

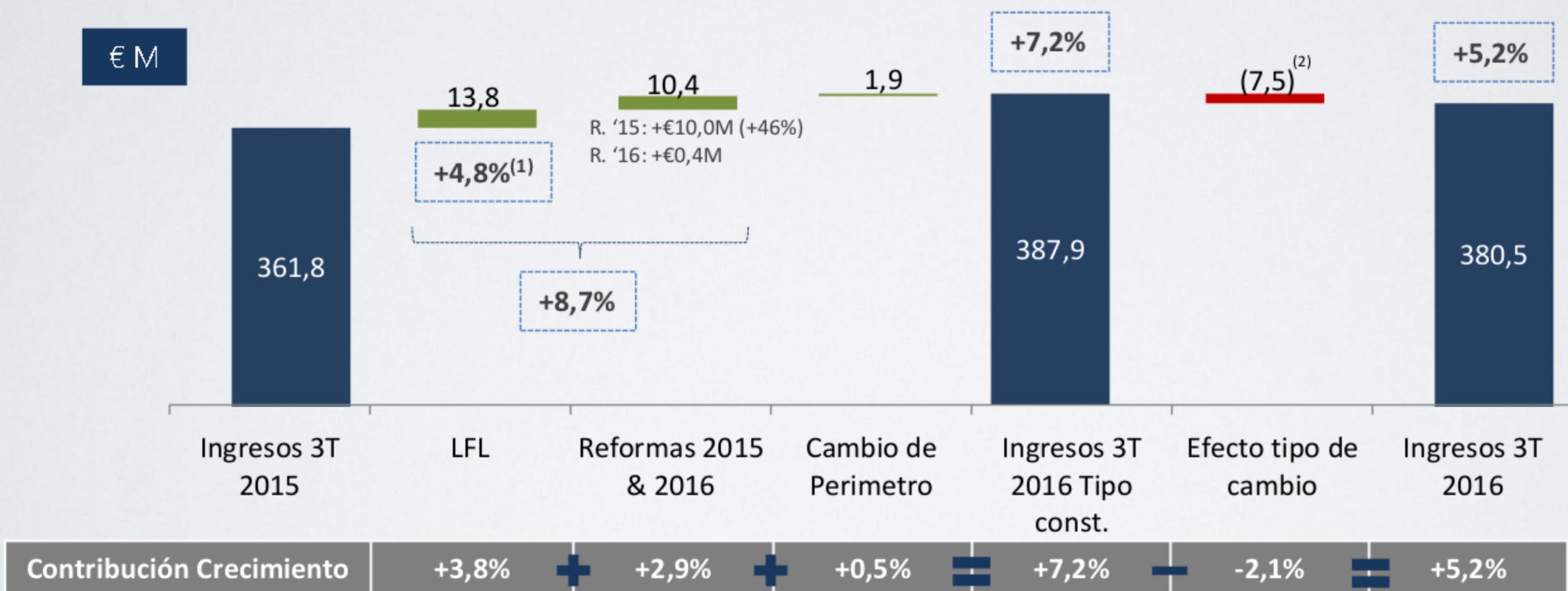
3T 2016 Presentación de Resultados

BUILDING UP THE NEW NH

15 de Noviembre 2016

SOLIDO CRECIMIENTO DE LOS INGRESOS CONTINUA EN 3T 2016

- Los ingresos crecen +5,2% en 3T '16 alcanzando €380,5M (+€18,7M). Aislado el impacto negativo de la divisa (-€7,5M), el crecimiento hubiese sido de +7,2%
- Los ingresos del 3T han estado afectados por:
 - Difícil Comparativa en Italia por el trimestre de mayor peso de la Expo 2015 de Milán: -€10,1M
 - Menor contribución en Bélgica por problemas de seguridad (-€3,8M, -29%) comparado con 3T '15
- El perímetro LFL & Reformas creció +8,7% a tipo de cambio constante (+5,2% reportado)
 - Aislado las reformas, el perímetro LFL crece +4,8% en moneda constante (+2,5% reportado) afectado por comparativa de Milán y la situación de Bélgica

