

A LA COMISIÓN NACIONAL DEL MERCADO DE VALORES

En cumplimiento de los deberes de información previstos en el artículo 227 del texto refundido de la Ley de Mercado de Valores aprobada por Real Decreto Legislativo 4/2015, de 23 de octubre, y normativa complementaria, NH Hotel Group, S.A. (en adelante, “**NH Hotel Group**” o la “**Sociedad**”) pone en conocimiento de la Comisión Nacional del Mercado de Valores

OTRA INFORMACIÓN RELEVANTE

Con motivo de la celebración de la Junta General Ordinaria de Accionistas durante el día de hoy, remitimos para su puesta a disposición del público en general los siguientes documentos:

- Intervención del Presidente del Consejo de Administración, D. Alfredo Fernández Agras.
- Presentación del Consejero Delegado, D. Ramón Aragonés Marín.

Madrid, 16 de julio de 2020

Carlos Ulecia
Secretario General y del Consejo

INTERVENCIÓN DE D. ALFREDO FERNÁNDEZ AGRAS, PRESIDENTE DEL CONSEJO DE ADMINISTRACIÓN

Estimados Accionistas,

Tras dos ejercicios consecutivos alcanzando cifras récord y un inicio de 2020 donde empezábamos a ver los frutos de nuestra integración con Minor, el panorama ha cambiado drásticamente desde hace unos meses. Nadie podía sospechar a principios de año que nos veríamos sometidos a una prueba de cambio tan aguda y acelerada como la provocada por los efectos de la pandemia por el COVID-19. Su impacto no tiene precedentes globales en la historia reciente, afecta a todos y muy especialmente a nuestro sector.

Las directrices de los gobiernos respecto a la restricción de las actividades económicas y las limitaciones de movilidad supusieron el cierre temporal de los hoteles. Casi el 95% de nuestros establecimientos hoteleros suspendieron su actividad desde finales de marzo, y los que permanecieron abiertos lo hicieron como hoteles de guardia para colectivos de servicios esenciales y otros con fines solidarios. Quiero agradecer en este punto a todos nuestros empleados y colaboradores la responsabilidad y compromiso que han demostrado para contribuir en la gestión de la crisis sanitaria con numerosas iniciativas sociales.

Desde que comenzó la fase de incertidumbre a finales de febrero, el Grupo inició la implementación de un relevante plan de contingencia para adaptar el negocio y garantizar su sostenibilidad. Entre las medidas implementadas se redujeron los gastos operativos a través de ajustes temporales de personal, se paralizaron las inversiones en marketing y se acordaron renegociaciones en los hoteles bajo contratos de alquiler. Adicionalmente, se activaron diversas medidas encaminadas a preservar y reforzar la liquidez para afrontar las necesidades operativas en el medio plazo, entre las que destacan, la disposición de líneas de crédito y la firma de un préstamo sindicado con vencimiento en 2023 por importe de €250 millones.

El impacto de la crisis sanitaria representa el mayor desafío al que nos hemos enfrentado y está midiendo nuestra fortaleza. No obstante, y si me lo permiten, me gustaría destacar que la oportuna transformación operativa y financiera lograda en años anteriores, unida a las medidas implementadas desde el comienzo de la crisis, nos ha permitido abordar los peores meses de este difícil contexto global.

No hay que olvidar el gran esfuerzo, que comentará en detalle a continuación el consejero delegado, en adecuar nuestros hoteles a los mayores estándares de seguridad sanitaria para nuestros clientes, lo que nos ha permitido lograr en este periodo algunos contratos relevantes con grandes corporaciones y organismos deportivos.

Volviendo al ejercicio en cuestión de esta Junta, me gustaría comenzar con un breve resumen del entorno económico general y sectorial en que se enmarcó un año excelente para nuestra compañía.

Durante el pasado ejercicio, la actividad económica mundial mantuvo un ritmo de crecimiento del +2,9%, inferior al de 2018 que fue del +3,6%. Más concretamente, en la zona Euro la tasa de crecimiento para 2019 fue del +1,3%, inferior a la de 2018 que fue de +1,9%.

