

En cumplimiento con los requerimientos de información del artículo 82 de la Ley 24/1998, del 28 de Julio, del Mercado de Valores, NH Hoteles, S.A. comunica a la CNMV lo siguiente

HECHO RELEVANTE

El Grupo NH Hoteles ha firmado dos acuerdos estratégicos que, una vez completados, mejorarán significativamente la posición financiera de la compañía, aportando liquidez para cumplir con sus obligaciones a corto plazo y flexibilidad financiera para capturar oportunidades de crecimiento futuras.

Los acuerdos han sido firmados con el grupo industrial chino HNA Group (“HNA”) y con el fondo de inversión inmobiliario americano Hospitality Properties Trust (“HPT”).

Acuerdo con HNA

El Consejo de Administración de NH Hoteles ha aprobado **la incorporación del grupo chino HNA al capital social de NH Hoteles, S.A.**, a través de la suscripción y desembolso de una **ampliación de capital**, con exclusión de los derechos de suscripción preferente.

La ampliación de capital supondrá la emisión de 61.654.358 nuevas acciones ordinarias, o 20% del capital, con un **precio de emisión de 3,80 euros**. La ampliación de capital será desembolsada por HNA mediante el pago en efectivo, por un importe total de **234.286.560,40 euros**. Para garantizar las obligaciones derivadas de este acuerdo, HNA ha depositado la cantidad de 20.000.000 de dólares en una cuenta *escrow* en Barclays España, S.A.

- La ampliación de capital ha sido aprobada por el Consejo de Administración de NH Hoteles, S.A. en su reunión de hoy, 27 de febrero de 2013
- La transacción ha sido autorizada por las autoridades chinas correspondientes
- Tras la suscripción de la ampliación de capital, que se espera ocurra a mediados de Abril, **el grupo chino HNA ostentará un veinte por ciento (20%) del capital social de NH Hoteles, S.A.**
- HNA estará representado por **dos miembros en el Consejo de Administración de NH Hoteles, S.A.**

El acuerdo estratégico establece el marco para crear una **joint venture entre ambos grupos con el propósito principal de desarrollar el negocio hotelero en China**, uno de los mercados con mayor crecimiento en el mundo, en colaboración con un grupo local líder en el sector turístico. Esta alianza representará una gran oportunidad para diversificar las operaciones de NH Hoteles.

Ambos grupos también han establecido un principio de acuerdo para asociarse en la **comercialización de los hoteles del Grupo NH en el mercado chino y convertirse en la compañía hotelera de referencia para los viajeros de HNA**. El objetivo es incrementar el

flujo de clientes asiáticos en NH Hoteles, diversificando así el tipo de usuarios por país de origen.

Acuerdo con HPT

El Consejo de Administración de **NH Hoteles** ha aprobado la firma de un acuerdo de intenciones no vinculante para una serie de transacciones de hoteles en América Latina, EE.UU. y Europa con el fondo de inversión inmobiliario americano (REIT) Hospitality Properties Trust (HPT).

Los principales términos (no vinculantes) negociados entre HPT y NH Hoteles son los siguientes:

- NH Hoteles vendería cinco hoteles (804 habitaciones) en América Latina (México, Colombia, Uruguay y Chile) por aproximadamente 70.000.000 dólares a HPT, manteniendo su gestión bajo contratos a largo plazo de 20 años con opción de renovación. NH Hoteles recibiría honorarios e incentivos de gestión, mientras que HPT recibiría una renta que sería pagada en dólares.
- A HPT se le concedería la opción de formar una *joint venture* con NH Hoteles para adquirir conjuntamente el 100% de la propiedad y llevar a cabo una renovación completa del hotel NH Jolly Madison de Nueva York. Una vez finalice la remodelación, NH Hoteles y Sonesta International Hotels, Inc. gestionarán y comercializarán conjuntamente el hotel.
- Finalmente, NH Hoteles también recibiría un préstamo de 170.000.000 euros, que estaría garantizado con 4 hoteles (1.203 habitaciones) en Madrid, Barcelona, Ámsterdam y Bruselas. El préstamo tendría una duración de 7 años. Este préstamo sería desembolsado y los intereses y principal pagados en euros.

NH Hoteles espera que estos acuerdos se documenten y aprueben dentro de los próximos 60 días aproximadamente.

NH Hoteles ha sido asesorado por Nomura International plc y Banco Santander.

Asimismo, en el día de hoy el Consejo de Administración de la Sociedad ha aprobado la Información Pública Periódica correspondiente al segundo semestre del año 2012, información que se envía a través del servicio CIFRADO/CNMV.

Adjuntamos la **Nota de Prensa y de Analistas** elaborada al respecto.

En Madrid, a 27 de Febrero de 2013

Fdo: Pedro Ferreras
Secretario del Consejo

NH HOTELES AJUSTA SU BALANCE Y ANUNCIA DOS OPERACIONES ESTRATÉGICAS PARA IMPULSAR SU CRECIMIENTO EN LOS PRÓXIMOS AÑOS

- Estos acuerdos forman parte de un conjunto de acciones cuya finalidad es obtener recursos financieros que permitan al Grupo cumplir sus compromisos, reducir su deuda y continuar la inversión en hoteles para asegurar su crecimiento
- El Consejo de Administración ha aprobado la incorporación del Grupo HNA al accionariado de la Compañía con una participación del 20% que implica una aportación de €234M a su capital. Adicionalmente se ha acordado con HNA la creación de un *joint venture* para el desarrollo y gestión hotelera en China y una alianza comercial
- La Compañía hotelera firma además un acuerdo de intenciones por el cual vendería cinco hoteles en Latinoamérica al fondo de inversión Hospitality Properties Trust (HPT) por valor de US\$70M, manteniendo la gestión a 20 años en un contrato renovable, crearía una *joint venture* para gestionar el NH Jolly Madison Tower de Nueva York y recibiría un préstamo de €170M
- El resultado neto del Grupo en 2012 refleja un considerable incremento en las provisiones para acercar el valor de los activos a un posible entorno de mercado, en línea con la situación macroeconómica en España e Italia

Madrid, 27 de febrero de 2013. NH Hoteles ha anunciado hoy dos operaciones claves para el cumplimiento de sus obligaciones así como para poner en marcha un plan de crecimiento estratégico de cara al futuro.

Acuerdo con HNA

El Consejo de Administración de NH Hoteles ha acordado la entrada del Grupo HNA en el accionariado de la Compañía.

El acuerdo global, que supone un importante paso estratégico para NH Hoteles, dará lugar a la adquisición de un 20% de NH Hoteles, la constitución de una *joint venture* que posibilite la entrada de la Compañía en el mercado chino, uno de los de mayor crecimiento a nivel mundial; y la creación de una alianza comercial que favorezca las oportunidades de venta cruzada, señalando a NH Hoteles como la hotelera de referencia para los viajeros de HNA.

La entrada en el accionariado, por un importe total de €234M, será realizada vía ampliación de capital con exclusión del derecho de suscripción preferente. De esta forma, HNA se convertirá en un nuevo accionista de referencia de la compañía española.

El acuerdo cuenta con la aprobación de las autoridades regulatorias chinas y prevé la incorporación efectiva de dos consejeros del Grupo HNA al Consejo de NH Hoteles. En este sentido, el Grupo HNA ha depositado US\$20M en una cuenta (*escrow*) para garantizar el buen fin de la ampliación. En 2011 el Grupo HNA pagó US\$15M a NH.

El acuerdo de desarrollo en China entre NH Hoteles y HNA contempla la posible aportación a una sociedad de nueva creación de la gestión de algunos de los actuales hoteles de HNA que se adecuen a la imagen de marca y segmento característicos de NH Hoteles. La sociedad conjunta se beneficiará por tanto de los sistemas de gestión, fidelización y reservas de NH Hoteles, utilizará su marca en China y al mismo tiempo se apoyará en el conocimiento y capacidad de acceso local del grupo HNA para identificar las mejores ubicaciones hoteleras, equipos de dirección locales y logística general del grupo en el mercado chino. La operación se complementa con la estrategia actual de NH Hoteles de crecer bajo fórmulas poco intensivas de inversión en activos fijos (*asset-light*), como es la gestión de hoteles propiedad de terceros.

Asimismo, la alianza comercial suscrita entre ambas compañías con el objetivo de direccionar el negocio proveniente de los viajeros de las aerolíneas de HNA hacia los hoteles de NH, fomentará una mayor recepción de clientes provenientes del continente asiático a NH Hoteles y por tanto una mayor diversificación del tipo de usuarios de la cadena por país emisor.

Adam Tan, Vice Presidente y Consejero Delegado de HNA, declaró: *"HNA está encantado de unirse a los accionistas y al Consejo de NH para apoyar a su equipo gestor en su misión de construir una compañía hotelera líder, global y multicultural"*.

Acuerdo con HPT

Por otro lado, el Grupo hotelero firmará un acuerdo de intenciones e iniciará un periodo de negociación en exclusiva con el fondo de origen norteamericano HPT para la puesta en marcha de una serie de inversiones hoteleras en Latinoamérica, Europa y EEUU. El acuerdo está sujeto a *due diligence* y documentación final.

