

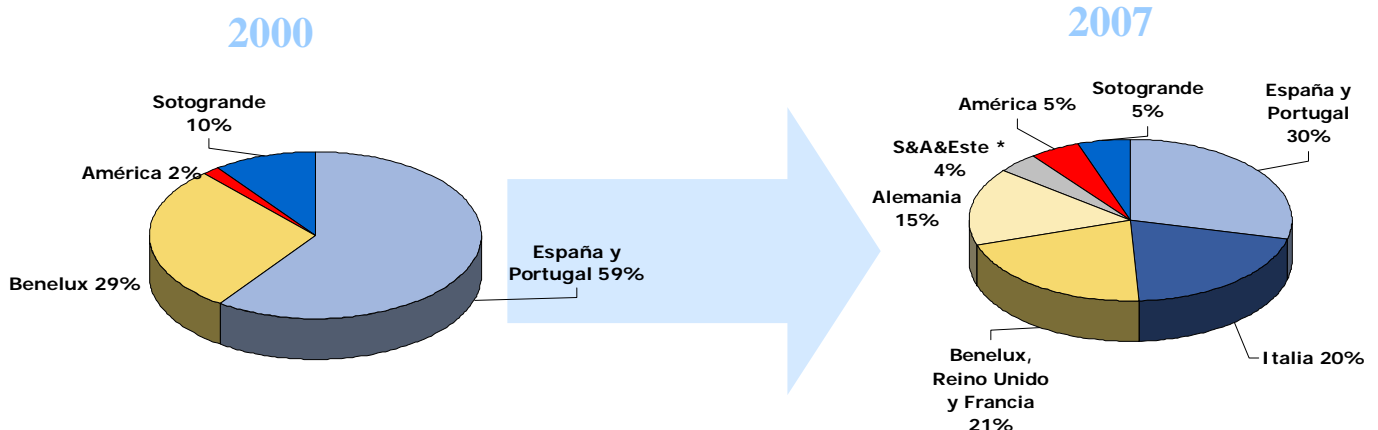
EL BENEFICIO NETO DE NH HOTELES AUMENTA UN 24% RESPECTO AL EJERCICIO ANTERIOR

- Los ingresos totales del Grupo alcanzaron los €1.505M, el EBITDA aumentó un 50% hasta los €283M, y el Beneficio neto del grupo se situó en €77,4M
- La ventas de la actividad hotelera registraron una subida del 40%, hasta los €1.427M y el EBITDA hotelero creció un 60%, hasta los €258M
- El Revpar (ingreso por habitación disponible) creció en Europa un 6% como consecuencia de una subida del precio medio del 7%
- Todas las Unidades de Negocio tuvieron un comportamiento positivo en Ventas y EBITDA, gracias a un crecimiento estable del precio medio
- Sotogrande registra unos ingresos de €78,6M, un 13% más respecto a 2006, así como ventas pendientes de contabilizar por valor de €77,6M, con un margen de €27,8M

Madrid, 27 de febrero de 2008.- El beneficio neto consolidado del Grupo NH Hoteles ha registrado un importante avance en 2007 hasta alcanzar los €77,4M, un aumento del 24% con respecto al año anterior. Este resultado se ha obtenido gracias a un incremento de los ingresos del 38%, hasta los €1.505M. El EBITDA (beneficio operativo) de la Compañía evolucionó de forma positiva hasta los €283M, un aumento del 50% frente a 2006.

En 2007, la solidez del mercado Europeo ha contribuido a un aumento de las ventas de la actividad hotelera del 40% hasta los €1.427M. Destaca el proceso de diversificación de los ingresos de la actividad hotelera que NH Hoteles ha venido desarrollando en los últimos años. El siguiente gráfico refleja como ha crecido el peso de las ventas de la Compañía en los distintos países de Europa:

Diversificación de los Ingresos de NH Hoteles



* S&A&Este: Suiza, Austria y Países del Este

En 2007, el EBITDA de la actividad hotelera, en el que se han consolidado los resultados de las incorporaciones del pasado año en Italia (Jolly Hotels y Framon), aumentó hasta los €258M, un crecimiento del 60% frente al año anterior.

“Estos resultados muestran la gran fortaleza del grupo y el potencial de un modelo de crecimiento basado en la diversificación geográfica y en la uniformidad de los excelentes servicios de nuestra marca. Todas las unidades de NH Hoteles han crecido de una manera muy clara, muy sostenible y muy en línea con nuestro plan de expansión,” dijo Gabriele Burgio, Presidente de NH Hoteles.

