Top Ciudades incluye 89 Hoteles

NH Collection: una realidad con potencial

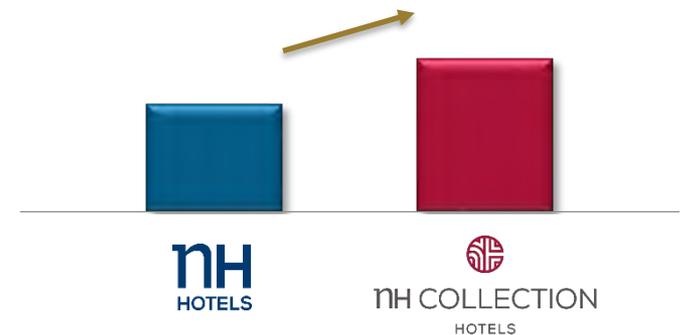


Marzo 2019	# Hoteles
España	28
Italia	12
Benelux	6
Europa Central	10
Latinoamérica	21
Total NH Collection	77

c.22% de las habitaciones

ADR 2018 (€) por marca

Premium c. +43%

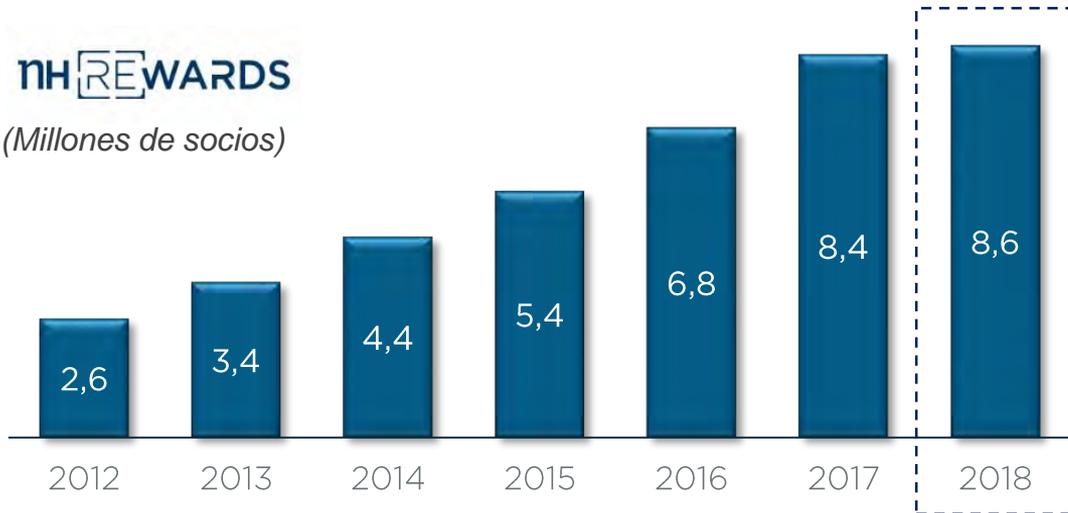


Relanzamiento de NH Rewards



NH REWARDS

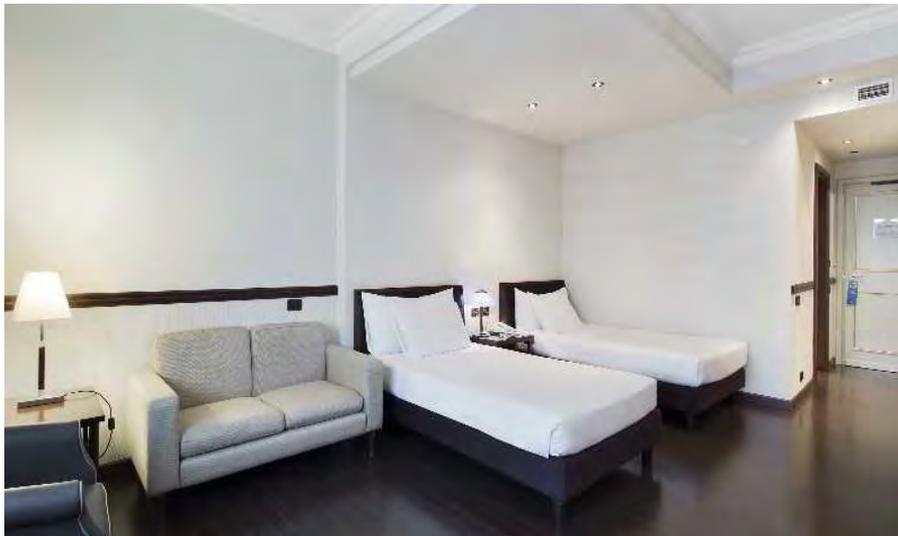
(Millones de socios)