La incertidumbre en torno al Brexit, el colapso del tour-operador Thomas Cook, las tensiones geopolíticas y sociales y la menor velocidad de desarrollo de la economía global hicieron que el crecimiento fuera más lento en 2019 en comparación con las excepcionales tasas de crecimiento de 2017 y 2018.

Esta ralentización afectó sobre todo a las economías avanzadas. En Europa, el crecimiento de llegadas internacionales fue del 4%, algo inferior al de los años anteriores, pero siguió a la cabeza con 743 millones de turistas internacionales el pasado año, lo que se traduce en el 51% del mercado mundial.

Sin embargo, 2020 va a ser un año muy diferente. Las últimas proyecciones del Fondo Monetario Internacional del mes de junio indican un declive sin precedentes de la actividad mundial con una recuperación incierta debido a la pandemia por COVID-19, y apuntan a una caída del crecimiento económico mundial del -4,9%. La pandemia ha tenido un impacto más negativo que lo previsto en la actividad económica en el primer semestre de 2020 y la recuperación será, según las estimaciones, más gradual de lo que se había pronosticado. Se estima que en 2021 el crecimiento mundial alcance el +5,4%.

Para la zona Euro, el FMI espera una caída de su economía del -10,2% este año con una recuperación del 6,0% el año próximo, y para España, el organismo pronostica una caída del PIB del -12,8% con un crecimiento del 6,3% en 2021.

Estas pésimas expectativas exigen, para su adecuada y rápida corrección, de la colaboración de todos, y en particular una coordinación óptima entre gobiernos y empresas, para que, desde la confianza y respeto, se trabaje en soluciones prácticas consensuadas que tengan en cuenta la realidad del mercado y la sociedad en que vivimos.

Poniendo el foco ahora sobre nuestra Compañía, creo con sinceridad que NH ha sabido adaptarse en los últimos años y está mucho mejor preparado para superar esta situación que en la anterior crisis de 2013. Durante estos ejercicios, el Grupo acometió con éxito un ambicioso plan de reestructuración y modernización, puesto en marcha con sintonía entre el Consejo de Administración y el equipo directivo, que nos convirtió en tiempo récord en un caso de éxito y en una auténtica referencia internacional por posicionamiento, eficiencia y perspectivas. Los resultados del ejercicio 2019 así lo demostraron. Sin lugar a duda, un ejercicio de gestión y responsabilidad extraordinario en un ejercicio histórico para la Compañía.

El pasado año superamos los objetivos fijados al inicio de 2019, tanto del EBITDA como el Beneficio Neto Recurrente que posteriormente detallará el Consejero Delegado. Esto fue debido a un crecimiento de los ingresos acompañado del control de costes. Respecto a la solvencia financiera, la generación de caja del año 2019 permitió financiar las inversiones del periodo y mantener un bajo nivel de Deuda Financiera Neta junto a una sólida posición de caja reforzada por líneas de crédito no dispuestas.

Por otro lado, durante 2019 se inició una fluida colaboración con nuestro accionista de referencia Minor International, que ya se ha materializado en numerosas oportunidades de negocio para el Grupo.

A principios del ejercicio, aprobamos la suscripción de un acuerdo con Minor International, cuyo texto tenía como objetivo establecer un marco transparente de relaciones entre ambos grupos, siguiendo las mejores prácticas de gobierno corporativo. El acuerdo estableció el marco de relación entre NH Hotel Group y Minor International; la delimitación de las respectivas zonas geográficas y segmentos de mercado preferentes para las dos compañías; y el establecimiento de un protocolo para la aprobación de sus mutuas operaciones empresariales.

Desde entonces, ambos grupos hemos trabajado conjuntamente en numerosas iniciativas encaminadas a aprovechar las sinergias comerciales y operativas, como la integración en nuestra

operativa del portfolio de Minor Hotels en Portugal, la mayoría operados bajo la marca Tivoli, o la oportunidad de que NH Hotel Group entrase en el segmento de lujo en Europa a través de la marca Anantara. Una oportunidad que supondrá un salto cualitativo relevante en 2020, gracias al acuerdo que NH Hotel Group cerró a final de 2019 con Covivio, uno de los principales inversores inmobiliarios europeos, para operar un portfolio único de 8 hoteles en el segmento superior.