El aumento de las ventas se explica gracias a las nuevas incorporaciones al Grupo y al ascenso del Revpar (ingresos por habitación disponible), que experimentó un crecimiento del 6% en Europa. Este incremento de Revpar se debe fundamentalmente a un aumento del ADR (precio medio) en el viejo continente del 7%, especialmente en las unidades de negocio de Alemania, Benelux y Suiza, Austria y Hungría.

Crecimiento en todas las Unidades de Negocio

Destaca el comportamiento del negocio durante 2007 en el que todas las unidades de negocio del Grupo continúan con una positiva tendencia en ventas y EBITDA (beneficio operativo).

El fuerte y sostenible crecimiento del grupo se basa en la calidad que distingue, de manera uniforme e innovadora, a los servicios y a las instalaciones de los hoteles NH. Los establecimientos de NH Hoteles cuidan al máximo el detalle y el confort del cliente, están óptimamente localizados, cuentan con las más avanzadas tecnologías de comunicación para facilitar el trabajo y ofrecen una cuidada restauración de alta calidad.

En Alemania el crecimiento en Revpar en el cuarto trimestre, aumentó un 11%, confirma la buena tendencia de esta región y remonta la complicada comparativa que a nueve meses acumulaba esta Unidad de Negocio debido a la Copa del mundo de Fútbol de 2006.

El Revpar en Benelux crece un 6% respecto al año anterior. Cabe señalar la aceleración del Revpar de esta unidad de negocio en el último trimestre, aupado por la positiva evolución de las ventas en ciudades como Bruselas y Ámsterdam. Los ingresos alcanzados en Benelux, sin tener en cuenta las incorporaciones, se sitúan en €297M, un 8% más que en 2007.

España muestra un sólido comportamiento con aumentos en ingresos del 6% (sin tener en cuenta la expansión), gracias al impulso de las principales ciudades españolas y especialmente a buena evolución de Barcelona. El aumento del Revpar vía precio y la mejora de la eficiencia han permitido alcanzar en España un incremento del EBITDA del 15%, frente al año anterior.

La unidad de negocio de Suiza, Austria, Hungría y Rumanía registró en 2007 un aumento de sus ingresos del 8% y un EBITDA de €2,9M (sin incluir nuevas aperturas), que demuestra la estabilidad aportada por las recientes incorporaciones de los países del Este al portfolio de NH Hoteles. En Revpar, los hoteles registraron un crecimiento del 8% gracias fundamentalmente a un incremento del precio medio del 8%. La ciudad de Viena tuvo un comportamiento especialmente positivo en el último trimestre del pasado año.

Los ingresos en Latinoamérica alcanzaron los €69,4M y el EBITDA (sin las nuevas aperturas) creció un 8%, a pesar de la desfavorable evolución del tipo de cambio. El Revpar se incrementó un 2,8%, gracias al avance del ADR.

Sotogrande registró unas ventas de €78,6M, un 13% más que el año anterior, y un EBITDA de €24,2M. A 31 de diciembre de 2006, las ventas confirmadas pendientes de contabilizar ascienden a €77,6M con un margen de €27,8M. La mayor parte de estas ventas se contabilizarán a finales de 2008 y corresponden al desarrollo residencial Ribera del Marlin y a atraques de la Marina.

El siguiente cuadro muestra las principales cifras del Grupo NH Hoteles a 31 de diciembre de 2007 y las de 2006:

NH HOTELES,S.A. CUENTA ACUMULUDA A DICIEMBRE 2007

	Acumulado a 31 de Diciembre 2007	Acumulado a 31 Diciembre 2006	2007/2006
	€M.	€M.	Var. %
Ingresos de la Actividad Hotelera	1,395.83	1,005.58	38.8%
Ingresos de la Actividad Inmobiliaria	77.50	69.37	11.7%
Otros Ingresos de la actividad recurrente	32.36	15.99	102.4%
TOTAL INGRESOS	1,505.69	1,090.94	38.0%
Coste de Ventas Inmobiliaria	(41.64)	(32.26)	29.1%
Coste de Personal	(478.83)	(344.09)	39.2%
Gastos Directos de Gestión	(455.97)	(332.41)	37.2%
Otros Gastos no Recurrentes	(4.59)	(9.10)	(49.6%)
BENEFICIO DE GESTIÓN	524.66	373.08	40.6%
Arrendamientos y Contribución Urb.	(241.66)	(184.19)	31.2%
EBITDA	283.00	188.89	49.8%
Amortizaciones	(109.73)	(75.00)	46.3%
EBIT	173.27	113.89	52.1%
Gastos Financieros	(62.79)	(29.79)	110.8%
Resultados Puesta en Equivalencia	(2.48)	1.28	-293.8%
EBT	108.00	85.38	26.5%
Impuesto sobre Sociedades	(8.50)	(24.09)	-64.7%
BENEFICIO antes de Minoritarios	99.50	61.29	62.3%
Intereses Minoritarios	(22.06)	1.16	-2001.7%
BENEFICIO NETO	77.44	62.45	24.0%