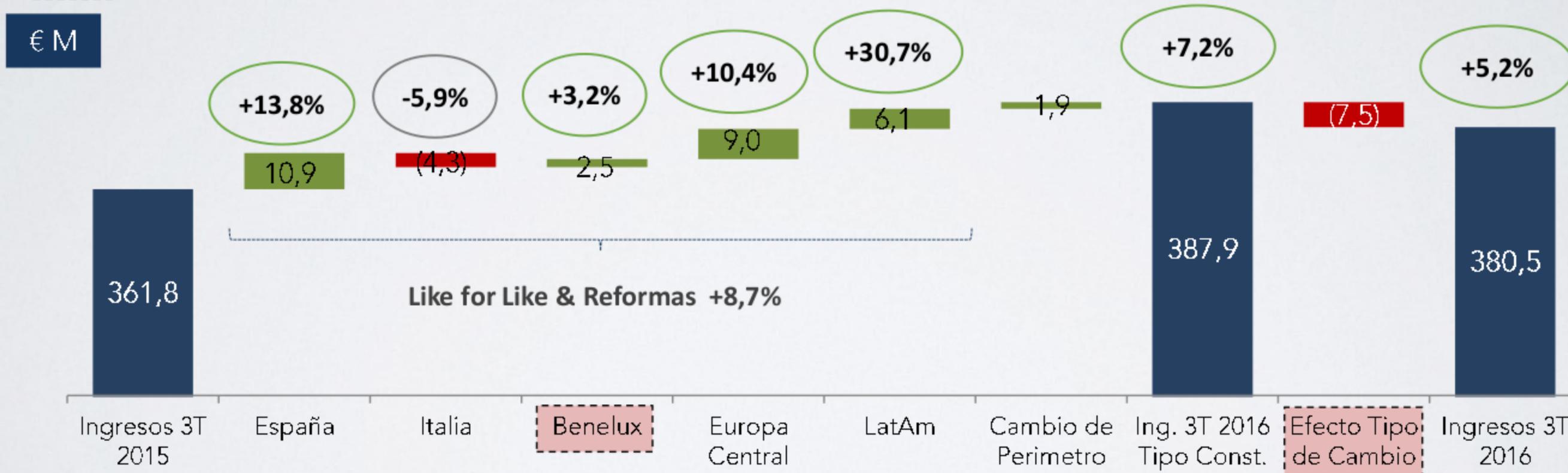


⁽¹⁾ Sobre su base de 2015. A tipo de cambio real el crecimiento es +2,5%

⁽²⁾ -€6,6M en LFL

CRECIMIENTO DE INGRESOS EN LOS PRINCIPALES MERCADOS EN 3T A PESAR DE FACTORES “EXTERNOS”

- España: +13,8% de crecimiento en LFL&R, siendo LFL +11,2% y Reformas +26%. 75% del crecimiento del RevPar a través de ADR. Buen comportamiento de Madrid (+9,2%), Barcelona (+12,4%) y excelente en Valencia (+21,8%)
- Italia: -5,9% en LFL&R debido a que Q3 '15 fue el de mayor contribución de la Expo Milán 2015 con €10,1M en ingresos. Ajustando dicho evento, los ingresos hubiesen crecido +9,4% por el buen comportamiento de Roma LFL (+€0,7m,+8%) y ciudades secundarias
- **Benelux**: crecimiento de +3,2% en ingresos LFL&R a pesar de la menor contribución de los hoteles en Bélgica, tanto en perímetro LFL (-€1,4m, -19%) y las reformas (-€2,4M, -45%), en su totalidad compensado por un mejor comportamiento en Holanda tanto en LFL (+€2,1M, +5%) y perímetro de reformas (+€3,1M, +21%). Aislado las reformas, el perímetro LFL de Benelux creció +1,5%
- Europa Central: los ingresos crecen +10,4% en LFL&R con una mejora de los precios +8,6% (70% del crecimiento del RevPar). Excluyendo las reformas, el perímetro LFL crece +4,7%
- **LatAm**: continua la tendencia muy positiva en moneda local en todos los mercados (+30,7%) pero afectado negativamente por la divisa

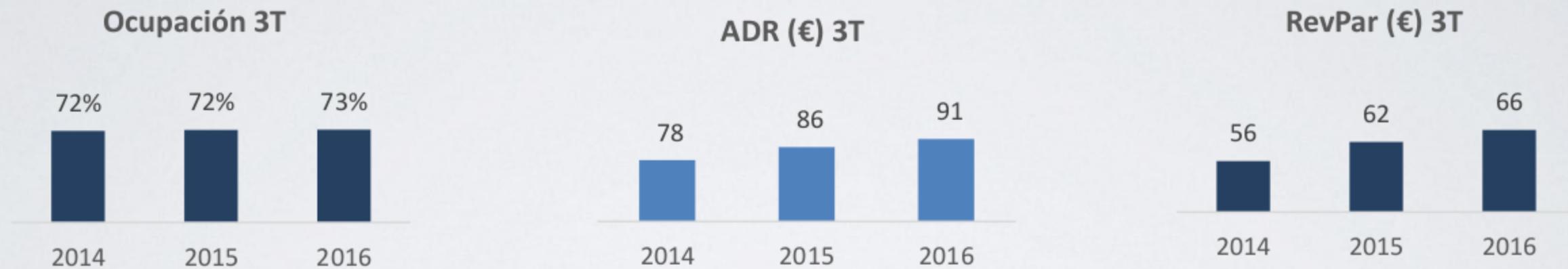


	Factores “Externos”					Cambio de Perímetro	Ex- Divisa	Reportado
	España	Italia	Benelux	Europa Central	LatAm			
Ingresos LFL	+11,2%	-6,6%	+1,5%	+4,7%	+28,9%		+4,8%	+2,5%
Total Ingresos	+11,4%	-2,8%	+5,9%	+9,4%	+16,0%		+7,2%	+5,2%

MEJORA SUSTANCIAL EN LA EVOLUCION DEL REVPAR Y MEJOR QUE LOS COMPETIDORES

➤ El 3T confirma la estrategia del crecimiento del RevPar en el año vía ADR:

- RevPar: +6,1% (95% a través de ADR)
- ADR: alcanzando los €91, representando un incremento de +5,8% (+€5,0)
- Ocupación: se mantiene en niveles altos siendo temporada media en julio, baja en agosto y alta en Septiembre



➤ Incremento de precios superior a los competidores:

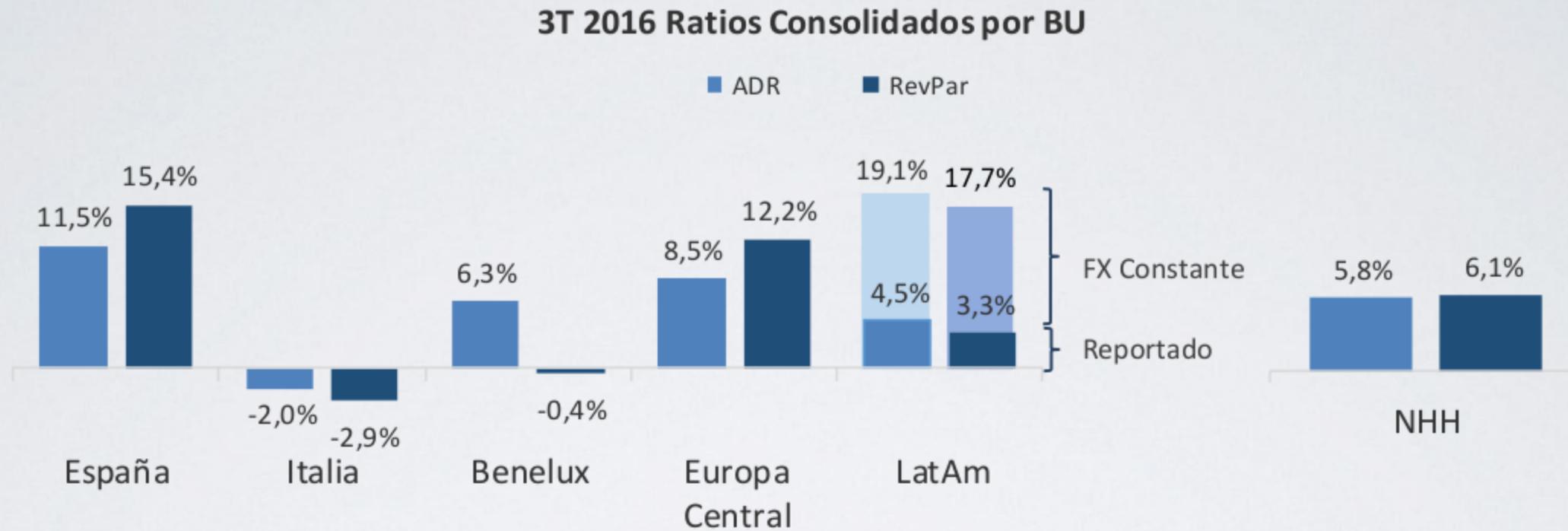
- +1,3 puntos de mayor crecimiento en precios relativos a los competidores directos
- En Italia la estrategia en la ciudad de Milán es continuar manteniendo el superior RGI a través de volumen, por haber crecido los precios en el 2015 más que los competidores (+5,8% puntos porcentuales). El RGI de Italia en el 3T sigue en 101,6
- Destaca el comportamiento en Benelux con un crecimiento de precios de +4,6% vs. -2,2% del set competitivo. NH continua ganando cuota de mercado en Ámsterdam (ADR Relativo +3p.p; RevPar relativo +6p.p) y Bruselas (ADR Relativo +12p.p; RevPar relativo +1p.p)

3T	ADR % var		ADR "Relativo"
	NH	Compset	Var
Total NHH	0,6%	-0,7%	1,3 p.p
España	12,1%	6,1%	6,0 p.p
Italia	-16,2%	-10,6%	-5,7 p.p
Benelux	4,6%	-2,2%	6,8 p.p
Europa Central	6,9%	3,5%	3,5 p.p

Fuente: STR/MKG/Fairmas Crecimiento medio del set competitivo

NOTABLE CRECIMIENTO EN ESPAÑA Y EUROPA CENTRAL Y MEJOR EVOLUCIÓN DE OTROS INGRESOS RESULTANDO EN...

- Destaca el crecimiento de RevPar de doble dígito en España, Europa Central y Latam a tipo de cambio constante:



RevPar LFL	+13,5%	-7,7%	-2,7%	+6,6%	-4,4% / +23,9% FX constante
------------	--------	-------	-------	-------	--------------------------------

- Los ingresos de habitaciones crecieron +5,5%
- Los ingresos de restauración y los otros ingresos crecieron a una tasa similar (+4,3%), lo que permite al Grupo reportar un crecimiento de los ingresos totales en 3T de +5,2% (+7,2% a tipo de cambio constante)
- +22% de crecimiento de los ingresos de la página web en los primeros nueve meses del año. El programa de fidelización superó los 6,5M miembros (+28%)

+27% CRECIMIENTO DE EBITDA CON UNA MEJORA DE MARGEN DE +2,3 PUNTOS EN 3T Y +1,8 EN 9M

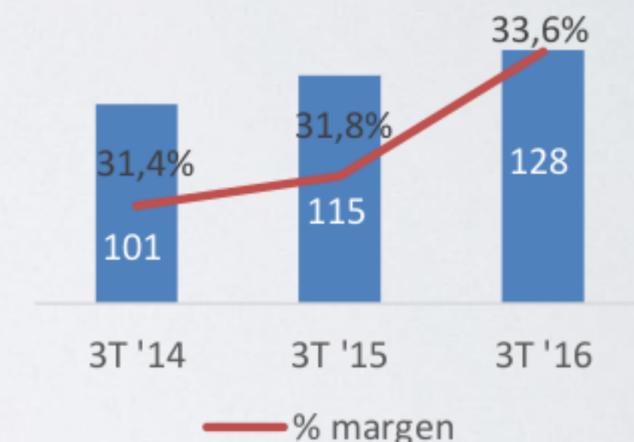
NH HOTEL GROUP CUENTA DE PYG								
(millones de €)	3T 2016	3T 2015	Var.		9M 2016	9M 2015*	Var.	
	M Eur.	M. Eur	M. Eur	%	M Eur.	M. Eur	M. Eur	%
TOTAL INGRESOS	380,5	361,8	18,7	5,2%	1.095,5	1.027,1	68,4	6,7%
Coste de Personal	(130,2)	(127,9)	(2,3)	1,8%	(384,7)	(372,0)	(12,7)	3,4%
Gastos Directos de Gestión	(122,2)	(118,6)	(3,6)	3,0%	(356,3)	(336,7)	(19,6)	5,8%
BENEFICIO DE GESTIÓN	128,0	115,2	12,8	11,1%	354,6	318,4	36,1	11,3%
Arrendamientos y Contribución Urb.	(76,5)	(74,7)	(1,8)	2,4%	(230,0)	(220,6)	(9,4)	4,3%
EBITDA ANTES DE ONEROSOS	51,5	40,6	11,0	27,1%	124,6	97,9	26,7	27,3%
Margen % de Ingresos	13,5%	11,2%		2,3%	11,4%	9,5%		1,8%