Durante todo el pasado ejercicio, el Consejo de Administración y el equipo directivo centraron todo su esfuerzo en aquellos aspectos relacionados con la creación de valor a largo plazo para todos los accionistas.

Objetivos como el compromiso de retribución a los accionistas, que supuso el reparto en 2019 de un dividendo bruto por acción de €0,15, tras su aprobación por parte de la Junta General de Accionistas en mayo de 2019.

Hoy deberíamos estar hablando aquí del reparto de dividendo anunciado a cargo del ejercicio 2019. Pero como saben todos ustedes, el pasado 28 de abril la Compañía anunció que debido a la situación generada por el impacto del COVID-19, y como medida de precaución, el Consejo de Administración decidió cancelar la propuesta de dividendo de 0,15€ para este ejercicio.

En otro orden de cosas, durante 2019 la Compañía ha seguido impulsando una constante atención por los principios de buen gobierno corporativo. Las Comisiones del Consejo, tanto la de Auditoría y Control, como la de Nombramientos, Retribuciones y Gobierno Corporativo han seguido desarrollando su actividad con regularidad y el máximo rigor, como les consta en la documentación que hemos puesto a su disposición para esta Junta. Además, el Consejo de Administración asumió desde febrero de 2019 las tareas de la Comisión Delegada y mantuvo durante todo el ejercicio una composición equilibrada entre miembros dominicales, independientes y ejecutivos, de acuerdo con lo dispuesto por el Código de Buen Gobierno. En esta línea de atención a los principios de buen gobierno corporativo, y como consta de forma concreta y detallada en el Informe Anual de Gobierno Corporativo disponible, NH cumple con 62 de las 64 recomendaciones de Buen Gobierno.

Nuestro firme compromiso con las mejores prácticas nos ha llevado a ser este año la única hotelera de origen español entre las 325 empresas del Índice Bloomberg de Igualdad de Género, principal referencia internacional en materia de inclusión y equidad. Más de seis mil empresas de cincuenta países participaron en la elaboración de este índice, que mide su compromiso y contribución en transparencia de la información de género y en materia de promoción de la igualdad.

Por otro lado, en materia de sostenibilidad fuimos la primera hotelera española en establecer unos objetivos de reducción de emisiones validados científicamente por la iniciativa Science Based Targets. En concreto, nos hemos comprometido públicamente a reducir en un 20% las emisiones en toda nuestra cadena de valor antes de 2030. Gracias a ello evitaremos la emisión de más de 70.000 toneladas de dióxido de carbono a la atmósfera.

Además, estamos orgullosos de poder compartir que en 2019 fuimos evaluados por primera vez por SAM, la agencia de inversión sostenible que analiza a las empresas que componen el Dow Jones Sustainability Index, y donde resultamos ser la 4ª mejor empresa en nuestra categoría, afianzándonos como uno de los líderes más sostenibles del sector. La distinción es trascendente, por cuanto se evalúan los veinte principales criterios sostenibles. Nuestro Grupo obtuvo la máxima puntuación en estrategia fiscal y reporte ambiental, y destacó en aspectos relativos a la gestión de personas tales como la atracción y retención del talento, el desarrollo del capital humano o las prácticas laborales.

Estos principios sostenibles se trasladan igualmente a la estrategia de negocio responsable del grupo y sus tres pilares de actuación: NH Room4 People, NH Room4 Planet y NH Room4 Responsible Shared Success. A través de éstos, impactamos sobre un total de 11 de los 17 Objetivos de Desarrollo Sostenible seleccionados por Naciones Unidas. Tenemos el foco puesto en apoyar comunidades sostenibles, en la producción y el consumo responsable, en la reducción de las desigualdades, en la igualdad de género o la acción por el clima, entre otras.