Incorporaciones a la cartera de hoteles en 2007

Expansión

En 2008 NH Hoteles ha superado la barrera de las **50.000 habitaciones** y en la actualidad tiene presencia en **22 países**. El pasado año NH Hoteles ha dado un salto muy significativo en cuanto a distribución geográfica de sus actividades, gracias a la incorporación de **72 hoteles con casi 11.000 habitaciones**. Buena parte de este crecimiento se debe al acuerdo alcanzado desde principio de 2007 para la toma de control de las cadenas italianas Jolly Hoteles y Framon:

- Procedente de **Jolly Hotels: 46 Hoteles (7.555 habitaciones)** de Jolly Hotels:
 - 5.993 habitaciones (39 hoteles) en Italia, un hotel con 275 habitaciones en Londres, un hotel con 218 habitaciones en Amsterdam, dos hoteles (472 habitaciones) en Alemania, un hotel de 162 habitaciones en París y uno en Nueva York de 242 habitaciones.
- Procedente de **Framon: 15 hoteles con 1.254 habitaciones** en Italia.
- **Crecimiento orgánico: 13 hoteles con 2.239 habitaciones** en las principales ciudades europeas.
 - **Destacan** entre otras **las aperturas** de: **Barcelona**, donde se abrió el NH Constanza, un hotel de convenciones en el área de L'illa, con 308 habitaciones, que refuerza la presencia en la ciudad; En **Viena**, con la apertura del NH Danube City y sus 252 habitaciones, NH Hoteles cuenta ya con 5 hoteles y más de 1,000 habitaciones en esta ciudad en auge, caracterizada por una mezcla de actividad corporativa y turística muy compensada; En Francia, con la apertura de un hotel de negocios en el centro de **Niza**; en **Brujas** y **Gante**, donde se adquirieron dos hoteles Sofitel que llevan la marca NH Hoteles desde el pasado noviembre.

Evolución del Plan de Expansión (18,000 habitaciones 2007-2009)

- **A 31 de diciembre de 2007 se han firmado 6.065 habitaciones**, en línea con el objetivo del plan, que prevé sumar otras 6.000 en 2008 y 6.000 más en 2009, hasta alcanzar el objetivo de 18.000 habitaciones en tres años.
- Distribución geográfica en los primeros meses del Plan de expansión:
 - Centro y Este de Europa: 60% (Alemania, Holanda, Suiza, Austria, República Checa y Francia).
 - Sur de Europa: 29% (Italia y España).
 - Latinoamérica y otros: 11%

SOBRE NH HOTELES

NH Hoteles (www.nh-hotels.com) ocupa el tercer lugar del ranking europeo de hoteles de negocios. NH Hoteles tiene 343 hoteles con 50.518 habitaciones en 22 países de Europa, América y África. NH Hoteles tiene en la actualidad 47 proyectos de nuevos hoteles en construcción, que supondrán casi 9.000 nuevas habitaciones.

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

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

NH Hoteles es empresa responsable en el sector turístico. La Compañía ofrece servicios de hostelería que se anticipan a las necesidades de nuestros grupos de interés (Empleados, Clientes, Accionistas, Proveedores, Medioambiente, etc.), así como de las comunidades donde operamos y de las generaciones futuras, con máximo cuidado en el detalle y con soluciones eficientes y sostenibles.

NH Hoteles cotiza en la Bolsa de Madrid.

PARA MÁS INFORMACIÓN:

Departamento de Comunicación de NH Hoteles

Tel: +34914519762

Tel: +34 91451 97 18 (centralita)

Email: comunicacion@nh-hotels.com

CENTRAL DE RESERVAS

Tel: 902 115 116 (Desde España)

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

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

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