Los términos del acuerdo se basan en tres aspectos fundamentales:

- NH Hoteles vendería cinco hoteles (804 habitaciones) en Latinoamérica (México, Colombia, Uruguay y Chile) por aproximadamente US\$70M a HPT, para comenzar a operarlos bajo contratos de gestión a largo plazo con una duración de 20 años con opción de renovación.
- La segunda parte del acuerdo hace referencia a la gestión del hotel NH Jolly Madison Tower de Nueva York. HPT firmaría una *joint venture* con NH Hoteles para adquirir conjuntamente la plena titularidad de este establecimiento e iniciar un proceso de remodelación.

- Por último, la Compañía hotelera recibiría además un préstamo de €170M por parte de HPT, que estaría garantizado mediante la hipoteca de cuatro hoteles, ubicados en Europa.

Ambas partes esperan que una vez concretada la transacción -detallada en la carta de intenciones anunciada hoy- se inicie una relación a largo plazo entre ambas compañías, especialmente en el norte y sur de América, con la posibilidad de extenderla a otros países.

John G. Murray, Presidente de HPT, ha declarado: *“HPT está encantado de establecer esta nueva relación con NH Hoteles. Esperamos que la transacción anunciada hoy signifique el comienzo de una relación estratégica a largo plazo entre nuestras compañías que proporcione a cada una de ellas oportunidades de crecimiento tanto en América como en el resto del mundo”*.

Federico González Tejera, Consejero Delegado de NH Hoteles afirmó que *“estas dos operaciones estratégicas son fundamentales para hacer frente a nuestros compromisos, financiar nuestro plan de negocio e impulsar una estrategia de crecimiento que lleve a NH Hoteles a una posición global de liderazgo. Ambos acuerdos demuestran la solidez y valor de la marca NH en el sector hotelero mundial que tiene la capacidad para atraer unos socios de referencia en el ámbito global”*.

NH Hoteles ha estado asesorado en estas transacciones por Nomura International plc y Banco Santander.

Evolución de resultados en 2012

Debido al fuerte deterioro económico que afecta a los países del sur de Europa, NH Hoteles obtiene un resultado recurrente de (66,9)M€ frente a (9,1)M€ del año anterior. En línea con la negativa evolución macro, especialmente en España y Italia, el Grupo ha evaluado la recuperabilidad del valor contable de sus activos en base a su plan de negocio, por lo que ha incrementado la provisión por deterioro de activos (*Impairment*) que venía registrando hasta un total de (268)M€. Como consecuencia de lo anterior, el resultado neto consolidado del Grupo arroja una pérdida de (292)M€. Cabe señalar que dichas provisiones no implican salida de caja alguna.

En referencia a la actividad hotelera del Grupo, NH Hoteles ha logrado mantener la ocupación en niveles similares a 2011, sin embargo las ventas se reducen un (3,4)% como consecuencia de la ralentización del negocio de congresos, convenciones y eventos, la menor contratación en el área de restauración y la caída del precio medio.

Tanto España como Italia presentaron una peor evolución en el último trimestre frente al resto del año. El segmento de negocios se ha visto afectado por el desfavorable entorno macroeconómico que afecta a estos países, provocando un considerable peor comportamiento en las ciudades secundarias frente a las principales.

Por su parte, la unidad de negocio de Benelux reflejó una mejor evolución en el último trimestre, donde a pesar de la presión a la baja de los precios NH consiguió incrementar su cuota de mercado. En el conjunto del año, esta

Unidad de Negocio aumenta la ocupación un 1,1% en hoteles comparables pero con una caída del precio medio del (3,4)%.

Tanto la unidad de negocio de Europa Central como la de América, han presentado la mejor evolución del Grupo a lo largo de 2012. Por su parte, Europa Central mostró un fuerte aumento de la ocupación y los precios en todas las ciudades alemanas, siendo destacable la evolución de Munich y Berlín. Latinoamérica presentó un comportamiento dispar en el conjunto del año. Mientras que Argentina se ve afectada por la reducción de la demanda de dos de sus principales mercados emisores (España y Brasil), México, por su parte, destaca muy positivamente con incrementos de RevPar (ingresos por habitación disponible) superiores al 10%.

Los esfuerzos por dotar a la Compañía de una mayor eficiencia permitieron reducir los gastos operativos un (0,3)% en términos absolutos, absorbiendo por tanto el efecto de la inflación.

Por otro lado, cabe señalar que la compañía ha logrado mantener estables los gastos de arrendamiento para el año 2012, compensando aperturas de hoteles, incrementos provenientes de negociaciones en años anteriores y revisiones de IPC.

Las ventas de la actividad inmobiliaria crecieron un 30% hasta los 22,1M€ frente a los 16,9M€ alcanzados en el mismo periodo del año anterior, escriturándose un total de 25 viviendas por un importe de 10,7M€ frente a un total de 1,5M€ en el ejercicio 2011.

Resultados - Principales cifras del Grupo NH Hoteles a 31 de diciembre de 2012:

NH HOTELES, S.A. CUENTA DE PYG			
(millones de €)	12 M 2012	12M 2011	2012/2011
Ingresos de la Actividad Hotelera	1,288.0	1,339.2	(3.8%)
Ingresos de la Actividad Inmobiliaria	22.1	17.0	30.3%
TOTAL INGRESOS	1,310.1	1,356.2	(3.4%)
BENEFICIO DE GESTIÓN	411.1	454.3	(9.5%)
EBITDA	118.2	164.2	(28.0%)
EBIT	5.5	45.2	(87.8%)
RESULTADO NETO recurrente	(66.9)	(9.1)	(635.5%)

EBITDA no recurrente	(40.2)	38.2	(205.1%)
Otros elementos no recurrentes	(185.0)	(22.9)	(708.4%)
RESULTADO NETO incluyendo no-recurrente	(292.1)	6.2	(4785.2%)

Firmas y aperturas

En línea con la estrategia crecimiento bajo formulas de bajo compromiso de capital (*asset-light*) a diciembre de 2012 el 100% de las aperturas y nuevos contratos firmados son en régimen de gestión.

Durante el pasado año NH Hoteles ha firmado 5 contratos de gestión (906 nuevas habitaciones en total) en Republica Dominicana, España, República Checa, Países Bajos y Haití. Así mismo, se han abierto 4 nuevos hoteles con 673 habitaciones y dos ampliaciones en dos hoteles existentes de 180 y 139 habitaciones respectivamente.

Sobre HNA

HNA Hotel Group es la compañía de viajes subsidiaria del grupo HNA. HNA Group es un operador integrado en la industria de servicios, con empresas en siete sectores empresariales entre los que se encuentran aerolíneas, logística, turismo y servicios financieros e inmobiliarios. En la actualidad, HNA Hotel Group posee y opera cerca de 70 hoteles en China. La compañía asiática es propietaria de “Tangla Hotel & Resorts International” y opera a su vez todos los establecimientos de la marca Tangla, como el “Tangla”, “Tangla Grand Place”, “The Tang Hotel” y “Gardenlane Hotel by Tan”.

Sobre Hospitality Properties Trust

Hospitality Properties Trust es un fondo de inversión inmobiliaria, o REIT, que a 31 de diciembre de 2012 tenía en propiedad 289 hoteles y 185 centros de viajes localizados en 44 estados de EE.UU, Puerto Rico y Canadá. HPT tiene su central en Newton, Massachusetts, y cotiza en la Bolsa de Nueva York.

Sobre NH Hoteles

NH Hoteles (www.nh-hotels.com) ocupa el tercer lugar del ranking europeo de hoteles de negocios. NH Hoteles opera cerca de 400 hoteles con casi 60.000 habitaciones en 26 países de Europa, América y África. NH Hoteles tiene en la actualidad 20 proyectos de nuevos hoteles en construcción, que supondrán más de 2.500 nuevas habitaciones. NH Hoteles cotiza en la Bolsa de Madrid.

Departamento de Comunicación de NH Hoteles

Tel: +34914519762

Tel: +34 91451 97 18 (centralita)

Email: comunicación@nh-hotels.com

Web corporativa: <http://corporate.nh-hotels.com/es/inicio>

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: www.nh-hotels.com

Social media

Facebook | Twitter | Blog | Instagram



El Consejo de Administración ha aprobado en el día de hoy **dos acuerdos estratégicos** de enorme relevancia. Por un lado, la **incorporación del Grupo chino HNA al accionariado de la Compañía con un 20% y una aportación de €234M** (€3,8 acción), y por otro la firma de un **acuerdo de intenciones para una alianza estratégica con el fondo de inversión estadounidense Hospitality Properties Trust (HPT)**, mediante la cual, NH Hoteles recibirá un **préstamo de 170M€**, **se venderán cinco hoteles en Latinoamérica por valor de 70M\$ a través de un sale & management-back**, y **se creará un joint venture para reformar y gestionar el NH Jolly Madison de Nueva York**. Estos acuerdos persiguen obtener recursos financieros que permitan al Grupo cumplir sus compromisos, reducir su deuda y generar capacidad de inversión para reformar activos estratégicos y seguir creciendo.