Hemos completado, en definitiva, un ejercicio muy positivo, donde hemos compaginado un desarrollo selectivo de nuestras marcas y de nuestro posicionamiento de mercado. Hemos establecido una estrecha relación con Minor Hotels, de manera que nuestra integración es más prometedora que la simple suma de nuestras corporaciones y profesionales. Somos cada día más globales y más comprometidos y responsables con nuestros equipos, con el conjunto de las comunidades donde estamos presentes, con la igualdad y con el medio ambiente.

Aún es pronto para estimar el impacto de la pandemia a nivel económico y social, sin embargo, quiero reiterarles nuestra confianza en el futuro de NH. Además de contar con un gran proyecto de integración y una oferta multinacional y diferencial en el sector, veremos la recompensa del trabajo bien hecho en años anteriores. Pero, ante todo, contamos con la generosidad, dedicación y sacrificio de todos profesionales que forman parte de NH. Son ellos quienes hacen posible que la Compañía sea un referente actual del sector.

Para concluir mi intervención, no quiero dejar pasar la oportunidad de agradecer a todos los accionistas su compromiso y confianza en NH Hotel Group durante este entorno de dificultad que juntos estamos afrontando con diligencia y responsabilidad.

Muchas gracias por su lealtad.

JUNTA GENERAL DE ACCIONISTAS

Madrid, 16 de julio de 2020

Anantara Villa Padierna Palace Marbella

NH | HOTEL GROUP PART OF **MINOR**
HOTELS

NH
HOTELS

NH COLLECTION
HOTELS

nhow
HOTELS

TIVOLI
HOTELS & RESORTS

ANANTARA
HOTELS & RESORTS

AVANI
HOTELS & RESORTS

elwana
COLLECTION

AKS
HOTELS

ÍNDICE

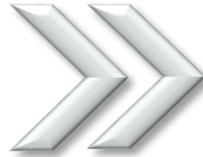
- **RESULTADOS 2019**
- 2020: PLAN ANTE COVID-19



2014-2016

Visión & Plan de Transformación *“Ordenar el Grupo”*

- Segmentación de Marcas
- Estrategia de precios dinámicos
- Plan de Sistemas
- Optimización del portfolio
- Inversión en Reposicionamiento



2017-2019

Generación de valor *“Construyendo sobre fortalezas”*

- Eficiencia
- Gestión de activos
- Reducción del endeudamiento
- Crecimiento
- Dividendos

Mayor posicionamiento en el segmento superior
Mejora de calidad y experiencia del cliente
Alta eficiencia operativa
Fuerte Balance

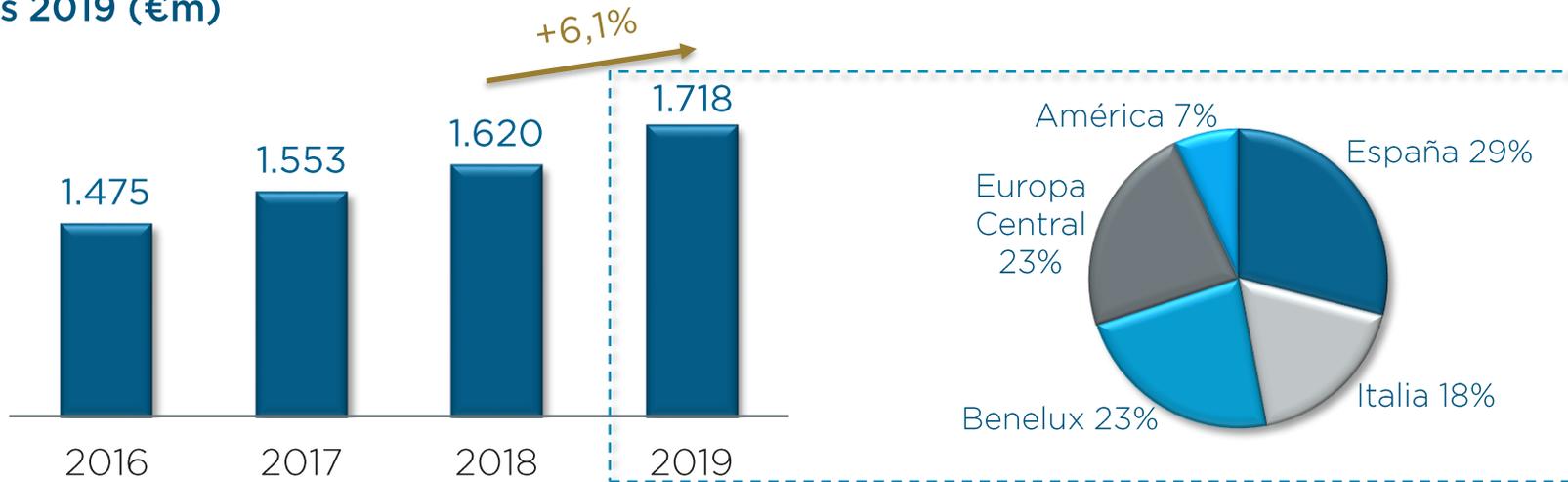
Hitos 2019: Un año récord superando objetivos marcados