* Incluye Hoteles Royal desde el 4 de marzo de 2015

3T

- El EBITDA alcanzó los €51,5M (+27,1%) con un margen de 13,5% (11,2% en 3T '15), a pesar de la alta contribución de la Expo de Milán en 3T '15 (+€10,1M en ingresos, +€7,8M en EBITDA), el comportamiento débil en Bélgica en el trimestre (-€3,8M en ingresos, -€1,5M en EBITDA), el impacto negativo de la divisa (-€7,5M en ingresos, -€1,2M en EBITDA) y por último el efecto contable de la linealización de alquileres (-€1,8M) clasificada como no recurrente en 2015
- +1,8% de subida en coste de personal por mayor nivel de actividad en España y Europa Central
- El aumento de +3,0% en gastos directos de gestión se explica en su totalidad por mayores comisiones vinculadas a la mejora del negocio y a la evolución de los canales de venta
- Incremento de alquileres de +€1,8M en 3T teniendo en cuenta los cambios de perímetro (+€0,7M), el impacto contable de la linealización (+€1,8M) y componentes variables de los contratos minorados por la reducción de rentas fijas

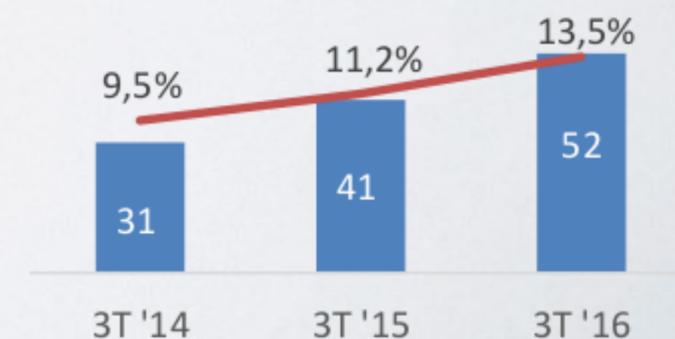
GOP 3T (€M)



9M

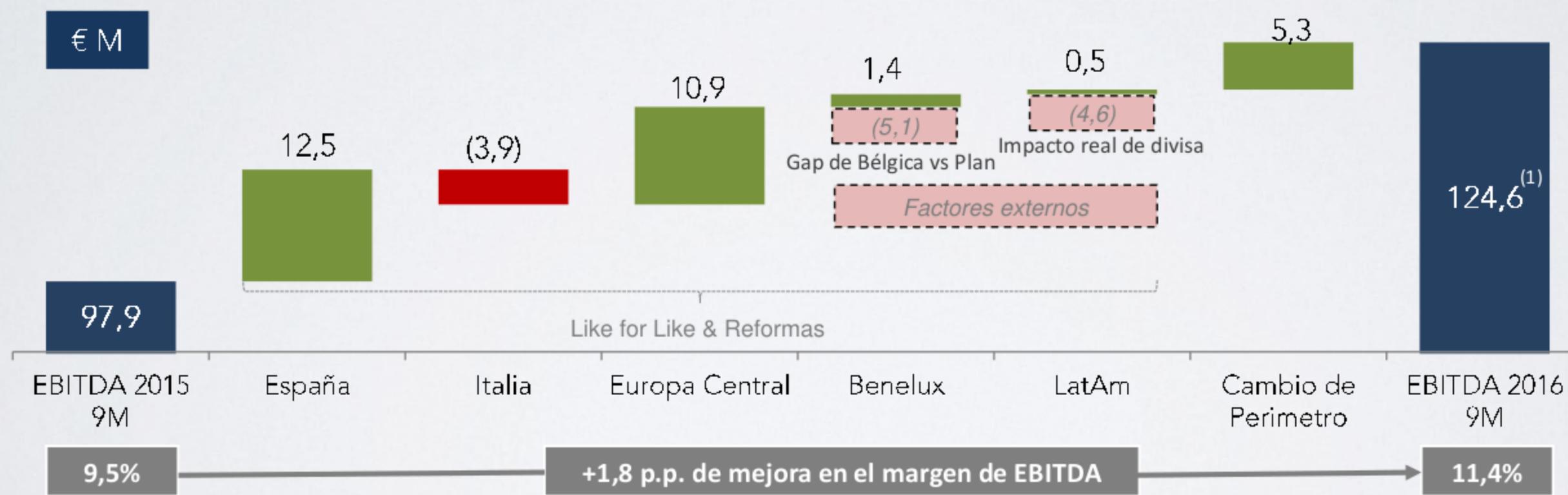
- El EBITDA alcanza €124,6M, implicando un mejora de +27,3% y una conversión del 39%
- Mejora del margen de EBITDA en +1,8 puntos, desde 9,5% en 2015 hasta 11,4% en 2016
- Ajustando las indemnizaciones (+€0,8M) y la linealización de rentas (+€5,0M) la conversión proforma alcanza el 47% en 9 meses

EBITDA antes de onerosos 3T(€M)



CRECIMIENTO DE EBITDA Y MEJORA DEL MARGEN EN 9M A PESAR DE FACTORES “EXTERNOS”

- España: el EBITDA alcanzó €23,3M, lo que representa una mejora de +€12,5M (50% por LFL y 50% por reformas del 2015)
- Italia: reducción de -€3,9M por la contribución de -€10,0M de EBITDA (-€13,3M en ingresos) por la Expo de Milán en los primeros 9 meses de 2015, en parte compensados por el buen comportamiento de Roma y ciudades secundarias
- Europa Central: el buen calendario de ferias en Alemania permite que los ingresos crezcan +8,2%, mostrando una mejora de EBITDA de +€10,9M
- **Benelux**: menor contribución de Bélgica en 9M vs plan del periodo (-€5,1M en EBITDA, -56%) y vs 9M '15(-€3,2M ó -44%). El coste de oportunidad de los hoteles en reformas durante 2016 es de -€4,4M, compensados por una mejora de +18% en el EBITDA de Holanda LFL
- **LatAm**: -€4,6M de impacto negativo por divisa a nivel de EBITDA de los -€27,9M en ingresos
- Cambio de perímetro: +€3,0M de mayor contribución de Hoteles Royal y +€2,0M en España por salida de hoteles en alquiler con contribución negativa. El impacto positivo en ingresos de las nuevas aperturas (+€18,3M en 9M), principalmente en Italia, no se refleja en EBITDA (+€0,4M en 9M) durante los primeros años



- Los factores externos han continuado durante el mes de Octubre, minimizados a nivel de Beneficio Neto Recurrente
- Adicionalmente la ejecución de la reformas del año, en Benelux y Alemania, se han realizado según el calendario previsto para recoger el “Ramp up” en 2017.