Más de 8,6 millones de socios en 2018 alcanzando el 32% de las ventas de NH

Relanzamiento Programa: más atractivo, más puntos y más recurrente

NHC Milano Porta Nuova



ANTES



DESPUÉS

NH Berlin Alexanderplatz



ANTES



DESPUÉS

NHC Salamanca Palacio de Castellanos



ANTES



DESPUÉS

NH Bologna de la Gare



ANTES



DESPUÉS

NH Vienna Airport Conference Center



ANTES



DESPUÉS

Aperturas en 2018: c.1,600 hab. (19% en NH Collection)

NH Venezia Rio Novo



NHC Madrid Gran Vía



Aperturas en 2018: c.1,600 hab. (19% en NH Collection)

NHC Marseille



NH Graz City



Aperturas en 2018: c.1,600 hab. (19% en NH Collection)

NH Brussels Bloom



NH Monterrey La Fe



Aperturas en 2018: c.1,600 hab. (19% en NH Collection)

nhow Marseille

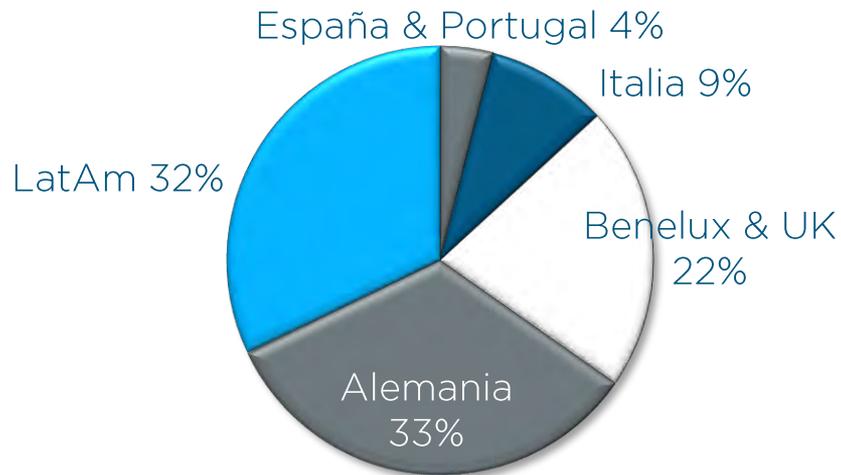


NH Toulouse Airport

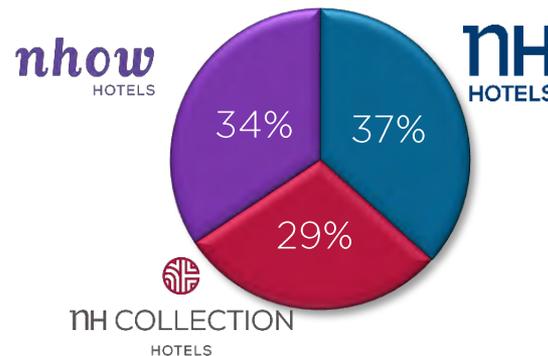


Aperturas previstas: 26 hoteles con 4.500 habitaciones

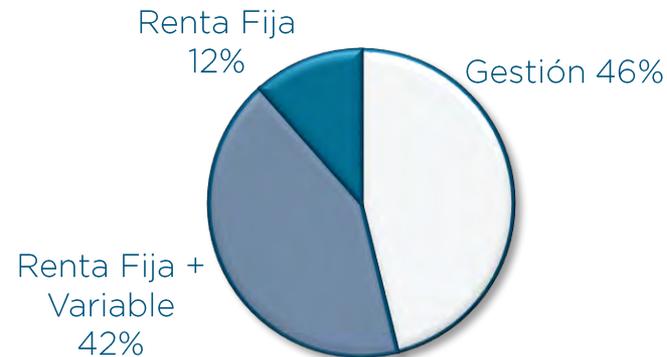
Distribución por país*



Por marca*



Por contrato*



Foco en el segmento superior de marca, con contratos de gestión o renta variable y fortaleciendo nuestros mercados clave