- Crecimiento de los **ingresos** de **+6,1%** (+€98m) alcanzando los €1.718m, con un excelente comportamiento en España, Benelux e Italia
- El **Beneficio Neto Recurrente⁽¹⁾** alcanza los **€113m**, +€44m respecto a 2018 por la mejora del negocio y menores gastos financieros
- **EBITDA recurrente⁽¹⁾** de **€294m** (+€31m): **+12%** alcanzando un margen del 17,1% (+0,9 p.p.)
- **Bajo nivel de endeudamiento:**
 - Deuda Financiera Bruta: (€468m)
 - Caja: €289m
 - Deuda Financiera Neta: (€179m)
 - DFN/EBITDA⁽¹⁾ a 0,6x

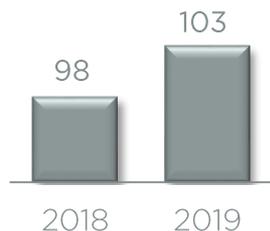
⁽¹⁾Excluye impactos IFRS 16 para facilitar comparativa

Mejora significativa de Ingresos a través de precio

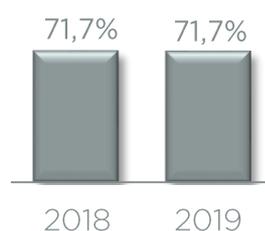
Ingresos 2019 (€m)



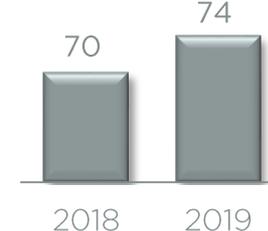
ADR (€): +4,9%



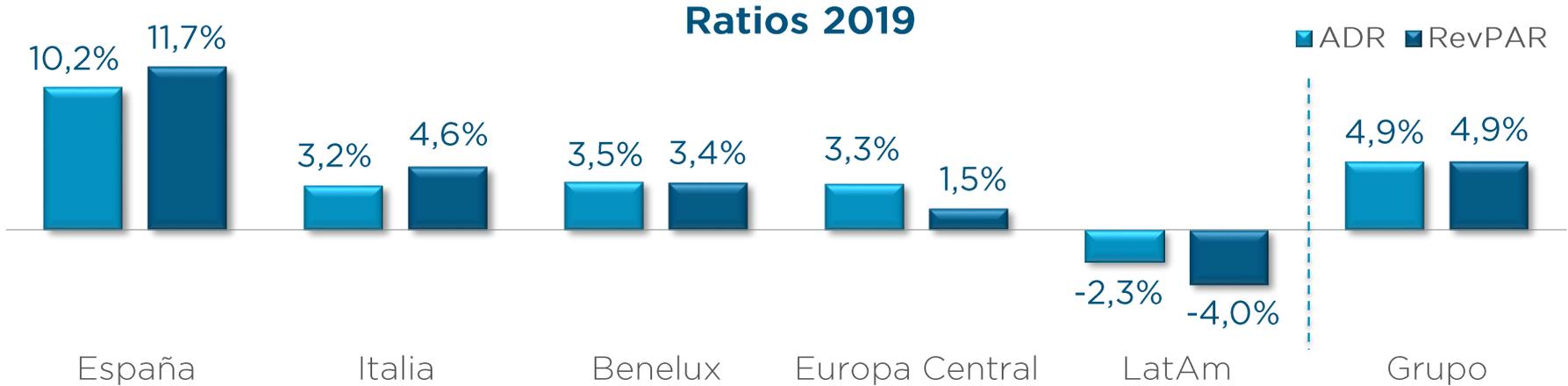
Ocupación (%)



