

- Resultados 2019: los ingresos crecen en 98 millones y el EBITDA en €31 millones -

NH HOTEL GROUP SUPERA SUS OBJETIVOS FINANCIEROS Y ALCANZA POR PRIMERA VEZ UN BENEFICIO NETO RECURRENTE POR ENCIMA DE LOS €100 MILLONES



Las cifras de negocio excluyen impacto IFRS16 para facilitar comparativa salvo indicación expresa

- La positiva tendencia en los principales mercados de Europa y especialmente favorable en España permite al Grupo aumentar un 6,1% sus ingresos, hasta €1.718,3 millones
- El Grupo aumenta un 4,9% sus ingresos medios por habitación disponible (RevPAR), en su totalidad por el incremento de precio medio (alcanza los €102,9) y sin que afecte al nivel de ocupación, que permanece estable respecto al año anterior
- El EBITDA⁽¹⁾ aumenta en €30,9 millones hasta los €294,1 millones (€551 millones –cifra reportada- incluyendo la aplicación de la normativa contable IFRS16), por la mejora del negocio y el control de costes, superando así el objetivo de €285 millones
- El beneficio neto recurrente del Grupo aumenta en €44 millones hasta €113,2 millones, por los menores costes financieros y la buena evolución de la actividad hotelera, superando así el objetivo de €100 millones marcado para el conjunto del año (Incluyendo la normativa IFRS 16, la cifra reportada es €103,2 millones)
- Incluyendo la actividad no recurrente, el beneficio neto total reportado alcanza €90 millones (-€11,6 millones menos que en 2018), al estar dicha comparativa afectada por una mayor actividad de rotación de activos en 2018 (+45 millones en 2018 vs. 2019 de actividad no recurrente)
- El Consejo de Administración propondrá a la Junta de Accionistas un dividendo de 15 céntimos de euro brutos por acción, con un desembolso estimado de €59 millones
- La Compañía cierra 2019 con un bajo nivel de deuda financiera neta (€-179 millones) y una sólida posición de caja de €289 millones, a pesar de la inversión de €170 millones en Capex y el pago de dividendo del ejercicio anterior

(1) EBITDA Recurrente antes de reversión de onerosos y plusvalías por rotación de activos. Excluye aplicación de IFRS 16.

- Hitos corporativos junto a Minor International -

- **La Compañía ha entrado a formar parte de una plataforma global de referencia junto a Minor, duplicando el número de marcas con las que opera, habiendo entrado en el segmento de lujo y sumando nuevos proyectos y destinos a su cartera**
- **En 2019, NH Hotel Group ha comenzado a operar la marca Anantara Hotels Resorts & Spas en Europa, ha integrado en su operativa los hoteles de Minor en Portugal y ha formalizado un acuerdo para operar un portfolio único de 8 hoteles de alta gama -procedentes del antiguo portfolio Boscolo-, en ubicaciones privilegiadas de Roma, Florencia, Venecia, Niza, Praga y Budapest**

Madrid, 25 de febrero de 2020 - NH Hotel Group ha presentado hoy sus resultados correspondientes al ejercicio 2019, que reflejan una mejora sobre las previsiones avanzadas al inicio del pasado año, logrando que la Compañía alcance por primera vez en su historia un beneficio neto recurrente por encima de los €100 millones. La positiva evolución de la actividad hotelera en Europa, un estricto control de costes y menores gastos financieros, por un bajo nivel de endeudamiento, han contribuido significativamente a este resultado.

Ramón Aragonés, Consejero Delegado de NH Hotel Group, ha calificado el año de *“histórico, tras alcanzar unas cifras récord en las principales métricas operativas y financieras. La mejora del negocio en Europa con un comportamiento particularmente favorable en España, una eficiente gestión operativa de la actividad y un balance solvente, son las claves del excelente desempeño de la Compañía en 2019”*. Asimismo, ha destacado la *“estrecha y fructífera colaboración con Minor durante todo el año, que se ha materializado en numerosas oportunidades de negocio para el Grupo, marcando el inicio de una etapa encaminada a construir una de las ofertas más diferenciales de la industria hotelera global”*.