* Por número de habitaciones

{ próximos nhow }

Londres

190 hab/ 8 plantas



2019

Bruselas

305 hab/ 8 plantas



2019

Lima

265 hab/ 17 plantas



2020

Ámsterdam

650 hab / 25 plantas



2020

Santiago de Chile

146 hab/1.000m2 M&E



2020

Roma

285 hab / 17 plantas



2020

Frankfurt

375 hab/ 14 plantas



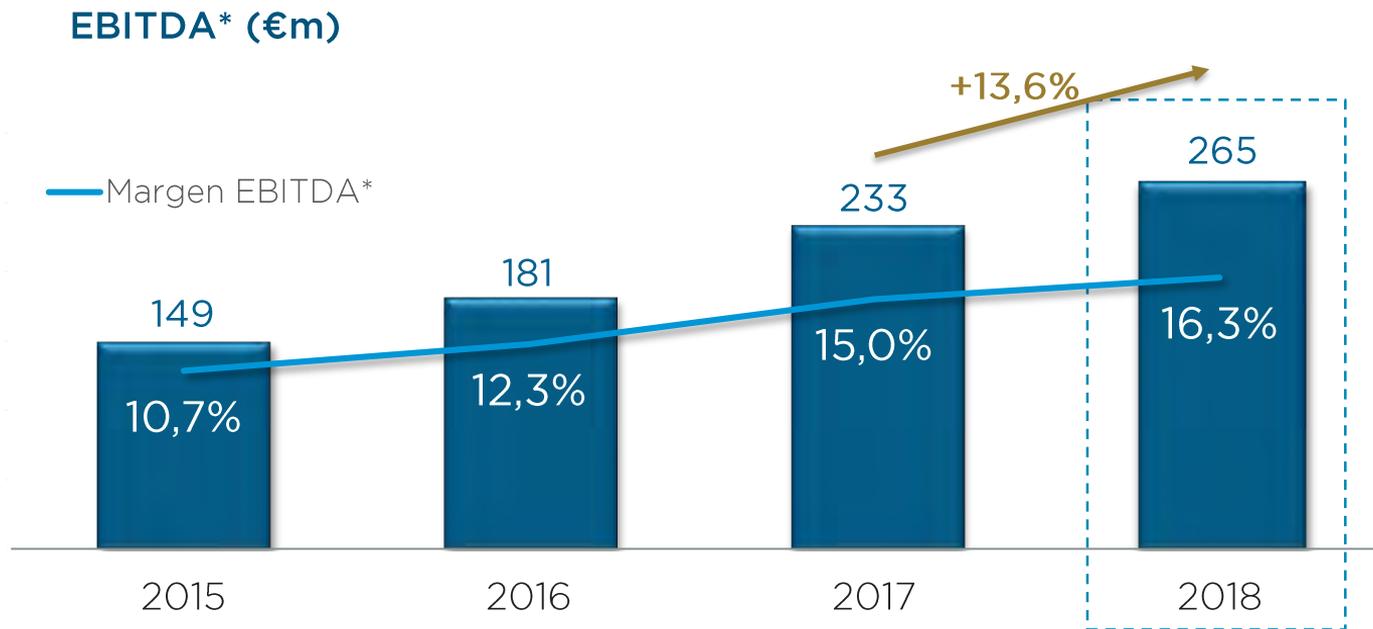
2021

Buen control de costes a pesar del incremento en ocupación



- Lanzamiento del Plan de Eficiencia desde finales de 2016
- El margen de EBITDA se incrementó en +5,6 puntos desde 2015 hasta el 16,3% en 2018

