Service de presse NH Hoteles Suisse
c/o Primus Communications – Petra Wittmann
Tél.: +41 – (0)44 – 387 57 37 / Fax: +41 – (0)44 – 387 57 38
E-Mail: petra.wittmann@primuscommunications.ch

COMMUNIQUÉ DE PRESSE

NH Hoteles: bénéfice net de 21,7 millions d'euros pour les cinq premiers mois de 2011

Au 31 mai 2011, un EBITDA de l'ordre de 73,3 millions d'euros a pu être réalisé – et ainsi une augmentation de 46 pour cent par rapport aux cinq premiers mois de 2010. Les zones commerciales de l'Europe centrale, du Benelux et de l'Amérique latine ont contribué à hauteur 75 pour cent à cet EBITDA. Mariano Pérez Claver, Président du conseil d'administration de NH Hoteles, a annoncé un « Plan initiative 2015 » dont l'objectif est d'accélérer le développement positif de l'EBITDA dans les cinq prochaines années. NH Hoteles mise sur les canaux de distribution électroniques afin de faire progresser les ventes.

Zurich/ Madrid, le 19 juillet 2011 – Après deux années de baisse du prix des chambres, 2010 a été une étape marquante sur la voie d'un redressement du marché mondial. Lors de sa première assemblée générale des actionnaires le 29 juin 2011 à Madrid, Mariano Pérez Claver, nouveau Président du conseil d'administration de NH Hoteles, s'est dit convaincu que ce redressement du marché allait se poursuivre dans les années à venir. Lors de l'assemblée générale, le Président du conseil d'administration a présenté les résultats de l'entreprise au 31 mai 2011. C'est ainsi que l'EBITDA a pu être augmenté de 46 pour cent et porté à 73,3 millions d'euros par rapport aux cinq premiers mois de 2010. Le bénéfice net de NH Hoteles s'élève à 21,7 millions d'euros contre une perte de 41,3 millions d'euros au 31 mai 2010.

Les recettes totales du groupe hôtelier international s'élèvent pour les cinq premiers mois de 2011 à 589,4 millions d'euros, ce qui correspond à une augmentation de 12 pour cent par rapport à la même période de l'année précédente. Ces chiffres confirment le redressement du marché mondial qui avait commencé en 2010. Dans le résultat global, les recettes provenant des activités hôtelières ont pu être augmentées de neuf pour cent par rapport à l'année précédente, avec une augmentation très réjouissante de 15 pour cent au mois de mai 2011.

Ont tout particulièrement contribué à ce développement positif « nos zones commerciales de l'Europe centrale, du Benelux et de l'Amérique latine avec environ 75 pour cent de l'EBITDA de l'entreprise », a souligné Mariano Pérez Claver.

A la fin mars 2011, NH Hoteles a élaboré un plan de mesures pour l'ensemble de l'entreprise qui comprend surtout deux objectifs principaux: la rationalisation des structures de l'entreprise et la réduction des frais généraux au-dessous de la croissance du taux d'occupation moyen. Au 31 mai

Service de presse NH Hoteles Suisse
c/o Primus Communications – Petra Wittmann
Tél.: +41 – (0)44 – 387 57 37 / Fax: +41 – (0)44 – 387 57 38
E-Mail: petra.wittmann@primuscommunications.ch

2011, les frais pour la structure de l'entreprise ont déjà pu être diminués de quatre pour cent (par rapport au 31 mai 2010). Par ailleurs, le groupe hôtelier international s'attend à ce que la productivité poursuive son redressement et – associée à une hausse des frais d'exploitation se situant au-dessous de la croissance du RevPar (chiffre d'affaires par chambre disponible) – à ce que, pour le poste «chiffre d'affaires par rapport au GOP », un taux de conversion de près de 60 pour cent soit atteint.

« Plan initiative 2015 »

Lors de l'assemblée générale des actionnaires a également été présenté le contenu du « Plan initiative 2015 ». Il s'agit en l'occurrence d'un projet global à long terme qui vise à compléter quant au contenu les objectifs individuels de chacun des départements de l'entreprise. Le plan comprend des mesures afin d'optimiser aussi bien les prestations dans la vente et dans les départements de service centraux que celles des structures financières et des secteurs occasionnant des frais. Le Président du conseil d'administration de NH Hoteles est convaincu que ces initiatives contribueront à accélérer la croissance de l'EBITDA dans les cinq prochaines années.

Augmentation de la rentabilité

NH Hoteles a introduit de nouveaux outils de gestion des produits – aussi bien sur le plan général de l'entreprise que dans un nombre considérable d'hôtels NH. En même temps, les structures de gestion ont été renforcées par l'engagement de nouveaux collaborateurs au niveau de la direction afin d'optimiser encore l'adaptation aux nouvelles structures de vente.

Pour des raisons stratégiques, deux zones commerciales jusqu'ici séparées ont été réunies dans la zone « Europe centrale ». En outre, au début de l'année, le nouveau secteur commercial « Resorts » a été créé et les départements du marketing et de la distribution ont été réunis en un département aux pouvoirs accrus.