-Resultados 2019-

La Compañía ha incrementado un 6,1% sus ingresos totales respecto al año anterior, hasta alcanzar €1.718 millones. España ha mostrado el mayor incremento de toda Europa, con un incremento de sus ingresos comparables del 7,9% por una magnífica evolución en Madrid y la recuperación de Barcelona. El resto de mercados del continente también presentó una evolución positiva con un aumento de los ingresos comparables del 4,6% en Italia, 3,2% en Benelux y 0,9% en los países de Europa Central. La unidad de negocio de América (-2,5%) se ve afectada en su comparativa con el ejercicio anterior por la negativa evolución de la divisa.

La mejora del negocio en 2019 se ha visto impulsada por el incremento de un 4,9% en RevPAR (ingresos medios por habitación disponible), principal indicador de la evolución de la actividad hotelera. La totalidad de este aumento se debe exclusivamente al crecimiento del precio medio en el año, que se incrementa hasta los €102,9, no habiéndose registrado variaciones en la ocupación, que se sitúa en un 71,7%.

Una eficiente combinación de aumento de ingresos y control de costes ha dinamizado el EBITDA⁽¹⁾ recurrente del Grupo, que en este período aumentó un 11,7%, hasta alcanzar €294 millones (€551 millones reportados incluyendo la aplicación de la normativa IFRS16). Este aumento supone un incremento de €31 millones respecto al mismo período del año anterior. El EBITDA⁽¹⁾ recurrente alcanzado supera ampliamente el objetivo de €285 millones marcado al inicio del ejercicio. Destacar la contribución de los hoteles de Minor en Portugal (+€5 millones), que NH Hotel Group empezó a operar a mitad del ejercicio. El ratio de conversión de incremento de ingresos a EBITDA⁽¹⁾ ha sido del 31%.

Esta buena evolución de la actividad hotelera y unos menores costes financieros han permitido que el beneficio neto recurrente aumente en €34,5 millones hasta un total de €103,2 millones (€113,2 millones excluyendo el impacto de normativa IFRS16). Con esta cifra histórica, la Compañía supera así el objetivo comprometido a principios del ejercicio de alcanzar €100 millones de beneficio recurrente en 2019. Incluyendo la actividad no recurrente, el resultado neto total reportado alcanza €90 millones y refleja una reducción de €-11,6 millones frente al año anterior por la menor contribución de la actividad no recurrente en 2019 respecto a 2018, que experimentó una mayor actividad de rotación de activos (+45 millones en 2018 vs. 2019 de actividad no recurrente). Concretamente, en 2018 la Compañía llevó a cabo una relevante operación de venta y posterior alquiler sobre el hotel NH Collection Barbizon Palace de Ámsterdam.

NH HOTEL GROUP CUENTA DE PYG

(millones de €)	12M 2019 Reportado	12M 2019 ex IFRS 16	12M 2018 Reportado	Var. 12M ex IFRS16	
	€ m.	€ m.	€ m.	€ m.	%
TOTAL INGRESOS	1,718.3	1,718.3	1,619.8	98.4	6.1%
BENEFICIO DE GESTIÓN	649.5	649.5	595.6	53.9	9.0%
EBITDA RECURRENTE⁽¹⁾	551.4	294.1	263.2	30.9	11.7%
RESULTADO NETO recurrente	103.2	113.2	69.7	43.6	62.5%
RESULTADO NETO incluyendo no-rec.	90.0	100.0	101.6	(1.6)	(1.5%)

La fuerte generación de caja en el año ha permitido mantener un bajo nivel de deuda financiera neta en el Grupo, que se sitúa en €-179 millones. A 31 de diciembre de 2019, la posición de caja es de €289 millones, a pesar de asumir inversiones en Capex por valor de €170 millones durante el año y el pago de un dividendo bruto de €59 millones del ejercicio 2018.