Hechos Significativos

- 2012 ha sido un ejercicio marcado por un **fuerte deterioro económico** que afecta principalmente a **España y Italia**, con crecimientos de PIB en 2012 de -1,4% y -2,1% respectivamente. Tal y como se ha anunciado en las últimas publicaciones y en línea con la negativa evolución macro en España y Italia, el grupo ha **incrementado la provisión por Impairment** que venía registrando hasta un total de **€-268M**, lo que produce unos resultados no recurrentes negativos elevados y que el **resultado neto consolidado** del grupo sea una **pérdida de €-292M**.
- Se ha logrado **mantener la ocupación en niveles similares al 2011 (-0,3%)**, sin embargo **las ventas se reducen un -3,4%** como consecuencia de la **ralentización de las ventas en el negocio MICE y de restauración** (con una reducción del **-6,8%**) y de la caída de los **precios medios (-1,0%)**. El **EBITDA recurrente** sufre una **caída de -28%**.
- La compañía **ha logrado mantener estables los gastos de arrendamiento** para el año 2012, compensando aperturas de hoteles, incrementos provenientes de negociaciones en años anteriores y revisiones de IPC.
- De acuerdo a la estrategia de orientación hacia un **modelo "asset-light"**, con contratos de gestión/franquicia que no requieran compromiso de inversión, **durante el 2012 el total de las aperturas y nuevos contratos firmados son en régimen de gestión**.
- El Consejo de Administración de NH Hoteles nombró en Noviembre a **Rodrigo Echenique Gordillo nuevo Presidente no ejecutivo** del máximo órgano de gobierno de la Sociedad y a **Federico González Tejera, nuevo Consejero Delegado**. Con la incorporación de ambos, NH Hoteles se dota de un nuevo modelo de gobierno corporativo compuesto por un Presidente del Consejo no ejecutivo, cuyas funciones se concentran en el plano más alto de administración y gobierno de la Compañía, y un primer ejecutivo que, como Consejero Delegado, se enfocará en la gestión del negocio.

2013

- **Perspectivas 2013:** La ausencia de cambio de la tendencia macro nos llevan a estimar una contracción de los ingresos hoteleros de entre -1% y -3% para el primer semestre del año 2013, mientras que para el segundo semestre se estiman crecimientos de los ingresos de entre un +2% y +4%, conduciendo a un ligero incremento de las ventas para el conjunto del año respecto al año anterior. La compañía continúa aplicando ajustes en la base de coste que permitan compensar el entorno de debilidad actual. Para el acumulado del año esperamos mejoras del EBITDA recurrente respecto al año anterior entre un +5% y +10%.
- **Iniciativas Estratégicas y Operativas:** La compañía trabaja desde el comienzo del año en un plan estratégico y operativo que apuntará a un cambio sustancial de su modelo de negocio. El rediseño de la marca NH, la segmentación del portfolio y reinventar la "experiencia NH" permitirán al grupo construir

soluciones únicas para todos. Además, los planes de ventas, marketing y comunicación sufrirán importantes cambios, se potenciarán los canales directos de ventas online, y se dará un nuevo enfoque a la comunicación con los clientes, todo ello acompañado de un nuevo modelo organizativo en la compañía.

- **Venta de activos:** No hay ninguna novedad relevante respecto a la publicación de la nota de resultados de nueve meses. La compañía tiene abiertos varios procesos que se encuentran en distinto grado de avance. La compañía espera concretar estas operaciones en las próximas semanas.

Evolución del RevPar

La incertidumbre en Europa continúa lastrando la recuperación del sector, tanto en la parte de negocio de empresas y eventos como en la de ocio, aunque fundamentalmente en el segmento MICE. No obstante se identifican dos comportamientos claramente diferenciados: por un lado las economías de Europa Central y Las Américas con comportamiento positivo, aunque se ha empezado a ver deterioro en Argentina y por otro lado las economías del sur de Europa (España e Italia) con comportamiento negativo.

- En el cuarto trimestre del año el RevPar LFL evolucionó mejor (-0,93%) que en los primeros 9 meses del año (-1,41%) por el mejor comportamiento de España (9M -7,39% y Q4 -6,48%), Benelux (9M -2,56% y Q4 -1,81%) y de Latinoamérica (9M +2,54% y Q4 +2,85%).
- En el conjunto del año 2012 el RevPar LFL decreció un (-1,30%) respecto al año anterior, como consecuencia de la combinación de un descenso de los precios medios (-1,01%) y de un ligero descenso de la ocupación (-0,30%). La compañía sigue experimentando índices de actividad significativos (ocupación del 64,6% en 2012 frente al 64,8% de 2011 en términos LFL) y tanto Europa Central como Benelux siguen destacando por un comportamiento positivo en ocupación.

B.U. España

- La unidad de negocio de España es la que ha obtenido en el cuarto trimestre la peor evolución del RevPar, no obstante se ha comportado mejor que en los primeros 9 meses del año (9M -7,39% y Q4 -6,48%). En el último trimestre diferenciamos el comportamiento del mes de octubre con una caída considerablemente inferior a la tendencia del resto del año (-1,6%), como consecuencia de un calendario de festivos y eventos más favorable.
- El RevPar acumulado a 12 meses LFL ha decrecido un (-7,17%), como consecuencia de descensos tanto en ocupación (-3,66%) como en precios (-3,64%). La ciudad de Barcelona se está comportando mejor que el resto de las ciudades, manteniendo tanto el nivel de ocupación como el de los precios. En el primer trimestre prevemos que la tendencia continúe con demanda corporativa doméstica débil y reducción de los precios, con un impacto negativo en Madrid y destinos secundarios, mientras que esperamos comportamiento similar al del 2012 en Barcelona.

B.U. Italia

- Presenta un peor comportamiento en el cuarto trimestre del año que en el acumulado a 9 meses (9M -4,79% y Q4 -5,55%), como consecuencia de un mes de octubre muy complicado con un calendario de eventos menos favorable, sobretodo en la ciudad de Milán.
- El dato a 12 meses de RevPar LFL muestra una reducción del (-5,09%), explicado tanto por la caída de la ocupación (-2,62%), como por una reducción de los precios medios (-2,53%), siendo el segmento más afectado el de negocios. En el primer trimestre la tendencia continuará siendo negativa con un calendario de eventos similar en Enero y Febrero pero mucho menos favorable en Marzo.

B.U. Benelux

- El cuarto trimestre ha obtenido mejores resultados que en los primeros 9 meses (9M -2,56% y Q4 -1,81%), habiendo sido un trimestre con mucha presión sobre los precios (-4,41%) pero habiendo conseguido incrementar la cuota de mercado, alcanzando un incremento en ocupación de +2,72%.
- Acumulado a 12 meses esta unidad de negocio presenta una reducción del RevPar LFL de (-2,37%), con niveles de ocupación por encima del año anterior (+1,12%) pero con una caída de los precios medios del (-3,45%). Destaca el fuerte crecimiento del RevPar en los hoteles de UK, Luxemburgo y Francia. Para el primer trimestre del año se espera un comportamiento similar al año anterior.

B.U. Europa Central

- Esta unidad de negocio ha seguido mostrando un comportamiento muy positivo, logrando alcanzar en el cuarto trimestre el mayor crecimiento del grupo, con un incremento del RevPar LFL de (+6,04%), motivado principalmente por un fuerte crecimiento en la ocupación (+5,21%) y por un crecimiento en los precios del (+0,79%).
- Acumulado a 12 meses el RevPar LFL ha crecido un (+6,16%), con crecimiento tanto en los niveles de ocupación (+3,80%), por un calendario de ferias favorable, como en los precios medios (+2,28%). En general, todas las ciudades alemanas han tenido un fuerte aumento de la ocupación y de los precios, siendo destacable el incremento en las ciudades de Múnich y Berlín, superiores al 12%. Sin embargo, Suiza ha tenido en el año 2012 descenso del RevPar respecto al año anterior, por la caída de la demanda (con un franco suizo encarecido). Se espera que la tendencia positiva de esta unidad de negocio continúe en el primer trimestre del 2013.

B.U. Las Américas

- La unidad de negocio de Las Américas ha seguido mostrando un comportamiento positivo, logrando en el cuarto trimestre del año un mayor crecimiento del RevPar LFL (+2,85%) que en el acumulado a 9M (+2,54%), como consecuencia de crecimientos tanto en los precios (+1,84%), como en los niveles de ocupación (+1,00%). En Q4, el comportamiento ha sido positivo tanto en México, como en Mercosur.
- Acumulado a 12 meses presenta el segundo mayor crecimiento del grupo. El RevPar LFL ha crecido un (+2,79%), con caídas en el nivel de ocupación (-2,71%), que han sido compensados con aumento de los precios medios (+5,66%). Latinoamérica presenta comportamientos muy diferentes en sus mercados principales. México destaca muy positivamente con incrementos de RevPar superiores al 10% para el conjunto del año, nuevamente impulsado por un fuerte crecimiento en la ocupación en los hoteles y de sus precios medios. Argentina, sin embargo, muestra un comportamiento débil, habiéndose reducido la demanda de sus dos principales mercados emisores (Brasil y España) por haberse encarecido el destino y por el deterioro de la economía española. Las expectativas para el primer trimestre del año son negativas para Argentina y de sostenimiento de la buena marcha del negocio en México.

