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 réalise un bénéfice net de l'ordre de 22,5 millions d'euros au premier semestre 2011

Le revenu de l'entreprise dans son ensemble affiche une augmentation de 10,7 pour cent. L'EBITDA se situe à 92,9 millions d'euros et progresse ainsi de 36,7 pour cent par rapport au premier semestre 2010. Le plan de cession de participations lancé en 2010 a également été poursuivi durant les six premiers mois 2011 – ce plan a déjà été réalisé à raison de 90 pour cent. Par ailleurs, un «plan d'initiative 2015» visant à réduire les coûts et à accroître l'efficacité a été introduit.

Zurich/Madrid, le 23 août 2011 – Au 30 juin 2011, les principales données chiffrées révèlent un redressement par rapport aux résultats de 2010. Le résultat net s'est situé à 22,5 millions d'euros contre une perte de l'ordre de 40 millions d'euros au premier semestre 2010. Les recettes totales du groupe hôtelier international s'élèvent, pour les dix premiers mois 2011, à 715,4 millions d'euros (augmentation de 10,7 pour cent par rapport à la même période de l'année précédente). Les mesures que NH Hoteles a appliquées afin, par exemple, de maîtriser les coûts et de renforcer les canaux de vente, ont induit un EBITDA de l'ordre de 92,9 millions d'euros – soit une augmentation de 36,7 pour cent par rapport à la fin juin 2010.

Renforcement de la vente

NH Hoteles a utilisé la première moitié de 2011 pour réorganiser ses structures d'exploitation et de vente afin d'optimiser l'efficacité des procédures de management et de distribution dans quelques unes de ses zones commerciales. C'est ainsi, par exemple, que les deux zones commerciales «Allemagne» et «Europe centrale et de l'Est» ont été réunies dans la nouvelle zone «Europe centrale». Par ailleurs, est venu s'ajouter le secteur «Resorts Europe» – qui comprend actuellement les complexes touristiques en Espagne et en Italie.

NH Hoteles a introduit de nouveaux outils de gestion des produits – aussi bien en ce qui concerne le siège central de l'entreprise que dans un nombre considérable d'hôtels HN. En même temps, les structures de management ont été renforcées par l'engagement de nouveaux collaborateurs au niveau de la direction afin d'optimiser encore les structures de vente. En font partie Mikael Andersson au poste de Chief Commercial Officer, Emilio Consiglieri au poste de Revenue Management Director et un nouveau Sales Director qui sera nommé sous peu.

Le groupe hôtelier international a en outre lancé un «plan d'initiative 2015». Il s'agit en l'occurrence d'un projet mondial à long terme qui vise à améliorer la vente et à optimiser l'efficacité des procédures et la qualité des départements de service. L'objectif stratégique est ici de relancer la vente via les

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

canaux de distribution en ligne (par exemple, les applications mobiles ou le développement en direction des réseaux sociaux et des nouveaux canaux de distribution) et de réduire les coûts liés à l'énergie.

Diminution des engagements par la vente d'actifs immobilisés

Le plan introduit en 2010 afin de céder des participations a également été poursuivi durant les six premiers mois 2011. Actuellement, le plan est déjà réalisé à raison de 90 pour cent (273 millions d'euros). En font partie, par exemple, l'accord qui a été passé en mars dernier avec le groupe Costes – NH Hoteles a vendu 33 pour cent de ses participations à l'Hôtel Lotti à Paris – ainsi que l' «Artos Deal», qui concernait huit hôtels NH en Allemagne et deux établissements en Autriche. Au 30 juin 2011, les engagements de NH Hoteles ont pu être réduits à 1'079 millions d'euros alors qu'ils s'élevaient encore à 1'116 millions d'euros au 31 mars 2011. Ceci doit être attribué à l'obtention d'un cash-flow plus élevé durant le deuxième trimestre 2011. A la fin mars 2011, NH Hoteles a lancé un plan de mesures pour l'ensemble de l'entreprise qui vise surtout à en optimiser les structures et à réduire les frais généraux. Pour le moment, cela a conduit lors du premier semestre 2011 à une augmentation des coûts de l'ordre de 19 millions d'euros. Sans cette dépense extraordinaire, l'EBITDA au 30 juin aurait affiché une augmentation de 64 pour cent.

Réalisation de l'accord avec le groupe HNA à la fin de l'année

Le 15 juillet 2011, NH Hoteles et le groupe chinois HNA ont convenu de prolonger jusqu'au 28 octobre 2011 la période pour la réalisation des conditions préalables indispensables (agrément administratif) à l'augmentation de capital (aux conditions de l'accord signé en mai 2011). Compte tenu de la nécessité de prolonger le délai et pour marquer leur engagement réciproque, les deux entreprises ont convenu d'un système de garantie. Les deux entreprises continuent à travailler en vue d'une joint venture avec pour objectif l'exploitation d'hôtels en Chine. Les premiers touristes chinois sont attendus chez NH Hoteles au dernier trimestre 2011.