(1)EBITDA Recurrente antes de reversión de onerosos y plusvalías por rotación de activos. Excluye aplicación de IFRS 16.

-Propuesta de Dividendo-

En este contexto de resultados favorables, el Consejo de Administración de NH Hotel Group propondrá la aprobación en la próxima Junta General de Accionistas un dividendo con cargo a los beneficios de 2019 de un importe de 15 céntimos de euro brutos por acción, con un desembolso estimado de 59 millones de euros.

-Evolución de la cartera-

Al cierre de 2019, NH Hotel Group opera 368 hoteles y 57.466 habitaciones. Además de los hoteles incorporados en Portugal fruto del acuerdo de integración con Minor Hotels (13 hoteles), la Compañía ha abierto durante los primeros nueve meses del año otros 13 hoteles en Andorra, Alemania, Bélgica, España, Irlanda, Italia, Chile y México. El peso de la marca NH Collection respecto al total ya representa el 22% de la cartera.

La Compañía continua mejorando la calidad de su portfolio y durante el período se han realizado reformas en 36 hoteles, de los cuales 10 están ubicados en Europa Central, 7 en España, 6 en Italia, 4 en Benelux, 2 en Francia, 6 en Latinoamérica y 1 en Estados Unidos. NH Hotel Group mide constantemente la calidad de sus hoteles utilizando distintas fuentes de información independientes, que vienen reflejando año a año una mejora continua de la percepción de los consumidores sobre los hoteles de la Compañía.

Evolución de la calidad percibida por los consumidores:



Por otro lado, cabe señalar el protagonismo que empieza a coger la marca nhow que, en los primeros meses de 2020, se ha establecido en ciudades como Londres y Ámsterdam con dos propiedades icónicas (nhow London y nhow Amsterdam RAI). Por su parte, la marca NH Collection abrirá sus puertas en los próximos meses en el centro de Manhattan (Nueva York), en una privilegiada ubicación próxima al mítico Empire State Building.

- Hitos corporativos junto a Minor International -

En 2019, la integración con Minor ha posicionado a la Compañía como un operador aún más global, formando parte de una plataforma hotelera de más de 500 hoteles, presente en más de 50 países. La Compañía ha duplicado así el número de marcas con las que opera, entrado con éxito en el segmento de lujo en Europa, convirtiéndose en uno de los principales operadores de Portugal y sumado nuevos proyectos y destinos a su portfolio.

Bajo la marca de lujo Anantara de Minor, NH Hotel Group alcanzó dos acuerdos estratégicos sobre dos hoteles en Europa el pasado ejercicio. El Grupo comenzó a operar en verano el hotel Anantara Villa Padierna Palace de Marbella (España) y en el tercer trimestre anunció la entrada en la cartera del hotel The Marker de Dublín, que será convertido a la marca Anantara a lo largo de 2020 y que ha supuesto la entrada de la Compañía en Irlanda.

Asimismo, en junio del pasado año ambos grupos formalizaron la integración de la operativa de los hoteles de ambas compañías en Portugal, resultando en un portfolio conjunto que actualmente alcanza 17 hoteles en el país y que ha pasado a ser operado en su totalidad por NH Hotel Group.

Además, el 31 de diciembre de 2019, NH Hotel Group alcanzó un acuerdo con Covivio, uno de los principales inversores inmobiliarios europeos, para operar un portfolio único de 8 hoteles de alta gama, ubicados en privilegiadas localizaciones de Roma, Florencia, Venecia, Niza, Praga y Budapest. El acuerdo permitirá consolidar la apuesta de la Compañía por el segmento de lujo al tiempo que refuerza su posición de liderazgo en Italia e incrementa su presencia en destinos competitivos de Francia y Europa del Este. La mayoría de los hoteles se convertirán a las marcas Anantara y NH Collection durante 2020, tras un profundo programa de reposicionamiento impulsado por Covivio.