Fuerte crecimiento del Resultado Bruto de Explotación



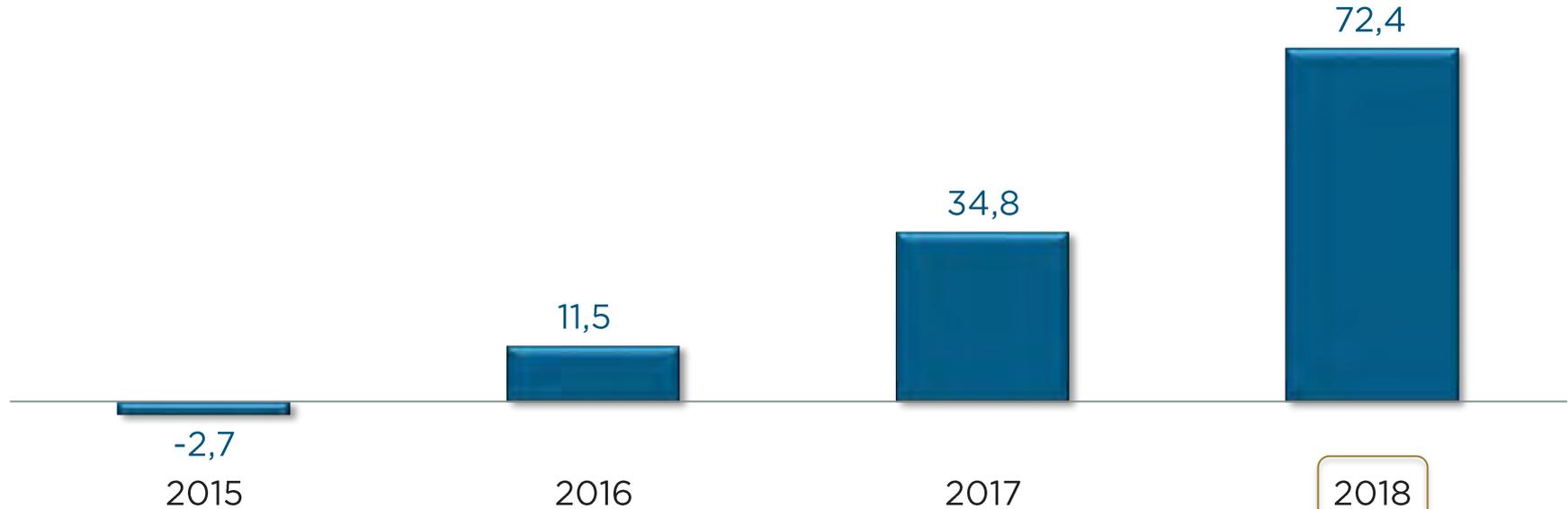
- Desde 2015 a 2018, el EBITDA ha aumentado en +€116m con un crecimiento medio anual del 21,1% en el periodo y un número similar de habitaciones

Las cifras de negocio excluyen el impacto contable por hiperinflación (IAS 29)

* EBITDA Recurrente antes de reversión de onerosos y plusvalías por rotación de activos

El Beneficio Neto Recurrente se duplica respecto al año anterior

Beneficio Neto Recurrente (€m)



*Propuesta de reparto de dividendo:
€0,15 por acción en circulación*

Sin olvidar la mejor generación de caja y reducción de deuda

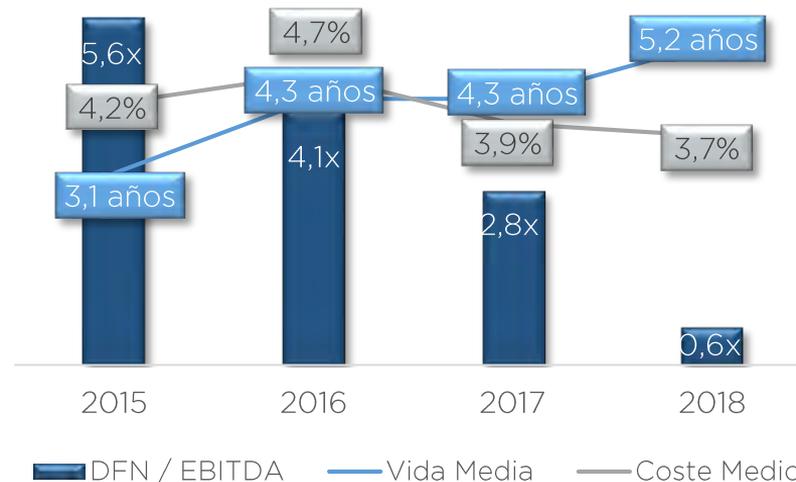
	2015	2016	2017	2018
Deuda Financiera Neta (€m)	838	747	655	171
DFN / EBITDA*	5,6x	4,1x	2,8x	0,6x