NH HOTELES REVPAR 12 MESES 2012											
	HAB. MEDIAS		OCUPACION %			ADR			REVPAR		
	2.012	2.011	2.012	2.011	% Var	2.012	2.011	% Var	2.012	2.011	% Var
España y Portugal "Like for like"	11.790	11.790	62,16%	64,52%	-3,66%	67,71	70,27	-3,64%	42,09	45,34	-7,17%
B.U. ESPAÑA	13.472	13.437	61,45%	64,13%	-4,18%	68,10	70,23	-3,04%	41,84	45,04	-7,09%
Italia "Like for like"	6.579	6.561	62,16%	63,84%	-2,62%	89,23	91,55	-2,53%	55,47	58,44	-5,09%
B.U. ITALIA	7.542	7.683	59,81%	61,19%	-2,26%	91,60	91,94	-0,37%	54,78	56,26	-2,62%
Benelux "Like for like"	8.428	8.428	65,62%	64,89%	1,12%	87,70	90,84	-3,45%	57,55	58,95	-2,37%
B.U. BENELUX	8.896	9.067	66,22%	65,62%	0,91%	91,62	96,66	-5,21%	60,67	63,43	-4,35%
Europa Central "like for like"	12.320	12.322	67,81%	65,32%	3,80%	76,05	74,36	2,28%	51,57	48,57	6,16%
B.U. EUROPA CENTRAL	12.492	12.841	67,63%	65,13%	3,84%	76,12	73,84	3,09%	51,48	48,09	7,05%
TOTAL EUROPA "LIKE FOR LIKE"	39.116	39.101	64,69%	64,74%	-0,09%	78,31	79,53	-1,54%	50,66	51,49	-1,62%
TOTAL EUROPA CONSOLIDADO	42.402	43.027	63,98%	64,22%	-0,37%	79,61	80,70	-1,36%	50,93	51,83	-1,72%
Latinoamerica "Like for like"	3.393	3.394	63,41%	65,18%	-2,71%	75,15	71,12	5,66%	47,65	46,35	2,79%
LATINOAMERICA CONSOLIDADO	3.530	3.425	62,47%	64,72%	-3,48%	75,69	71,16	6,36%	47,28	46,05	2,67%
NH HOTELES "LIKE FOR LIKE"	42.509	42.495	64,58%	64,78%	-0,30%	78,06	78,86	-1,01%	50,42	51,08	-1,30%
TOTAL CONSOLIDADO	45.932	46.452	63,86%	64,25%	-0,61%	79,32	80,00	-0,85%	50,65	51,40	-1,46%

Resultados Recurrentes

Los ingresos se reducen en el año 2012 €-46,08M (-3,4%) como consecuencia de:

- Caída de la actividad hotelera en un 3,8% (€-51,2M), como consecuencia de la salida del perímetro de consolidación de los hoteles vendidos el año anterior (cierres más significativos: Jolly Lotti, NH Ligure, NH Lucerna y NH Genk) que representan un 40% de la caída de las ventas (€-20,4M), de la caída de la venta de F&B (-6,8%), y por el descenso del RevPar.
- Aumento de los ingresos de la actividad inmobiliaria un 30% (€+5,1M).

El deterioro en la venta de F&B tiene sin embargo un menor margen que la venta de habitaciones, por lo que el impacto en GOP es menor. España, Italia y Benelux han sufrido una reducción más intensa en estos negocios, con caídas superiores al 8% mientras que Europa Central registra ventas ligeramente inferiores al año anterior. Latinoamérica destaca positivamente, con incremento en Restauración de +9,5%, superior al incremento en la venta de habitaciones.

En cuanto a los gastos operativos, los esfuerzos por dotar de una mayor eficiencia a la compañía, permitieron reducir los mismos en un -0,3% en términos absolutos absorbiendo por tanto el efecto de la inflación.

- Los gastos de personal, gracias a los planes de contención lanzados durante 2012, se reducen un -2,9% a pesar de tener niveles de actividad similares al año anterior, de haber reforzado los equipos comerciales y del efecto de la inflación.
- Los otros gastos directos de gestión aumentan un +0,8% como consecuencia de los aumentos de los gastos extraordinarios de sistemas (en línea con el nuevo plan de sistemas que se está realizando en la compañía) y del aumento de los gastos comerciales (principalmente comisiones debido al incremento de las ventas intermediadas). Por el contrario los gastos de consumos, publicidad, lavandería y otros se reducen respecto al año anterior. En el último trimestre del año el comportamiento ha sido peor debido por un lado al incremento de gastos de comisiones por el cambio en el mix de ventas y por otro a los gastos extraordinarios de reparaciones y a gastos relacionados con el nuevo plan de sistemas.
- Los costes de la actividad inmobiliaria subieron por el cambio en el mix de productos vendidos.

En el capítulo de gastos destacamos las mejoras de eficiencia llevadas a cabo en España e Italia que consiguieron reducir los costes considerablemente, pese a que el tercer y cuarto trimestre del año 2011 ya reconocía ahorros importantes que hacen la comparativa para la segunda mitad del año más exigente.

Tal y como se anunció en la última publicación, el grupo seguirá centrando su atención tanto en los gastos de personal de España e Italia (con un coste de personal sobre las ventas muy superior al resto de las unidades de negocio) como en las rentas de estas mismas unidades de negocio.

Por mercados (actividad hotelera LFL):

Europa Central, con un tamaño similar de habitaciones consolidadas a España, ha pasado a ser la primera unidad de negocio por ingresos y la segunda por EBITDA tras Benelux.

- **Europa Central** ha mostrado a lo largo de todo el año crecimiento en los ingresos, a 12 meses +4,4%, que permiten incrementar el EBITDA respecto al año pasado un +20,7%. Es la única unidad de negocio que presenta crecimientos a nivel de GOP y de EBITDA respecto al año anterior.
- **Las Américas** alcanzó en el año un buen comportamiento en ventas +7,0% (vía ADR fundamentalmente). No obstante, la espiral inflacionista en Argentina sigue incrementando los costes por encima de los ingresos, lo que llevó a un descenso del EBITDA de -8,2%.
- **Benelux** experimentó una caída en ventas para 12 meses de (-3,8%). A pesar de la contención de los gastos operativos, +0,3%, la caída de las ventas, motivadas por la reducción de los precios con niveles de ocupación por encima del año anterior, producen deterioro en los resultados. Es la unidad de negocio que aporta más EBITDA al grupo por el componente de propiedad.
- **España** es la unidad de negocio que presenta un deterioro mayor, con una caída de los ingresos de un -8,7%. La evolución del mercado español aglutina la mayor parte de la caída en ingresos del grupo. A pesar de la reducción de los gastos de personal (-5,3%), de los gastos operativos (-3,2%) y de los gastos de arrendamiento (-0,1%), la fuerte caída de los ingresos hace que la unidad de negocio no consiga obtener EBITDA positivo. La pérdida de EBITDA resultante lastra los resultados la compañía en su conjunto.
- En **Italia** se produjo la segunda mayor caída de ingresos (-5,2%) y de resultados. No obstante, resaltamos la mejora de eficiencia de la unidad de negocio, que logra absorber el 46% de la caída en ventas con ahorro a nivel GOP.

ACTIVIDAD HOTELERA RECURRENTE 2012 VS 2011						
(€ millones)	2012 4T	2011 4T	%DIF	2012 12 meses	2011 12 meses	%DIF
ESPAÑA	67,81	74,11	(8,5%)	285,53	312,78	(8,7%)
ITALIA	46,18	49,86	(7,4%)	191,32	201,88	(5,2%)
BENELUX	71,65	74,41	(3,7%)	281,92	293,03	(3,8%)
EUROPA CENTRAL	88,25	84,88	4,0%	343,86	329,39	4,4%
AMERICA	24,12	22,42	7,6%	85,83	80,24	7,0%
INGRESOS HOTELES "LIKE FOR LIKE"	298,02	305,67	(2,5%)	1.188,45	1.217,31	(2,4%)
APERTURAS, CIERRES, REFORMAS Y OTROS 12/11	25,48	27,42	(7,0%)	99,57	121,93	(18,3%)
INGRESOS	323,50	333,09	(2,9%)	1.288,02	1.339,24	(3,8%)
ESPAÑA	(50,39)	(48,04)	4,9%	(202,93)	(209,68)	(3,2%)
ITALIA	(34,19)	(34,71)	(1,5%)	(137,59)	(142,45)	(3,4%)
BENELUX	(48,20)	(44,03)	9,5%	(184,33)	(183,85)	0,3%
EUROPA CENTRAL	(57,88)	(49,88)	16,0%	(214,35)	(205,80)	4,2%
AMERICA	(16,79)	(14,00)	19,9%	(60,09)	(53,28)	12,8%
GASTOS OPERATIVOS HOTELES "LIKE FOR LIKE"	(207,45)	(190,67)	8,8%	(799,29)	(795,07)	0,5%
APERTURAS, CIERRES, REFORMAS Y OTROS 12/11	(19,44)	(21,34)	(8,9%)	(76,97)	(94,24)	(18,3%)
GASTOS OPERATIVOS	(226,89)	(212,01)	7,0%	(876,26)	(889,31)	(1,5%)
ESPAÑA	17,41	26,07	(33,2%)	82,60	103,09	(19,9%)
ITALIA	11,99	15,15	(20,8%)	53,73	59,43	(9,6%)
BENELUX	23,45	30,38	(22,8%)	97,59	109,17	(10,6%)
EUROPA CENTRAL	30,37	34,99	(13,2%)	129,51	123,59	4,8%
AMERICA	7,33	8,42	(12,9%)	25,74	26,95	(4,5%)
GOP HOTELES "LIKE FOR LIKE"	90,56	115,01	(21,3%)	389,17	422,24	(7,8%)
APERTURAS, CIERRES, REFORMAS Y OTROS 12/11	6,05	6,07	(0,4%)	22,59	27,69	(18,4%)
GOP	96,61	121,08	(20,2%)	411,76	449,93	(8,5%)
RENTAS E IMPUESTOS DE PROPIEDAD "LIKE FOR LIKE"	(69,08)	(68,03)	1,5%	(276,94)	(273,31)	1,3%
APERTURAS, CIERRES, REFORMAS Y OTROS 12/11	(4,89)	(2,83)	72,7%	(15,36)	(15,78)	(2,7%)
RENTAS E IMPUESTOS DE PROPIEDAD	(73,97)	(70,86)	4,4%	(292,30)	(289,09)	1,1%
ESPAÑA	(3,06)	4,72	(164,8%)	(2,66)	17,76	(115,0%)
ITALIA	1,62	5,27	(69,2%)	13,55	20,59	(34,2%)
BENELUX	13,14	20,47	(35,8%)	54,57	66,69	(18,2%)
EUROPA CENTRAL	3,87	9,66	(60,0%)	26,97	22,34	20,8%
AMERICA	5,92	6,86	(13,8%)	19,80	21,56	(8,2%)
EBITDA HOTELES "LIKE FOR LIKE"	21,48	46,98	(54,3%)	112,23	148,93	(24,6%)
APERTURAS, CIERRES, REFORMAS Y OTROS 12/11	1,16	3,24	(64,3%)	7,23	11,91	(39,3%)
EBITDA	22,64	50,22	(54,9%)	119,46	160,84	(25,7%)