⁽¹⁾ Incluye -€5,0M de linealizaciones y -€0,8M de indemnizaciones (no recurrentes en 2015). Ajustando ambos impactos la conversión proforma a EBITDA en 9M alcanza 47% (39% reportado)

BENEFICIO RECURRENTE POSITIVO EN 9M CON MEJORA SUSTANCIAL EN 3T

NH HOTEL GROUP CUENTA DE PYG								
(millones de €)	3T 2016	3T 2015	Var.		9M 2016	9M 2015*	Var.	
	M. Eur	M. Eur	M. Eur	%	M. Eur	M. Eur	M. Eur	%
EBITDA ANTES DE ONEROSOS	51,5	40,6	11,0	27,1%	124,6	97,9	26,7	27,3%
Margen % de Ingresos	13,5%	11,2%		2,3%	11,4%	9,5%		1,8%
Reversion Provisión C. Onerosos	1,2	2,4	(1,2)	(48,3%)	4,2	7,7	(3,5)	(45,1%)
EBITDA CON ONEROSOS	52,8	43,0	9,8	22,8%	128,8	105,5	23,2	22,0%
Amortizaciones	(25,7)	(24,0)	(1,7)	7,3%	(75,3)	(69,9)	(5,4)	7,8%
EBIT	27,1	19,0	8,1	42,4%	53,4	35,6	17,8	50,0%
Gastos Financieros Netos	(12,9)	(12,8)	(0,2)	1,4%	(37,0)	(35,0)	(1,9)	5,5%
Resultados Puesta en Equivalencia	(0,2)	0,3	(0,5)	(151,5%)	(0,0)	0,3	(0,3)	(107,7%)
EBT	14,0	6,6	7,4	112,2%	16,4	0,9	15,6	1811,6%
Impuesto sobre Sociedades	(3,1)	(0,7)	(2,4)	326,7%	(9,2)	(6,3)	(2,9)	46,5%
Resultado antes de Minoritarios	10,8	5,8	5,0	85,4%	7,2	(5,4)	12,7	233,5%
Intereses Minoritarios	(0,9)	(1,1)	0,2	(20,4%)	(2,7)	(2,3)	(0,5)	20,2%
RESULTADO NETO recurrente	10,0	4,8	5,2	109,3%	4,5	(7,7)	12,2	158,4%
EBITDA no recurrente	7,6	(6,5)	14,1	n.a.	42,1	(13,5)	55,6	n.a.
Otros elementos no recurrentes	(5,8)	5,2	(11,0)	n.a.	(25,1)	7,3	(32,4)	n.a.
RESULTADO NETO incluyendo no-rec.	11,8	3,5	8,3	236,8%	21,5	(13,9)	35,4	254,9%