Objetivo de reducción de endeudamiento financiero de 2018 superado
La favorable generación de caja operativa más que compensa el capex, los gastos financieros y dividendos pagados

Objetivos:

1. Reducir **coste medio**
2. Extender la **vida media**
3. Reducir **deuda bruta**
4. Ganar **flexibilidad**

Mejorando Indicadores de Deuda



Mejora del Rating Corporativo

Rating	NHH	HY'23
Fitch	B+	BB
Moody's	B1	Ba3

MOODY'S Mejora del rating a 'B1' desde 'B2' reflejando unos excelentes resultados, una mejora significativa del endeudamiento y una mayor liquidez (11 mayo 2018)

Fitch Ratings Mejora del rating corporativo a 'B+' desde 'B' manteniendo la perspectiva positiva por la mejora en el rendimiento operativo de NH y las métricas de apalancamiento (28 marzo 2018)

Nuestro compromiso responsable (Plan 2017 - 2019)

“Nuestro compromiso es generar el mayor impacto positivo en el ámbito económico, social y medioambiental allí donde estamos presentes”

NH ROOM 4 PEOPLE

Cuidamos a nuestros empleados y clientes, los involucramos en nuestro compromiso de RSC y buscamos generar un impacto positivo en las comunidades en las que estamos presentes

NH ROOM 4 PLANET

Trabajamos para minimizar nuestro impacto en el cambio climático, aumentar la eficiencia de nuestros recursos y desarrollar productos más sostenibles

NH ROOM 4 RESPONSIBLE BUSINESS

Basamos nuestro negocio en una cadena de valor y alianzas responsables, diálogo fluido con nuestros grupos de interés y un compromiso ético



Índices y Alianzas Responsables 2018



Nuestra gente, como siempre... clave del éxito en NH

NH cuenta con una base sólida tras finalizar la implementación de la Estrategia de RRHH 2014-2018, destacando especialmente en las siguientes líneas estratégicas clave:

- **Identificación y promoción del talento**, construcción de planes de sucesión y desarrollo
- **Perfil de liderazgo mejorado. Especial atención al feedback efectivo** para apoyar el desarrollo de equipos
- Fortalecimiento del **nivel de compromiso** a través de claras líneas de actuación
- Incremento en posicionamiento como **Top Employer of Choice y en el nivel de atracción de nuevos talentos** a través de la evolución del Employer Branding Plan
- Política de **retribución correlacionada con la remuneración por rendimiento** (vinculada al interés del accionista)
- Efectiva **gestión de la comunicación y del cambio**



Reconocimientos a NH Hotel Group en 2018

Calidad y Excelencia

- Mejor cadena hotelera para viajes de negocio en Holanda

**Business
Traveller**

- Mejor cadena Hotelera para viajes corporativos en España



**PREMIOS
BUSINESS TRAVEL
IBTA**

- Empresa Excelente en el Sector Hotelero en Italia



EDIZIONE 2018

Ámbito Financiero

- Empresa de mediana capitalización más reconocida en España y Mejor programa de Relación con Inversores en el sector de consumo, ocio y hoteles

**Institutional
Investor**

- Mejor Transformación Digital en Tesorería

EuroFinance

Hoteles

- NH Milano Congress Centre: Mejor Localización para reuniones y eventos de negocio en el Norte de Italia
- NH Collection Roma Vittorio Veneto: Mejor hotel de Negocio del Centro y Sur de Italia



- NH Collection Grand Hotel Convento di Amalfi: uno de los 20 mejores hoteles en Italia

**CONDÉ NAST
Traveler**

ÍNDICE

- NH HOY
- RESULTADOS 2018
- **RESULTADOS 1T 2019**
- INTEGRACIÓN CON MINOR
- CONCLUSIÓN



▪ Solido crecimiento de los ingresos de +3,7% alcanzando los €353m (+€12m)

- Buen comportamiento en Europa con un crecimiento de los ingresos comparables (“LFL”) de +2,6%
 - Fuerte evolución en España (+5,4%) y Europa Central (+2,7%)
- RevPAR: +3,6%, 67% a través de precios que crecieron +2,4% hasta los €93