Cuenta de Pérdidas y Ganancias

NH HOTELES, S.A. CUENTA DE PYG						
(millones de €)	4T 2012	4T 2011	2012/2011	12 M 2012	12M 2011	2012/2011
Ingresos de la Actividad Hotelera	323,5	333,1	(2,9%)	1.288,0	1.339,2	(3,8%)
Ingresos de la Actividad Inmobiliaria	7,1	5,4	30,7%	22,1	17,0	30,3%
TOTAL INGRESOS	330,6	338,5	(2,3%)	1.310,1	1.356,2	(3,4%)
Coste de Ventas Inmobiliaria	(4,0)	(0,9)	359,8%	(10,0)	(2,0)	390,7%
Coste de Personal	(115,4)	(114,1)	1,1%	(465,8)	(479,9)	(2,9%)
Gastos Directos de Gestión	(115,6)	(100,3)	15,2%	(423,3)	(420,0)	0,8%
BENEFICIO DE GESTIÓN	95,6	123,2	(22,4%)	411,1	454,3	(9,5%)
Reversion Provisión Contratos Onerosos	(0,5)	1,3	(136,6%)	0,4	5,3	92,1%
Arrendamientos y Contribución Urb.	(73,6)	(72,4)	1,7%	(293,4)	(295,5)	(0,7%)
EBITDA	21,6	52,2	(58,6%)	118,2	164,2	(28,0%)
Amortizaciones	(28,2)	(29,9)	(5,8%)	(112,7)	(119,0)	(5,3%)
EBIT	(6,6)	22,3	(129,5%)	5,5	45,2	(87,8%)
Gastos Financieros	(15,5)	(16,5)	(6,1%)	(54,8)	(51,3)	6,8%
Resultados Puesta en Equivalencia	(3,2)	1,2	360,3%	(4,2)	(2,3)	(83,5%)
EBT	(25,2)	7,0	(460,4%)	(53,6)	(8,5)	(532,3%)
Impuesto sobre Sociedades	(24,5)	(4,3)	471,5%	(28,9)	(7,3)	(294,9%)
Resultado antes de Minoritarios	(49,7)	2,7	(1932,1%)	(82,4)	(15,8)	(422,4%)
Intereses Minoritarios	9,3	2,7	248,9%	15,5	6,7	132,3%
RESULTADO NETO recurrente	(40,4)	5,4	(851,3%)	(66,9)	(9,1)	(635,5%)
EBITDA no recurrente	(30,0)	22,6	(233,1%)	(40,2)	38,2	(205,1%)
Otros elementos no recurrentes	(171,7)	(23,1)	(642,8%)	(185,0)	(22,9)	(708,4%)
RESULTADO NETO incluyendo no-recurrente	(242,1)	4,8	(5118,5%)	(292,1)	6,2	(4785,2%)

Evolución financiera y otros hechos relevantes

- **Arrendamientos:** La compañía ha logrado mantener estables los gastos de arrendamiento para el ejercicio 2012 (reducción del -0,7%), compensando aperturas de hoteles, incrementos provenientes de negociaciones en años anteriores y revisiones de IPC. Entre 2011 y 2012 se han realizado 84 actuaciones sobre hoteles en arrendamiento con EBITDA negativo, logrando asimismo la salida anticipada de 8 contratos. En el año 2013 se prevén reducciones de rentas adicionales a las ya obtenidas.
- **Deuda Neta y Gastos Financieros:** La Deuda Financiera Neta aumenta hasta €996 millones a 31 de diciembre de 2012 desde los €963M a 31 de diciembre del año anterior. El incremento del gasto financiero responde a los términos de la nueva financiación (tanto del crédito sindicado a partir de abril como de la correspondiente a NH Italia acordada en julio), con incremento en márgenes, en línea con la tendencia del mercado, no totalmente compensado por la bajada del Euribor.
- **Intereses Minoritarios:** muestran principalmente las pérdidas atribuibles al socio de NH Hoteles en la unidad de negocio italiana.

EBITDA no recurrente

En el año 2011 a nivel de EBITDA se incluía €72,1M en ingresos por plusvalías generados en operaciones de venta de activos y por la indemnización por la terminación del acuerdo de inversión con el grupo HNA y por otro lado €32,6M en gastos fundamentalmente por reestructuración de plantillas y provisiones varias.

En el año 2012 se incluye a nivel de EBITDA €1,54M de ingresos y €36,6M de gastos. En línea con el objetivo de reducir las diferencias en gasto de personal existentes en España e Italia en comparación con otras unidades de negocio muy superiores en eficiencia (Benelux y Europa Central) se incrementa el gasto en indemnizaciones y provisiones por reestructuración de plantillas, que representan la práctica totalidad del importe.

Otros elementos no recurrentes

- **Impairment:** El grupo ha evaluado la recuperabilidad del valor contable de sus activos en base a su plan de negocio. De esta forma, y en línea con la situación macroeconómica de España e Italia, que está produciendo un mayor deterioro de lo esperado en ciertos activos tanto hoteleros como inmobiliarios, el grupo ha incrementado la provisión por impairment que venía registrando hasta un total de €-268M. Esta provisión incluye €-51,66M por la actividad inmobiliaria. En el efecto a resultado neto, la cifra total se ve reducida por la previsible recuperación vía impuestos que corresponde a esta dotación y por la parte correspondiente a los socios minoritarios por los impairments en Italia.
- **Variación valor razonable en instrumentos financieros:** incluye la reducción de provisión (€+3,04 millones) en referencia al Equity Swap que cubre el Plan de Opciones aprobado en 2007 y que como consecuencia de la subida del precio de la acción desde el cierre de 2011 (de €2,18 a €2,61) tiene signo positivo. Dicha provisión es reversible, en la medida que se recupere el precio de la acción hasta el año de vencimiento del plan en 2013 y no representa, hasta dicho momento, salida de caja.

Actividad Inmobiliaria

- La actividad inmobiliaria ha alcanzado unos ingresos de €22,11M frente a los €16,97M alcanzados en el mismo periodo del año anterior, escriturándose un total de 25 viviendas por un importe de €10,79M frente a 4 viviendas en el mismo periodo del ejercicio 2011 por un total de €1,58M. Durante el ejercicio 2012 no se han producido ventas de parcelas, mientras que en el ejercicio anterior se escrituraron 9 parcelas por un importe total de €3,09M.
- En el último trimestre de 2011 se llevó a cabo una modificación de la estructura organizativa integrando los departamentos de back-office o soporte dentro de la estructura corporativa de NH Hoteles en aras a una mayor eficiencia y control, habiéndose obtenido una reducción de los gastos de personal de un -15,9%.
- El EBITDA recurrente fue de €-1,30M, comparados con los €+3,30M en el ejercicio 2011. Las ventas inmobiliarias crecen un 30%, mientras que baja el GOP como consecuencia de la tipología de productos vendidos, de menor margen.
- El Resultado Neto es de €-57,28M, comparado con los €-8,09M del año anterior. El resultado neto de la sociedad ha empeorado por la dotación de la provisión de impairment por deterioro de activos inmobiliarios y hoteleros por €-51,66M (€-8,46M en 2011), ya incluida en la cifra del consolidado, y se ha incurrido en un gasto de indemnizaciones por despidos de €-0,85M.
- A 31 de diciembre de 2012, Sotogrande cuenta con unas ventas comprometidas, pendientes de contabilizar por importe de €2,54M, correspondiendo fundamentalmente a los productos Ribera del Marlin (€2,23M) y el resto a los atraques de La Marina por importe de €0,31M.

Firmas y Aperturas

La totalidad de firmas y aperturas así como de nuevas incorporaciones, obedece a la estrategia de orientación hacia un modelo “asset-light”, con contratos de gestión/franquicia que no requieran compromiso de inversión. En este sentido, a diciembre el 100% de las aperturas y nuevos contratos firmados son en régimen de gestión.

Desde el 1 de enero de 2012 hasta el 31 de diciembre de 2012, NH Hoteles ha firmado 5 contratos de gestión con 906 habitaciones.