* Incluye Hoteles Royal desde el 4 de marzo de 2015

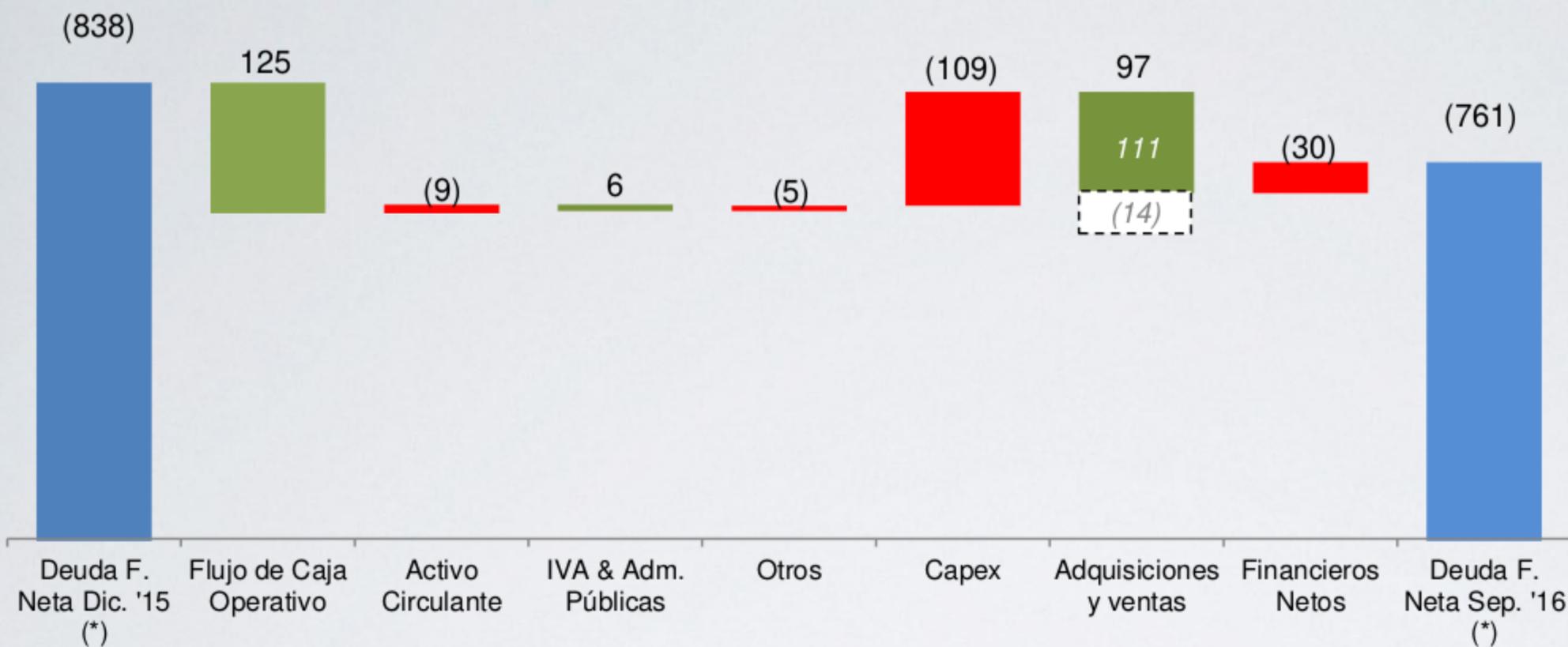
3T

- Mejora en Beneficio Neto recurrente de +€5,2m alcanzado €10,0M por la mejora del negocio y a pesar de:
 - Mayor depreciación por reformas (-€1,7M)
 - Mayor gasto de impuesto de sociedades (-€2,4M) por incremento de EBT en parte compensados por incentivos y pérdidas fiscales activadas
- La variación del no recurrente se explica por las plusvalías de las ventas de activos no estratégicos y el impacto no caja de las amortizaciones aceleradas de los gastos de formalización de la deuda refinanciada en 3T' 16 (-€3,4M)

9M

- Beneficio positivo recurrente de €4,5M comparado con la pérdida de -€7,7M en 2015, representando una mejora de +€12,2M. Incluyendo la contribución de la actividad no recurrente, en gran parte por la venta de activos no estratégicos, el Beneficio Neto total alcanzó €21,5M, que compara con la pérdida de -€13,9M en el mismo periodo de 2015

GENERACION DE CAJA EN EL PERIODO POR CAPEX FINANCIADO CON VENTA DE ACTIVOS



30 Septiembre 2016
 Deuda Financiera Bruta: (€903M)
 Caja: €142M
 Deuda Financiera Neta: (€761M)

(*) DFN excluyendo los ajustes contables de la parte del bono convertible registrado como Equity, gastos de formalización e intereses devengados. Incluyendo estos ajustes contables la DFN sería (€739M) a 30 de sept. 2016 y (€809M) a 31 dic. 2015.

- €76M de reducción de deuda financiera neta en los primeros 9 meses del año por la favorable generación de caja en el periodo y por un capex financiado por las ventas de activos no estratégicos
- Generación positiva de caja en los primeros 9 meses:
 - (+) Flujo de caja operativo de +€125M, incluyendo -€10,6M de gastos de tarjetas de crédito e impuestos pagados por -€7,4M
 - (-) Variación del circulante: el pago excepcional a proveedores, vía confirming, explica principalmente la inversión del periodo. El periodo medio de cobro pasa de 36 días en Dic. '15 a 27 días a Sept. '16
 - (+) Devoluciones de IVA +6M
 - (-) Otros: principalmente explicado por autocartera e indemnizaciones de negocio
 - (-) Inversiones en Capex: -€109M
 - (+) Ventas de Activos por +€111M. Contribución de la JV China (-€4,1m) y Opción de Venta de Donnafugata (-€10,3M)
 - (-) Financieros netos incluye -€4,5M que hacen referencia a la reciente refinanciación (pendiente -€4,5M in Q4)

REFINANCIACION, MEJORA DE RATING Y STATUS VENTA DE ACTIVOS NO ESTRATEGICOS

➤ Refinanciación:

- Emisión de un bono senior garantizado a 7 años por importe de €285M con vencimiento en 2023 para refinanciar deuda bancaria existente adelantando vencimientos de 2017/2018:
 - ✓ Extender los vencimientos y dotar de mayor flexibilidad financiera y operativa
 - ✓ Incluir mayor flexibilidad en el paquete de garantías en base al desapalancamiento
 - ✓ Cupón del 3,75%
- Suscripción de una línea de crédito sindicada a L/P “RCF” (3 +2 años) con extensión automática con refinanciación del Bono HY 2019:
 - ✓ Aumenta la liquidez del Grupo soportando la mejora del Rating
 - ✓ “Pari-passu” con el actual Bono HY vto. 2019 y el nuevo Bono HY vto. 2023 (asegurando solo parte dispuesta del RCF)

➤ Mejora del Rating corporativo:

 Asignación de rating B2 reflejando “el plan de transformación, la mejora de la liquidez y el enfoque asset-light” (27 julio, 2016)

 Mejora del rating corporativo a 'B' en base “a la mejora operativa y liquidez adecuada” (1 agosto, 2016)

 Mejora del rating corporativo a 'B' en base a “mejora de liquidez y mejor comportamiento estructural” (30 septiembre, 2016)

➤ Venta de activos:

- Del objetivo de desinversión de €140M, a 30 de septiembre, se han cerrado transacciones por importe de €125M (€111M de caja en 2016 y €14M en 2017) alcanzando el 90% del objetivo
- La pérdida de EBITDA en base anual para el objetivo del año es de €6-7M y de los cuales para las operaciones ya firmadas es de €3,5-4M