Principales données chiffrées de NH Hoteles (Madrid) au 30 juin 2011

NH HOTELES, S.A. AS OF JUNE 30th 2011 P&L ACCOUNT			
(€ million)	6M 2011	6M 2010	2011/2010
TOTAL REVENUES	715.4	646.1	10.7%
GROSS OPERATING PROFIT	238.3	201.7	18.1%
EBITDA	92.9	68.0	36.7%
NET INCOME	22.5	(39.9)	156.3%

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

Le RevPar (recettes par chambre disponible) augmente dans toutes les zones commerciales

A la fin du premier semestre 2011, les taux d'occupation atteignaient 64 pour cent – ce qui représente une augmentation de 4,7 pour cent par rapport à la même période de l'année précédente. Les zones commerciales de l'Amérique latine et de l'Amérique du Sud ainsi que de l'Espagne ont eu le plaisir d'enregistrer une augmentation de 8 pour cent, resp. de 5,2 pour cent.

Toutes les zones commerciales de NH Hoteles ont enregistré des augmentations en ce qui concerne l'indicateur important qu'est le RevPar – le Benelux avec une augmentation de l'ordre de 12 pour cent, l'Europe centrale avec une augmentation de 8,4 pour cent et l'Amérique latine et l'Amérique du Sud avec une augmentation de 13 pour cent, ce qui constitue le meilleur résultat au sein du groupe hôtelier international. Les activités commerciales dans les pays du Benelux ainsi qu'en Italie se sont développées positivement et ont permis de réaliser avec une bonne compression des coûts un chiffre d'affaires plus élevé.

Très positif apparaît le fait que le nombre de voyageurs d'affaires dans les villes où le groupe NH Hoteles est présent ait augmenté. C'est ainsi tout particulièrement que Barcelone, Valence, Milan, Amsterdam, Bruxelles, Düsseldorf, Nuremberg ainsi que Mexico City ont enregistré une nette augmentation du nombre de clients parmi les voyageurs d'affaires et une augmentation des foires et manifestations.

Ouverture de nouveaux hôtels

Au premier semestre 2011, NH Hoteles a ouvert six nouveaux hôtels pour un total de 816 chambres. Par ailleurs, un hôtel existant a été agrandi et sa capacité augmentée de 48 chambres. Il faut ici mettre tout particulièrement en évidence deux hôtels dans la ville italienne de Turin avec 240 chambres resp. 140 qui sont dirigés dans le cadre d'un contrat de management ainsi que l'ouverture du NH Ribera del Manzanares avec 224 chambres à Madrid. L'Hesperia WTC Valencia au Venezuela, qui avait déjà été inauguré lors du dernier trimestre 2010 avec 32 chambres, a vu sa capacité être augmentée de 48 chambres. Après la fin des mesures de transformation, l'établissement disposera au total de 323 chambres.

En outre ont été ouverts un hôtel de 74 chambres à Castellar de la Frontera dans la province de Cadix, en mai un deuxième établissement à Algésiras et en juin un septième hôtel NH à Francfort. NH Hotels exploite ainsi actuellement 400 hôtels avec un total de 59'109 chambres dans 24 pays d'Europe, d'Afrique et d'Amérique latine.

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

Engagement en faveur de l'environnement: consommation d'énergie et émissions

Pour NH Hoteles, son engagement en faveur de l'environnement revêt une importante signification stratégique. L'entreprise concentre principalement son attention sur une approche écologique et durable dans l'ensemble du circuit commercial – de la planification à la réalisation dans l'exploitation quotidienne des hôtels en passant par le design.

En 2008, le groupe hôtelier international a présenté sa stratégie en matière de développement durable et d'efficience énergétique pour la période 2008-2012. Le plan environnemental prévoit de réduire de 20 pour cent d'ici 2012 les émissions de CO_2, la production de déchets ainsi que la consommation d'eau et d'énergie au sein de l'entreprise. L'application de ce plan environnemental ambitieux signifie aussi que NH Hoteles a quatre ans d'avance sur la réalisation des objectifs de l'UE (plan 20-20-20).

Les données chiffrées (hôtels de villes consolidés), qui sont analysées par client et par nuitée, révèlent aussi bien dans le domaine de la consommation que dans celui des émissions un recul considérable. La consommation d'énergie a pu être réduite de onze pour cent par rapport à l'année dernière. Cinq des six zones commerciales ont pu diminuer leur consommation d'énergie de plus de dix pour cent. Par ailleurs, pendant le premier semestre 2011, la consommation d'eau a pu être réduite de 5,8 pour cent par rapport à la même période de l'année précédente.

NH Hoteles (www.nh-hotels.com) est le troisième plus grand groupe hôtelier d'affaires en Europe et exploite 400 hôtels avec 59'109 chambres dans 24 pays en Europe, en Amérique et en Afrique. A l'heure actuelle, 20 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