Firmas de Hoteles desde el 1 de enero al 31 de diciembre de 2012

Ciudad	Contrato	# Habitaciones	Apertura
Punta Cana, Rep. Dominicana	Gestión	66	2012
Orense, España	Gestión	48	2012
Praga, República Checa	Gestión	442	2012
Rotterdam, Países Bajos	Gestión	278	2013
Puerto Príncipe, Haití	Gestión	72	2013
Total Hoteles Firmados		906	

Nuevas Incorporaciones

Durante los primeros doce meses del año 2012 se han abierto 4 nuevos hoteles con 673 habitaciones y dos ampliaciones de 2 hoteles existentes de 180 y 139 habitaciones respectivamente.

Hoteles Abiertos desde el 1 de enero al 31 de diciembre de 2012

Hoteles	Ciudad	Contrato	# Habitaciones
NH Gate One	Bratislava, Eslovaquia	Gestión	117
NH Punta Cana	Punta Cana, Rep. Dominicana	Gestión	66
NH Orense	Orense, España	Gestión	48
NOW Larimar Garden View	Punta Cana, Rep. Dominicana	Gestión	180
NH Praga	Praga, Rep. Checa	Gestión	442
Hesperia Playa el Agua	Isla Margarita Venezuela	Gestión	139
Total Nuevas Aperturas			992

En el mes de enero destacamos la apertura del primer hotel NH en Bratislava, Eslovaquia, con 117 habitaciones.

En el mes de marzo se ha abierto el primer hotel urbano del Grupo en la Republica Dominicana, Punta Cana, de 66 habitaciones.

En el mes de abril se ha abierto el primer hotel en la ciudad de Orense, España, de 48 habitaciones y se ha ampliado el hotel de Punta Cana NOW Larimar en 180 habitaciones más, contando actualmente con un total de 822 habitaciones.

En el mes de octubre se ha abierto un hotel en Praga, República Checa, de 442 habitaciones y en noviembre se ha ampliado el hotel Hesperia Playa El Agua, de Isla Margarita, Venezuela, en 139 habitaciones, contando en la actualidad con 559 habitaciones.

Gestión de Activos

Hoteles que salen del Grupo NH desde el 1 de enero al 31 de diciembre 2012

Hoteles	País	Contrato	# Habitaciones
Hesperia Sport Barcelona	Barcelona, España	Gestión	63
Hesperia London Victoria	Londres, Reino Unido	Franquicia	212
NH Condor	Barcelona, España	Arrendamiento	78
NH Radlicka	Praga, Rep. Checa	Arrendamiento	134
NH Mercader	Madrid, España	Arrendamiento	124
NH Trier	Trier, Alemania	Arrendamiento	215
Hesperia Carlit	Barcelona, España	Gestión	38
NH Venus Sea Garden	Brucoli, Italia	Franquicia	59
Hesperia Gelmirez	Santiago de Compostela, España	Gestión	138
Hesperia Patricia	Menorca, España	Gestión	44
Total Salidas			1.105

En enero 2012 se han cancelado dos proyectos en arrendamiento que estaban firmados y pendiente de apertura, uno de 99 habitaciones en Hungría, Budapest, con una inversión prevista de 1,8 millones de euros y otro en Madrid, España, de 72 habitaciones, con una inversión prevista de 0,4 millones de euros.

No se ha renovado el contrato de arrendamiento del hotel NH Condor (Barcelona, España), que tenía resultado negativo, por lo que deja de pertenecer al Grupo desde el 1 de abril.

También dejan de pertenecer al grupo cinco hoteles de Hesperia, dos ubicados en Barcelona, uno en Menorca, otro en Santiago de Compostela y otro en Londres.

En marzo se ha firmado la cancelación del contrato de arrendamiento del hotel NH Radlicka, de Praga, que estaba cerrado desde septiembre 2011.

Desde el 16 de abril el hotel NH Mercader, con resultado negativo, deja de ser explotado por el grupo.

No se ha renovado el contrato de arrendamiento del hotel NH Trier (Trier, Alemania), que tenía resultado negativo, por lo que deja de pertenecer al Grupo desde el 2 de julio.

En Noviembre, el NH Venus Sea Garden, de Brucoli, Italia, con contrato de franquicia, sale del grupo.

El 1 de diciembre el hotel NH Villa de Coslada de Madrid, con 78 habitaciones, pasa de ser un contrato en arrendamiento a un contrato en franquicia.

HOTELES ABIERTOS DEL GRUPO NH HOTELES POR PAÍSES A 31 DE DICIEMBRE 2012

UNIDAD DE NEGOCIO	PAÍS	TOTAL		ARRENDAMIENTO			PROPIEDAD		GESTIÓN		FRANQUICIA	
		Hoteles	Habs.	con Opcion Compra	Hoteles	Habs.	Hoteles	Habs.	Hoteles	Habs.	Hoteles	Habs.
B.U. ESPAÑA	ESPAÑA	171	20.677	3	93	10.712	16	2.428	56	7.108	6	429
B.U. ESPAÑA	PORTUGAL	2	165	-	2	165	-	-	-	-	-	-
B.U. ESPAÑA	ANDORRA	1	60	-	-	-	-	-	1	60	-	-
B.U. ITALIA	ITALIA	52	8.239	1	32	5.300	15	2.280	5	659	-	-
B.U. BENELUX	HOLANDA	35	6.509	4	16	2.441	18	3.988	1	80	-	-
B.U. BENELUX	BELGICA	10	1.550	-	2	434	8	1.116	-	-	-	-
B.U. BENELUX	FRANCIA	3	556	-	2	397	-	-	1	159	-	-
B.U. BENELUX	INGLATERRA	2	321	-	1	121	-	-	1	200	-	-
B.U. BENELUX	SUDAFRICA	2	242	-	1	198	1	44	-	-	-	-
B.U. BENELUX	LUXEMBURGO	1	148	1	1	148	-	-	-	-	-	-
B.U. EUROPA CENTRAL	ALEMANIA	59	10.438	10	54	9.438	5	1.000	-	-	-	-
B.U. EUROPA CENTRAL	AUSTRIA	6	1.183	1	6	1.183	-	-	-	-	-	-
B.U. EUROPA CENTRAL	SUIZA	4	521	-	3	399	1	122	-	-	-	-
B.U. EUROPA CENTRAL	REPUBLICA CHECA	2	579	-	-	-	-	-	2	579	-	-
B.U. EUROPA CENTRAL	RUMANIA	2	161	-	1	83	-	-	1	78	-	-
B.U. EUROPA CENTRAL	HUNGRIA	1	160	-	1	160	-	-	-	-	-	-
B.U. EUROPA CENTRAL	ESLOVAQUIA	1	117	-	-	-	-	-	1	117	-	-
B.U. EUROPA CENTRAL	POLONIA	1	93	-	-	-	-	-	-	-	1	93
B.U. LAS AMERICAS	MEXICO	13	2.040	-	5	689	4	681	4	670	-	-
B.U. LAS AMERICAS	ARGENTINA	13	2.049	-	-	-	11	1.524	2	525	-	-
B.U. LAS AMERICAS	REPUBLICA DOMINICANA	3	1.261	-	-	-	-	-	3	1.261	-	-
B.U. LAS AMERICAS	VENEZUELA	3	1.147	-	-	-	-	-	3	1.147	-	-
B.U. LAS AMERICAS	ESTADOS UNIDOS	1	242	-	-	-	1	242	-	-	-	-
B.U. LAS AMERICAS	URUGUAY	1	136	-	-	-	1	136	-	-	-	-
B.U. LAS AMERICAS	COLOMBIA	1	137	-	-	-	1	137	-	-	-	-
B.U. LAS AMERICAS	CHILE	1	122	-	-	-	1	122	-	-	-	-
HOTELES ABIERTOS		391	58.853	20	220	31.868	83	13.820	81	12.643	7	522

PROYECTOS FIRMADOS DEL GRUPO NH HOTELES A 31 DE DICIEMBRE 2012

Después de las últimas negociaciones y tras la cancelación de varios proyectos firmados, el número de hoteles y habitaciones pendientes de apertura quedaría como sigue a continuación.