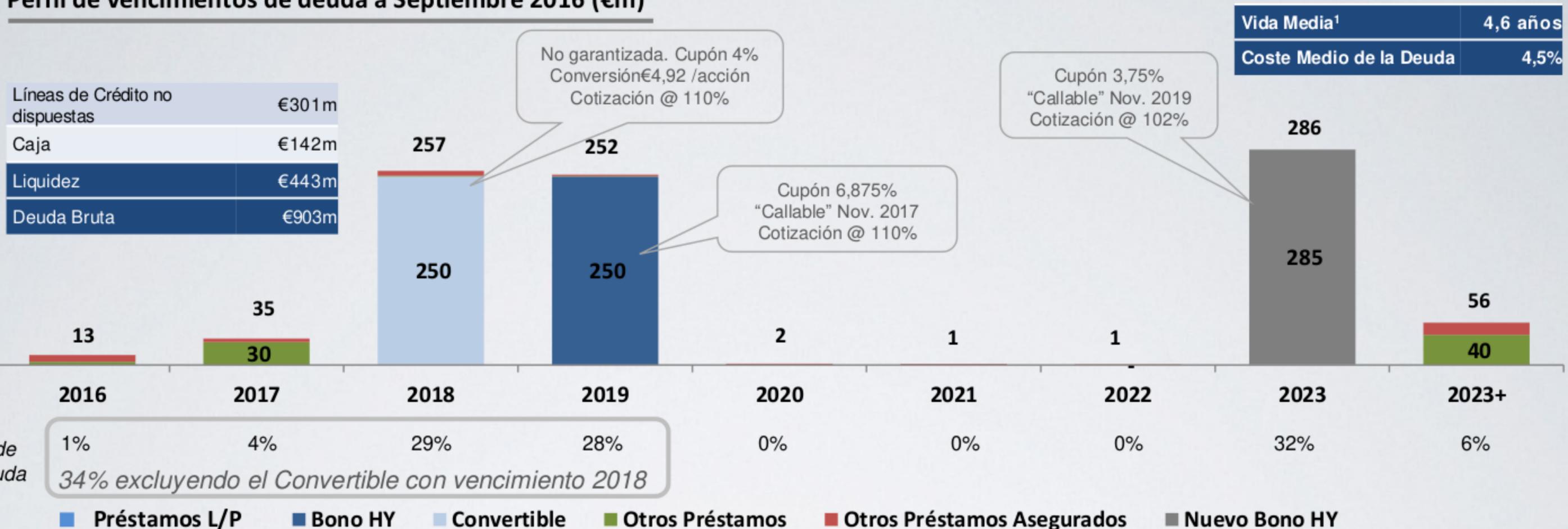
➤ Objetivo de desapalancamiento:

- Tomando como referencia los últimos 12 meses, el ratio de apalancamiento se reduce de 5,6x a 31 dic. '15 a 4,3x a 30 sept. '16

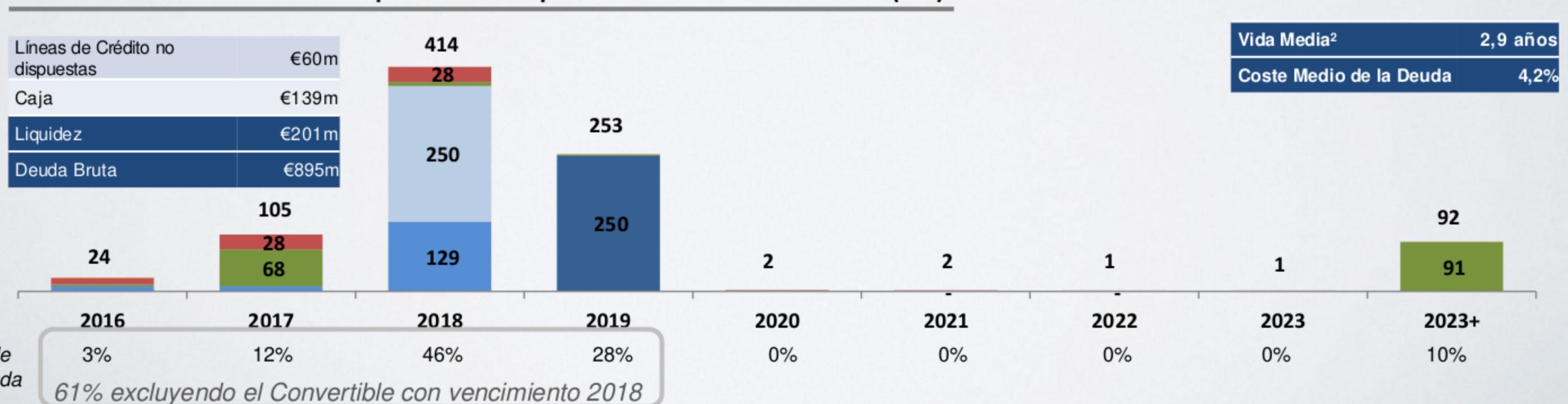
	Dic. 2015	Sept. 2016
Deuda Financiera Neta	838	761
DFN/LTM EBITDA	5.6x	4.3x

ANEXO: CALENDARIO DE VENCIMIENTOS DE DEUDA TRAS LA REFINANCIACION

Perfil de vencimientos de deuda a Septiembre 2016 (€m)



Perfil de vencimientos de deuda pro forma a Septiembre SIN la Refinanciación (€m)



¹ Excluye Préstamo subordinado de €40M con vencimiento en 2037 / ² Excluye Préstamos subordinados de €75M con vencimiento en 2037

DISCLAIMER

This presentation has been produced by NH Hotel Group S,A (“NH Hotel Group”), and it is provided exclusively for information purposes. By receiving or by reading the presentation slides, you agree to be bound by the following limitations.

This presentation does not constitute or form part of and should not be construed as, an offer to sell or issue or the solicitation of an offer to buy or acquire securities of NH Hotel Group in any jurisdiction or an inducement to enter into investment activity., No part of this presentation, nor the fact of its distribution, should form the basis of, or be relied on in connection with, any contract or commitment or investment decision whatsoever, Historical results of NH Hotel Group do not necessarily indicated or guarantee future results.