En paralelo a estas operaciones, Minor y NH Hotel Group han continuado trabajando para aplicar economías de escala, optimizar sus respectivas bases de clientes y desarrollar sus marcas de referencia en distintas geografías.

Sobre NH Hotel Group

NH Hotel Group es un consolidado operador multinacional y una de las compañías hoteleras urbanas de referencia en Europa y América, donde opera más de 370 hoteles. Desde 2019 la Compañía trabaja junto a Minor Hotels en la integración de sus marcas comerciales hoteleras bajo un mismo paraguas corporativo con presencia en más de 50 países de todo el mundo. Se ordena así un portfolio de más de 500 hoteles bajo ocho marcas: NH Hotels, NH Collection, nhow, Tivoli, Anantara, Avani, Elewana y Oaks, que completan un amplio y diverso espectro de propuestas hoteleras conectadas a las necesidades y deseos de los viajeros globales de hoy en día.

NH Hotel Group's Communications Department

Tel: +34 91 451 9718 (switchboard)

Email: communication@nh-hotels.com

Corporate website: www.nhhotelgroup.com

Social media:

www.nh-hotels.com/social-media

Twitter | LinkedIn | YouTube | Instagram



communication@nh-hotels.com | T: +34 91 4519762 | T: +34 91 4519718 (centralita) | nh-hotels.com



ANEXO

Evolución de la actividad hotelera por mercados en 2019

Datos de ratios de hoteles comparables + hoteles en reforma

España. La Compañía elevó un 7,9% sus ingresos en este mercado hasta los €438,5 millones, por el excelente comportamiento de Madrid y Barcelona en el período. Los hoteles en Madrid experimentaron un importante incremento en RevPAR del 10,6%, por mejor calendario de eventos y congresos, y los de la Ciudad Condal aumentaron un 13,7%, mostrando una sólida recuperación. Cabe señalar que el precio medio de los hoteles del Grupo en España aumentó un 7,4% y la ocupación creció ligeramente un 1,5%.

Italia. Este mercado incrementó un 4,6% sus ingresos hasta los €301,6 millones y aumentó el RevPAR un 3,7%, impulsado por la mejora en precios (+2,6%) y ocupación (+1,1%). Evolución positiva de las principales ciudades destacando Milán, cuyos ingresos crecen un 3,5%.

Benelux. Los ingresos en la región crecieron un 3,2% hasta los €366,1 millones, impulsado por la buena evolución de Bruselas (RevPAR +11,2%) y por una significativa mejora en los hoteles de congresos de Holanda (+3,2%). La ciudad de Ámsterdam presenta un crecimiento de RevPAR del 2,2%.

Europa Central. Los ingresos de esta región (€377,3 millones) aumentan un 0,9%, recuperándose de un desfavorable calendario de ferias en el tercer trimestre y a pesar del incremento de la oferta en la ciudad de Fráncfort. El RevPAR se mantiene positivo con una subida del 1,6%, impulsado por una mejora del precio medio (+2,5%) y a pesar de una ligera caída de la ocupación (-0,9%). Hamburgo y las ciudades secundarias alemanas muestran una buena evolución en RevPAR (+2,7% y +1,9% respectivamente), y Austria reporta una significativa mejora del 5,9%.

América. Los ingresos de la región se reducen un 2,5% a tipo de cambio real hasta los €121,4 millones, por el impacto del cambio de la divisa. Por países: México incrementa sus ingresos un 5,7% a tipo de cambio real; Argentina reporta un descenso del -6,0% al incluir los efectos de la hiperinflación y la devaluación de la divisa; Colombia y Chile reducen sus ingresos un -10,9% a tipo de cambio real, debido tanto al cierre de un hotel en Bogotá, como la evolución de la divisa.