Canaux de distribution électroniques

Jusqu'au 31 mai 2011, 10,3 pour cent de toutes les réservations ont été effectuées via la page d'accueil de l'entreprise NH Hoteles. Ce chiffre comprend également les augmentations de 12 pour cent, resp. 12,6 pour cent, enregistrées en Espagne et dans les pays du Benelux.

Accent sur l'activité de base

Toutes les ressources et chaque collaborateur s'engagent à obtenir le meilleur rendement possible pour l'activité de base de NH Hoteles, en rationalisant les structures et les frais et en évitant les activités commerciales qui pourraient entraîner un EBITDA négatif.

Service de presse NH Hoteles Suisse
c/o Primus Communications – Petra Wittmann
Tél.: +41 – (0)44 – 387 57 37 / Fax: +41 – (0)44 – 387 57 38
E-Mail: petra.wittmann@primuscommunications.ch

Réduction des engagements par la vente d'actifs immobilisés

L'exercice commercial 2011 sera dominé par deux objectifs clés: garantie d'une nette croissance de l'EBITDA et création de conditions cadres stables pour le refinancement du bilan avec les instituts de crédit participants.

Le plan qui a été lancé en 2010 et qui s'achèvera au cours de l'année 2011 a pour deuxième priorité la cession de participations – actuellement 90 pour cent du plan sont déjà réalisés.

Font, par exemple, partie du projet de cession des participations la convention qui a été passée en mars dernier avec le groupe Costes – NH Hoteles a vendu 33 pour cent de ses participations de l'Hôtel Lotti à Paris – ainsi que ce qu'on appelle l' « Opération Artos » qui concernait huit hôtels NH en Allemagne et deux établissements en Autriche.

Accord stratégique avec le groupe chinois HNA

Le 9 mai 2011, NH Hoteles a conclu un accord étendu avec le groupe chinois HNA.

« L'accord avec HNA est orienté vers les intérêts des deux partenaires contractuels », a expliqué Mariano Pérez Claver lors de l'assemblée générale à Madrid. « Avec cette alliance, NH Hoteles, d'une part, renforce son bilan et, d'autre part, il en résulte aussi de nouvelles possibilités stratégiques et commerciales jusqu'ici inimaginables. »

Un autre point fort de cette alliance est le fait que les moyens financiers résultant de cette augmentation de capital pourront être utilisés pour le versement potentiel d'un dividende pouvant aller jusqu'à 20 millions d'euros pour 2011.

Performance du marché des actions

En dépit de la forte pression sur les marchés des actions, tout particulièrement en juin, le cours de l'action de NH Hoteles au cours de l'année est impressionnant aussi bien en valeur absolue qu'en valeur relative, en particulier par rapport à des entreprises similaires. En outre, il se trouve nettement au-dessus de la courbe de l'index IBEX. Le cours de l'action a en effet progressé de 42 pour cent jusqu'au 31 mai 2011 et de 88 pour cent par rapport à l'année précédente.

En raison des signaux économiques qui étaient déjà décelables en 2010 et qui se sont encore renforcés jusqu'à ce jour, NH Hoteles espère pouvoir cette année verser un dividende à ses actionnaires. A la condition que la croissance reste au niveau qui est le sien actuellement.

NH Hoteles (www.nh-hotels.com) est le troisième plus grand groupe hôtelier d'affaires en Europe et exploite 400 hôtels avec 59'202 chambres dans 25 pays en Europe, en Amérique et en Afrique. A l'heure actuelle, 23 nouveaux projets de NH avec quelque 3'000 chambres sont en développement. En Suisse, le groupe exploite cinq établissements dans les villes de Zurich (aéroport), Genève (aéroport et centre-ville), Lucerne et Fribourg.

NH Hoteles est connu pour ses standards élevés en matière de qualité et de service ainsi que pour son amour du détail dans l'équipement, les restaurants et la technologie. Les hôtels NH sont spécialement destinés aux hommes d'affaires de telle sorte que ceux-ci puissent travailler dans un environnement confortable comme à leur propre bureau ou simplement se sentir comme à la maison. L'entreprise met un accent particulier sur la restauration. Dans chaque établissement est proposée une cuisine de la plus haute qualité. Le chef espagnol Ferran Adrià, fondateur du restaurant El Bulli, a créé expressément pour NH Hoteles de nouveaux concepts F&B: celui qu'on appelle le «nhube» qui combine restauration, divertissement et hôtel ainsi que le «Fast Good». NH Hoteles est conscient de sa responsabilité en tant qu'entreprise vis-à-vis de la société et de l'environnement et propose des prestations hôtelières qui anticipent les besoins actuels et futurs de ses partenaires internes et externes (collaborateurs, clients, actionnaires, fournisseurs, environnement, etc.), des marchés sur lesquels NH est présent et des générations futures avec une attention maximale pour des solutions efficaces et durables.

Le groupe NH est coté à la bourse de Madrid.

Informations complémentaires:
Service de presse NH Hoteles Suisse
c/o Primus Communications, Petra Wittmann
Hammerstrasse 81
CH-8032 Zurich
Téléphone +41 (0)44 387 57 37
Fax +41 (0)44 387 57 38
petra.wittmann@primuscommunications.ch