This presentation does not purport to be all-inclusive or to contain all of the information that a person considering an investment in the securities of NH Hotel Group may require to make a full analysis of the matters referred to herein. Each recipient of this presentation must make its own independent investigation and analysis of the securities and its own determination of the suitability of any investment, with particular reference to its own investment objectives and experience and any other factors which may be relevant to it in connection with such investment.

The information contained in this presentation has not been independently verified. No representation, warranty or undertaking, express or implied, is made as to, and no reliance should be placed on, the fairness, accuracy, completeness or correctness of the information or the opinions contained herein.

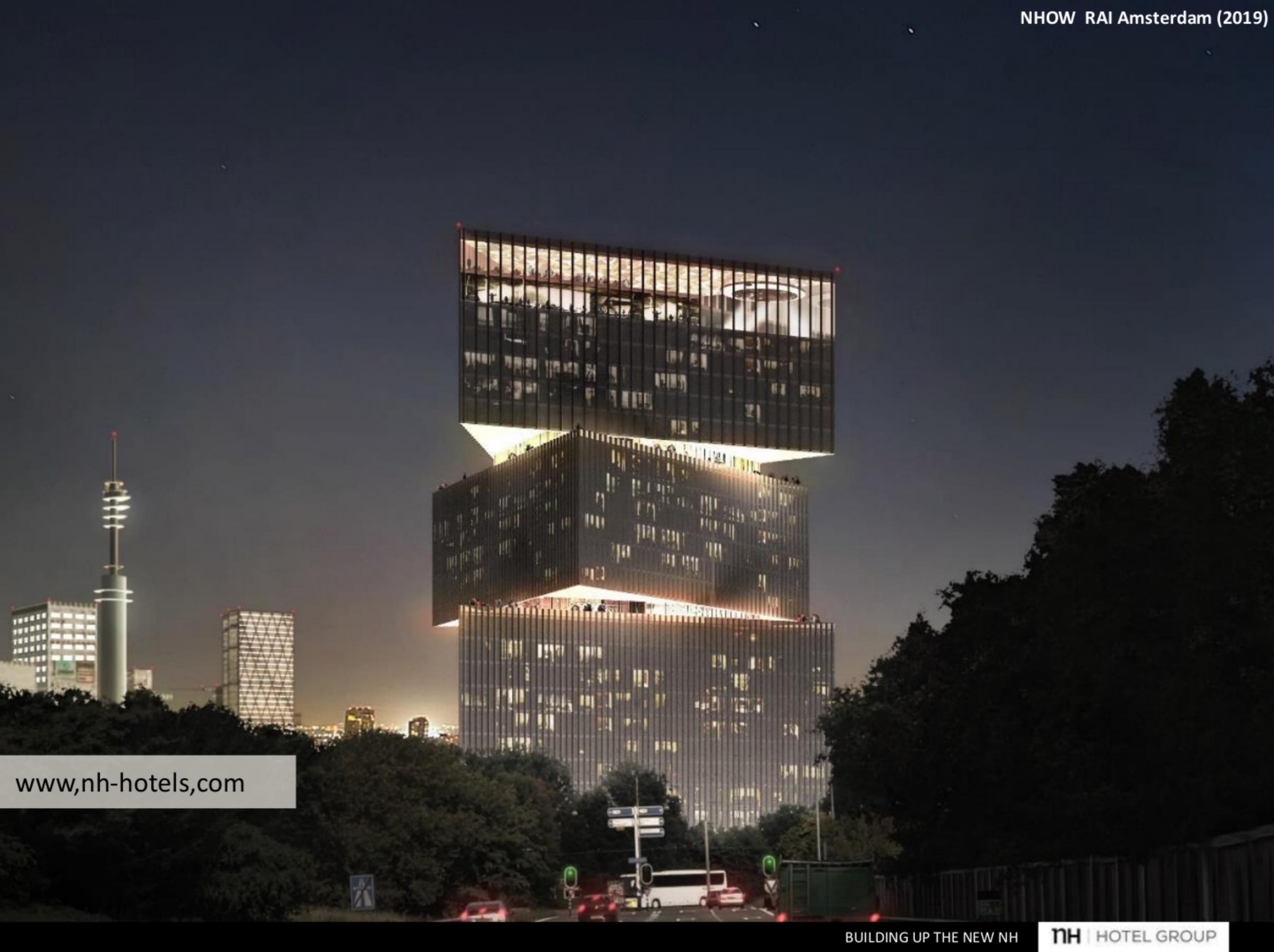
This presentation includes “forward-looking statements,” These statements contain the words “anticipate,” “believe,” “intend,” “estimate,” “expect”, “aspire” and words of similar meaning. All statements other than statements of historical facts included in this presentation, including, without limitation, those regarding NH Hotel Group’s financial position, business strategy, plans and objectives of management for future operations (including development plans and objectives relating to NH Hotel Group’s projects and services) are forward-looking statements. Such forward-looking statements involve known and unknown risks, uncertainties and other important factors that could cause the actual results, performance or achievements of NH Hotel Group to

be materially different from results, performance or achievements expressed or implied by such forward-looking statements, Such forward-looking statements are based on numerous assumptions regarding NH Hotel Group’s present and future business strategies and the environment in which NH Hotel Group will operate in the future, These forward-looking statements speak only as at the date of this presentation, Each of NH Hotel Group, other relevant Group entities and their respective agents, employees and advisers, expressly disclaims any obligation or undertaking to update any forward-looking statements contained herein.

Any assumptions, views or opinions (including statements, projections, forecasts or other forward-looking statements) contained in this presentation represent the assumptions, views or opinions of NH Hotel Group as at the date indicated and are subject to change without notice, All information not separately sourced is from internal Issuer data and estimates.

The statements and forecasts included in this document do not constitute testimony or guarantees, express or implied, on behalf of NH Hotel Group, its board members or directors.

Neither NH Hotel Group, 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.



[www,nh-hotels.com](http://www.nh-hotels.com)