UNIDAD DE NEGOCIO	PAÍS	TOTAL		ARRENDAMIENTO		PROPIEDAD		GESTIÓN		
		Hoteles	Habs.	con Opción Compra	Hoteles	Habs.	Hoteles	Habs.	Hoteles	Habs.
B.U. ESPAÑA	ESPAÑA	7	564	-	3	222	-	-	4	342
B.U. ITALIA	ITALIA	6	919	-	3	515	-	-	3	404
B.U. BENELUX, UK, AF, F	PAISES BAJOS	1	278	-	-	-	-	-	1	278
B.U. EUROPA CENTRAL	HUNGRIA	2	145	-	1	93	-	-	1	52
B.U. EUROPA CENTRAL	REPUBLICA CHECA	1	236	-	1	236	-	-	-	-
B.U. LAS AMERICAS	VENEZUELA	-	50	-	-	-	-	-	-	50
B.U. LAS AMERICAS	PANAMA	1	200	-	-	-	1	200	-	-
B.U. LAS AMERICAS	HAITI	1	72	-	-	-	-	-	1	72
B.U. LAS AMERICAS	MEXICO	1	135	-	-	-	-	-	1	135
PROYECTOS FIRMADOS		20	2.599	-	8	1.066	1	200	11	1.333

Inversión comprometida correspondiente a los hoteles arriba detallados por año de ejecución:

	2013	2014	2015
Inversión esperada (€ millones)	3,4	5,7	1,8



Building the new NH
27th February 2013



- Overall transactions within the Company's objectives
 - Transactions consistent with new Business Imperatives
 - Rationale
 - Summary of the agreements
 - HNA
 - Equity financial agreement
 - Commercial agreement
 - HPT
 - Non-binding Term Sheet
 - Sources and Uses of proceeds
 - Strengthening the balance sheet
 - Conclusions
- 

Annex

- Brief profile of HNA and HPT

Executive Summary of the Overall Transaction



What

- Liquidity to cover short-term obligations
- Financial flexibility to fully exploit future growth opportunities



How

- Long-term investor providing stability to the shareholder base
- Strategic agreements in key markets with leading partners
- Consolidation of trend towards “asset-light” business model

Two milestone transactions that improve NH Hoteles’ strategic and financial position to deliver sustainable long-term shareholder value

Transactions consistent with new Business Imperatives

New NH Plan 2013-2017



The two transactions announced today are consistent with our new Business Imperatives and provide the necessary financial resources to accomplish our Plan
Additionally, the agreements establish new partnerships for NH Hoteles, broadening the scope of actions available for the Group and the potential implications of our Business Imperatives

Rationale of the Agreements

- Reinforcement of the capital structure through alliances with top partners for future developments in Asia and America



- Long-term partnership with one of the leading hotel managers in China provides stability to the shareholder base
- Potential to develop a mid/upscale market portfolio in China with a strong and reputable local partner under an “asset-light” model
- Framework to create cross-selling opportunities between a flagship Chinese company in the airline/tourism business and NH Hoteles
- Alliance with a leading US-based REIT with more than 475 properties and 43,500 rooms
- Potential to expand commercial agreements in North and South America
- Reinforces “asset-light” strategy
- NH Jolly Madison (NYC) to be renovated and rebranded NH Royal Sonesta

**Current asset disposal program to be completed only selectively
Cash inflows to cover short-and-medium term requirements**

Summary of the Agreements Reached



HNA to become a shareholder with a 20% stake

JV to expand hotel operations in China and commercial agreement with HNA worldwide

Framework for a broader commercial agreement with HNA's tourism businesses

€234m capital increase

Binding transaction

Sale & management back of 5 hotels in LatAm

Mortgage loan

Potential JV to renovate and operate the Jolly Madison hotel with HPT/Sonesta

Total funds for NH of approximately €220m

Non Binding Term Sheet Signed

Two complementary strategic agreements that will improve NH Hoteles' balance sheet and financial position, while providing financial flexibility to capture future growth opportunities

- HNA is the 7th largest Chinese privately-owned multi-industry enterprise group and a top 3 hotel manager

• Type of offering	Capital increase without pre-emption subscription rights Issuance of ordinary shares to be fully subscribed by HNA
• Offering size	61.7 million shares
• Price	€ 3.8 per share
• Total capital raised	€ 234.5 million
• HNA ownership after capital increase	20.0%
• Board representation	2 HNA members
• Binding transaction	Approved by all Chinese authorities and by NH Board
• Timing	Closing expected by mid-April

Development of joint operations in China

- Creation of a JV (50% NH – 50% HNA) to develop new projects in China through a ManagementCo for expanding activity in existing and new properties
- The JV will have exclusive rights to use NH's brands in China
- The management company will receive market standard fees, and NH Hoteles will collect a royalty fee for the use of its brand
- Initially, 2 or 3 of HNA's properties will be refurbished and re-branded with the NH Hoteles' brand as a starting point

Framework for additional collaboration

- NH and HNA will seek to develop a mutually beneficial relationship between the clients of HNA's airline/tourism business units and NH worldwide
- NH to become the preferred hotel brand for the clients of HNA's airline/tourism business units



HPT

Non-Binding Term Sheet



- Strategic alliance to expand throughout America
- HPT is a REIT, listed in the US, with 475 properties in US, Canada and Puerto Rico

Latin America Sale & Management Back

- HPT to purchase 5 hotels for a total of c.US\$70m
- NH Hoteles to retain a management contract
- Hotels located in Mexico, Colombia, Uruguay and Chile
- 10%-fixed annual rent in US Dollars for HPT with no CPI indexed
- Term: 20 years with 2 renewal options of 15 years
- NH to provide performance guarantee capped to US\$10m

Mortgage Loan

- Mortgage loan secured by four assets in Madrid, Barcelona, Brussels and Amsterdam
- Size: c.€170m
- Cost: 10%
- Term: 7 years

NH Jolly Madison Hotel JV

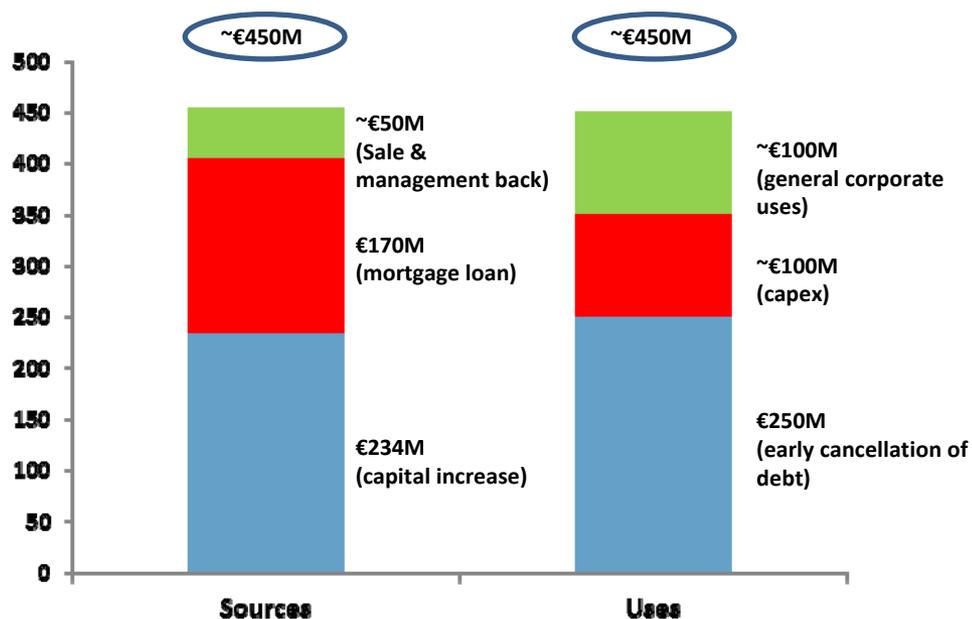
- HPT to hold an option to create a JV in the NY hotel
- HPT to invest up to US\$80m (including full refurbishment capex)
- Rental of 8% to HPT with no CPI indexed
- Co-management and co-branding NH / Sonesta to maximize synergies
- 20 year management contract, with 2 renewal options of 15 years

Non binding Term Sheet signed
S&MB and Loan expected to be completed in c.60 days subject to due diligence and final documentation
Option for NY hotel valid until June 2013

Sources and Uses of Proceeds

- Sources of c. €450m will be used mainly to reduce leverage, cover short-term obligations, as well as to invest in selected assets with the highest ROI within the Group and other general corporate uses

Sources and uses (€M)



Use of proceeds

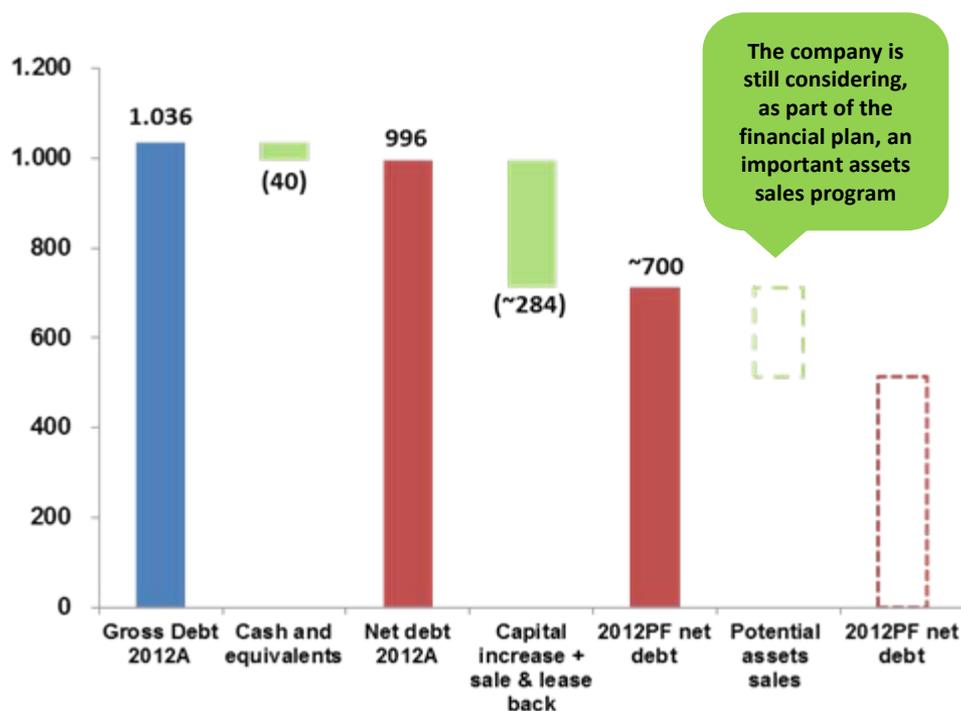
- Reduction of debt levels
- Meet short-term obligations
- Repositioning investments on certain key assets with the highest return potential (e.g.: Eurobuilding)
- Cancellation of un-economic leases