Ingresos 1T (€m)

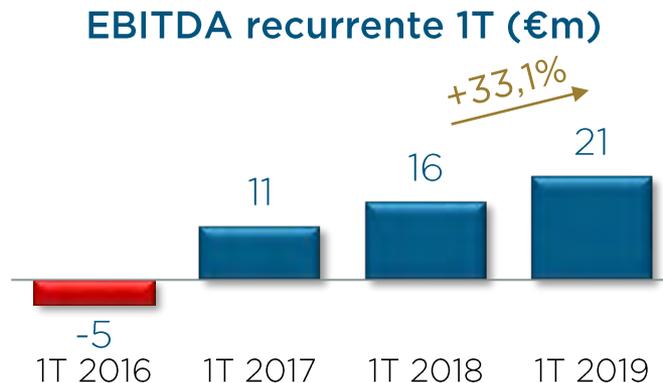


ADR 1T (€)



- **Excluyendo impactos por IFRS 16, el EBITDA Recurrente⁽¹⁾ alcanzó €20,9m (+€5,2m; +33,1%) con una mejora del margen de +1,3 p.p.**

- EBITDA reportado: €83,5m



- **Reducción de la pérdida del Beneficio Neto Recurrente reportado en 1T**

- Mejora de +€5,7m hasta los -€17,3m, explicado por ser el trimestre más débil del año

- **Beneficio Neto Total reportado de -€14,7m**

- -€36,5m menor que en 1T 2018 por la alta contribución que tuvieron las plusvalías por rotación de activos en el 2018 (+€55m)

⁽¹⁾ EBITDA Recurrente antes de reversión de onerosos y plusvalías por rotación de activos excluyendo impactos IFRS 16 para comparabilidad

- Se confirma el objetivo de **EBITDA⁽²⁾ de €285m** a pesar de cambios en el perímetro y nuevas oportunidades de reposicionamiento
- Se espera alcanzar un **Beneficio Neto Recurrente próximo a los €100m** a 31 de diciembre de 2019

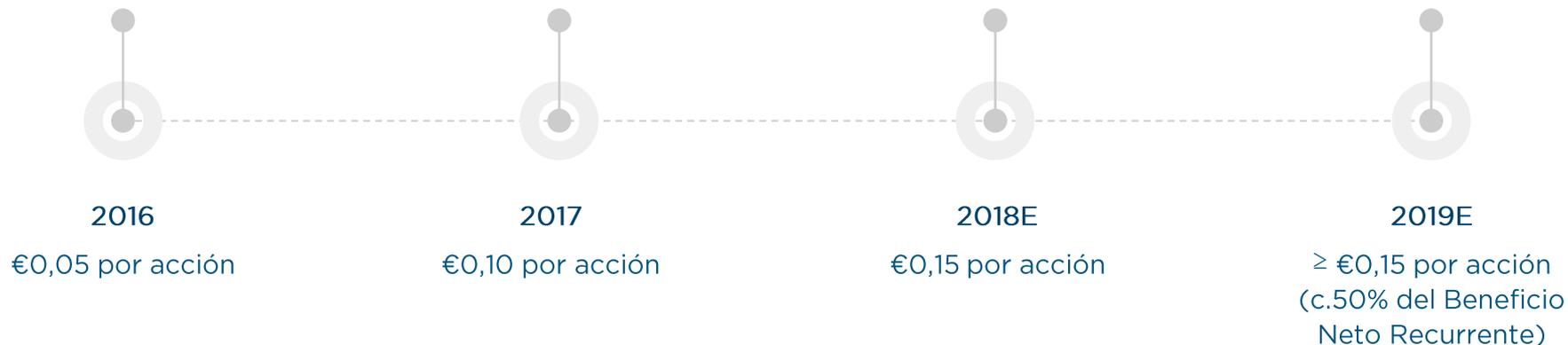
⁽¹⁾ Excluyendo impactos contable IFRS 16 y IAS 29

⁽²⁾ EBITDA recurrente antes de reversión de onerosos y plusvalías por rotación de activos excluyendo impacto contable por IFRS 16 para comparabilidad

Propuesta de Dividendo

Retorno para el accionista:

- Foco en la **generación de valor para los accionistas**
- **Propuesta para aprobación:** distribución de un dividendo con cargo a los beneficios del ejercicio 2018 por un importe máximo de **€0,15 brutos por acción** en circulación
- **Desembolso** estimado de aproximadamente **€59m**



ÍNDICE

- NH HOY
- RESULTADOS 2018
- RESULTADOS 1T 2019
- **INTEGRACIÓN CON MINOR**
- CONCLUSIÓN

- El Consejo de Administración de NH aprobó el pasado 7 de febrero, con la abstención de los representantes de Minor:
 - Un acuerdo marco de gobierno para establecer las relaciones entre ambos Grupos:
 - Mecanismos para prevenir y resolver posibles conflictos de interés, así como operaciones vinculadas
 - Intercambio de información
 - Alcance de actuación de los respectivos grupos hoteleros, mediante la identificación de áreas geográficas de negocio preferentes de cada Grupo
 - Un acuerdo recíproco de licencias de marca por medio del cual cada grupo permite el uso de sus correspondientes marcas comerciales en las áreas geográficas en las que opera el otro grupo

Potenciar base de clientes

- Atracción del cliente asiático con un alto potencial de crecimiento
- Programa de fidelización y venta cruzada entre ambos grupos

Economías de escala

- Socios comerciales: agencias de viajes y proveedores
- Mejorar esquema de precios en base a un mayor tamaño

Capital Humano

- Intercambio de talento
- Políticas de movilidad

Nuevos Mercados

- Potencial para la expansión de las marcas MINT y NH en todas las geografías

Acceso al segmento Lujo

- Oportunidades de cambio de marca
- Nuevas aperturas

nh | HOTEL GROUP PART OF **MINOR** HOTELS



Debut de la marca de lujo Anantara en España



- Primera muestra de integración de marcas
- Contrato de arrendamiento bajo la marca Anantara

Iniciativas: Integración de Tivoli

- Traspaso de la operativa de los 15 hoteles de Minor en Portugal y Brasil

Liderazgo en Portugal



Sumando posiciones en Brasil



Iniciativas: Integración de Tivoli

Tivoli Avenida Liberdade



Tivoli Coimbra



Tivoli Palacio de Seteais



Tivoli Marina Vilamoura



ÍNDICE

- NH HOY
- RESULTADOS 2018
- RESULTADOS 1T 2019
- INTEGRACIÓN CON MINOR
- PLAN ESTRATÉGICO
- **CONCLUSIÓN**



Afrontamos el futuro con gran optimismo

- **Operador Europeo urbano** líder con fuerte presencia en ciudades principales y un **posicionamiento orientado al segmento superior**
- **Sólida base de activos** con creciente valor
- Puesta en valor de la **estrategia comercial y de precios** adaptándolas a las nuevas tendencias del mercado y con **foco en la calidad**
- Foco en la **generación de caja** y continua **mejora de la eficiencia**
- Buen posicionamiento para afrontar **oportunidades de crecimiento**
- Con la **entrada de Minor en el capital** se abre una nueva etapa con oportunidades de creación de valor a través de una **plataforma hotelera global con presencia en cinco continentes**

MUCHAS GRACIAS A NUESTROS

EMPLEADOS

Sois el alma de la Compañía y vuestra vocación de servicio lo que nos diferencia

ACCIONISTAS E INVERSORES

Vuestra confianza es la base que nos permite generar valor día a día

PROPIETARIOS

Juntos expandimos horizontes

PROVEEDORES

Vuestra excelencia nos ayuda a ser más competitivos

Y CLIENTES

Sois nuestra razón de ser y vuestra lealtad nos impulsa a seguir innovando

**VUESTRO COMPROMISO ES LA MÁS SÓLIDA GARANTÍA DE
FUTURO PARA NH HOTEL GROUP**

nhow London

JUNTA GENERAL DE ACCIONISTAS

Madrid, 13 de Mayo de 2019



NH | HOTEL GROUP PART OF MINOR
HOTELS

NH
HOTELS

NH COLLECTION
HOTELS

nhow
HOTELS

TIVOLI
HOTELS & RESORTS

ANANTARA
HOTELS & RESORTS

AVANI
HOTELS & RESORTS

elwana
COLLECTION

Q&S
HOTELS