- In addition, NH has several ongoing processes in an advanced stage in relation to the potential sale of selected assets which, in aggregate, could amount to c.€200m

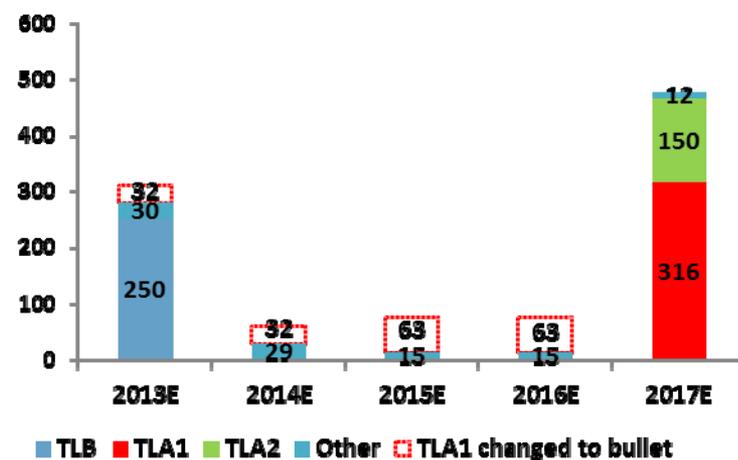
Strengthening the Balance Sheet

- Improvement of leverage position, coupled with a new targeted maturity profile

Pro Forma Net Debt 2012 (€M) ^(a)



Targeted NH's amortization schedule (€M)



- NH will shortly contact its lending banks to discuss certain changes in its syndicated loan, in exchange for an early prepayment of the full Term-Loan B (€250M)
 - Release of guarantees on assets
 - Change Term Loan A1 to bullet, fully payable in 2017

(a) Non-audited accounts



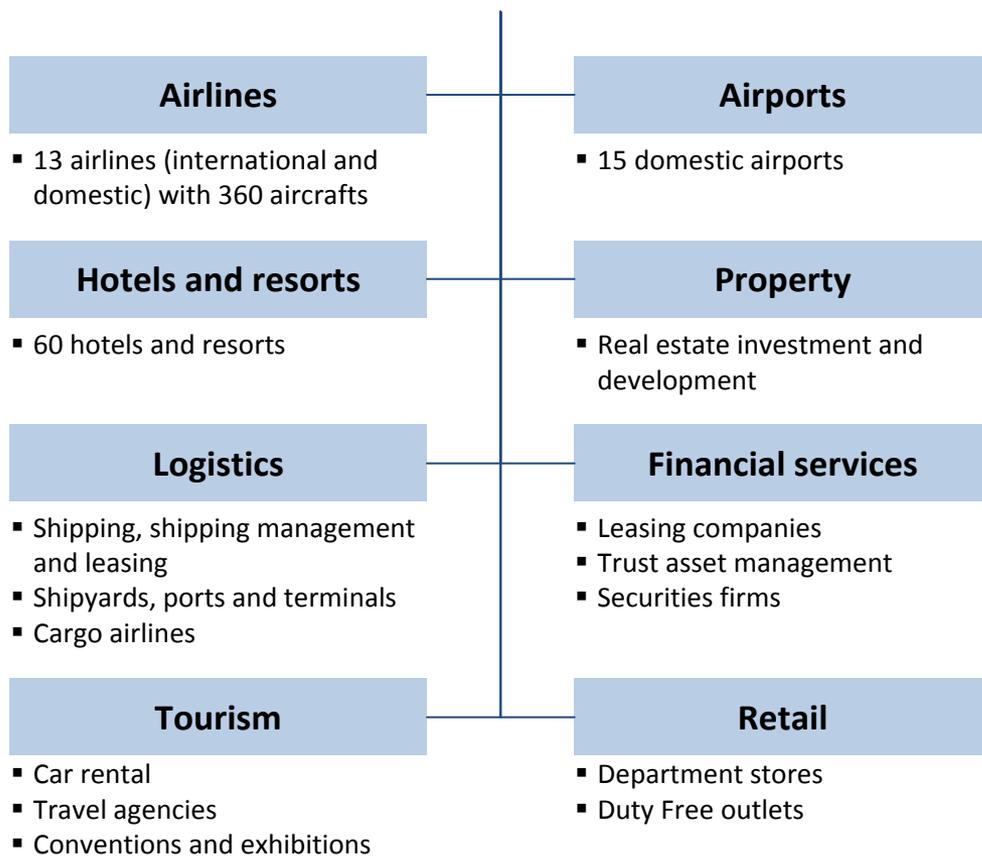
Long-term strategic investor with the potential to develop operations in China and channel Chinese tourist flows to Europe through NH Hoteles

Opportunity to expand co-operation throughout the Americas



Unique opportunity to reinforce the capital structure, while adding new long-term growth opportunities to the Group

HNA



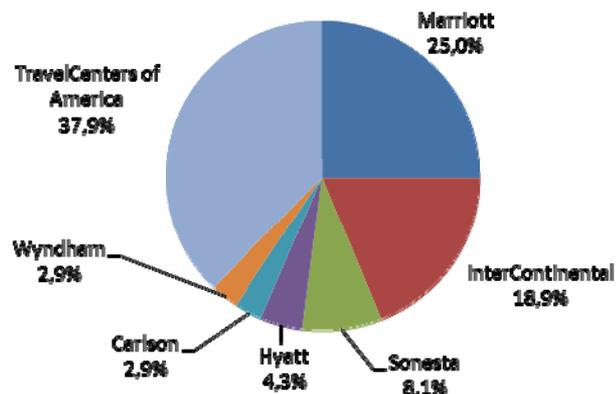
- HNA is the 7th largest China-based multi-industry enterprise group owned by private investors with 2011 revenue equal to c. €3.6bn, c.€21.0bn total asset value, and approximately 120,000 employees
- HNA Group has global operations spread across a diversified base of operating companies in the air and maritime transportation, airport ownership and management, tourism, hospitality and logistics sectors among others
- HNA started 19 years ago as a start-up regional airline and has grown into the 4th largest airline group in China with more than 260 aircraft with 34 million passengers in year 2011
- The Group started its Hotel activity in 1999 and it is among the top 3 Hotel managers in China with presence in all the country through its c. 60 hotels
- Diversified public and private capital base from banks, mutual funds, government investment groups and employee/pension funds

HPT

Description

- Hospitality Properties Trust is a REIT, trading in NYSE since 1995 with a portfolio of c.\$7bn invested
- As of June-12 it had 475 properties (290 hotels with 43,515 rooms and 185 travel centres) located along US, Ontario, Canada and Puerto Rico
- Its buildings are managed by prestigious international hotel such as: Marriott, InterContinental, Hyatt Corporation, Carlson, Sonesta or Wyndham Hotel Group

HPT Managers (by \$ invested)



Properties portfolio

Brand	Operator	Nº of Hotels/ Travel Centers
TravelCenters	TravelCenters	145 travel centers
Courtyard	Marriott	71 hotels
Petro	TravelCenters	40 travel centers
Candlewood	Candlewood	61 hotels
Residence Inn	Marriott	35 hotels
Royal Sonesta/ Sonesta E.S. Suites	Sonesta	21 hotels
Staybridge	InterContinental	21 hotels
Crowne Plaza	InterContinental	6 hotels
Hyatt Place	Hyatt	22 hotels
Marriott	Marriott	3 hotels
InterContinental	InterContinental	3 hotels
Radisson/ Park Plaza/ Country Inn & Suites	Carlson	11 hotels
TowncePlace/ Sprinhill Suites	Marriott	14 hotels
Hawthorn Suites/ Wyndham Hotels & Resorts	Wyndham	20 hotels
Holiday Inn	InterContinental	2 hotels
	TOTAL	185 travel centres 290 hotels

Legal disclaimer

This document has been produced by NH Hoteles, S.A. (“NH Hoteles”, or “NH”), and it is provided exclusively for information purposes.

This document does not constitute a purchase, nor a sale offer. The receivers of the document must know that historical results do not provide guarantees for the future.

The information included in this document has been obtained from sources considered trustworthy. Although all reasonable care has been applied to guarantee that the information included is neither false nor uncertain at the moment of its publication, the document does not ensure that it is exact and complete.

The judgments and assumptions that appear in this document constitute the technical opinion of NH Hotels and are subject to modification without previous notice. The success in historic projections does not ensure future success.

The assumptions on which forecasts and goals are based refer to current economic and market circumstances, which, by its nature, can be modified at any time. Moreover, such assumptions and projections, as well as any reference to future facts, are subject to uncertainty and may not reach indicated levels.

The statements and forecasts included in this document do not constitute testimony or guarantees, state or tacit, on behalf of NH Hotels, its board members or directors.

Nor NH Hotels, nor its board members and directors, assume responsibility for any damage or loss, direct or indirect that may arise from the use of the information contained in this document.

The reception of this document by its addressees implies the total acceptance of the content of this disclaimer note.



Thank you

Wake Up
To a Better
World **nh**
HOTELES