RevPAR (€): +4,9%



Evolución en los principales mercados



- Crecimiento de RevPAR y ADR en todas las regiones europeas
 - Extraordinario comportamiento de España, Italia y Benelux
 - Gran comportamiento de Barcelona, Madrid, Milán y Bruselas
- Latinoamérica impactada por devaluación de las divisas

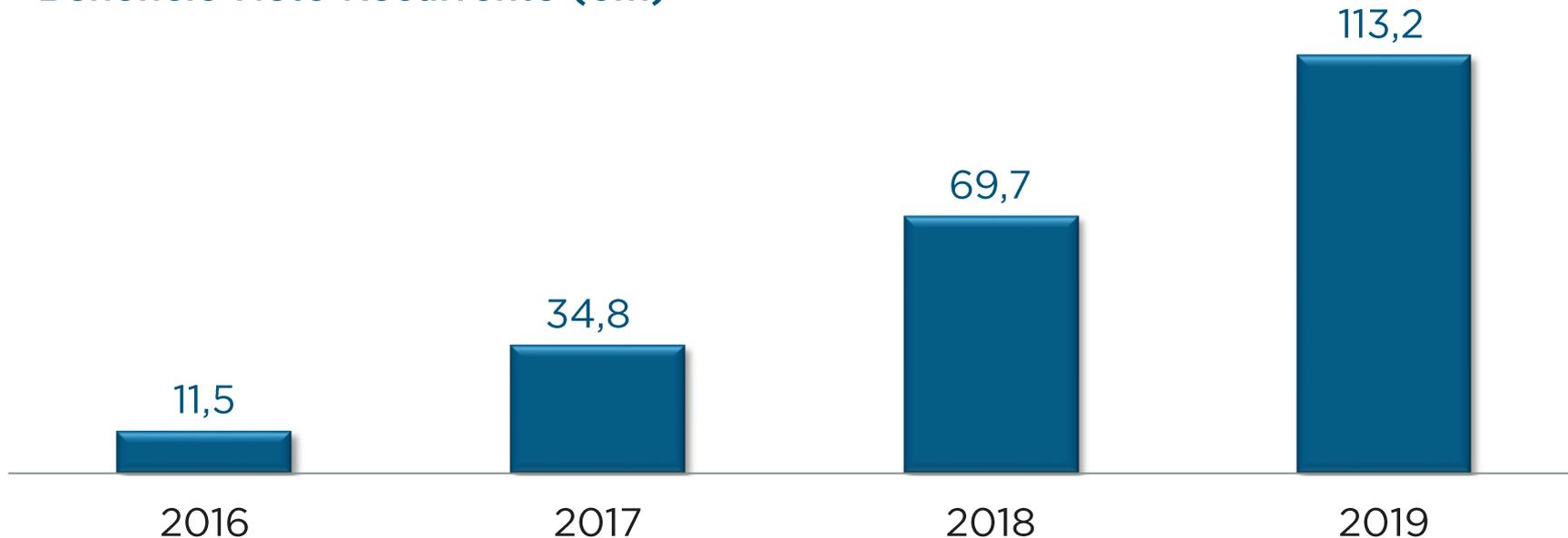
Fuerte crecimiento del Resultado Bruto de Explotación



- Exitoso control de costes tras el lanzamiento del Plan de Eficiencia desde finales de 2016
- Desde 2016 a 2019:
 - El EBITDA ha aumentado en +€113m con un crecimiento medio anual del 17,6% en el periodo, con un número similar de habitaciones
 - El margen de EBITDA se incrementó en +4,8 puntos hasta el 17,1% en 2019

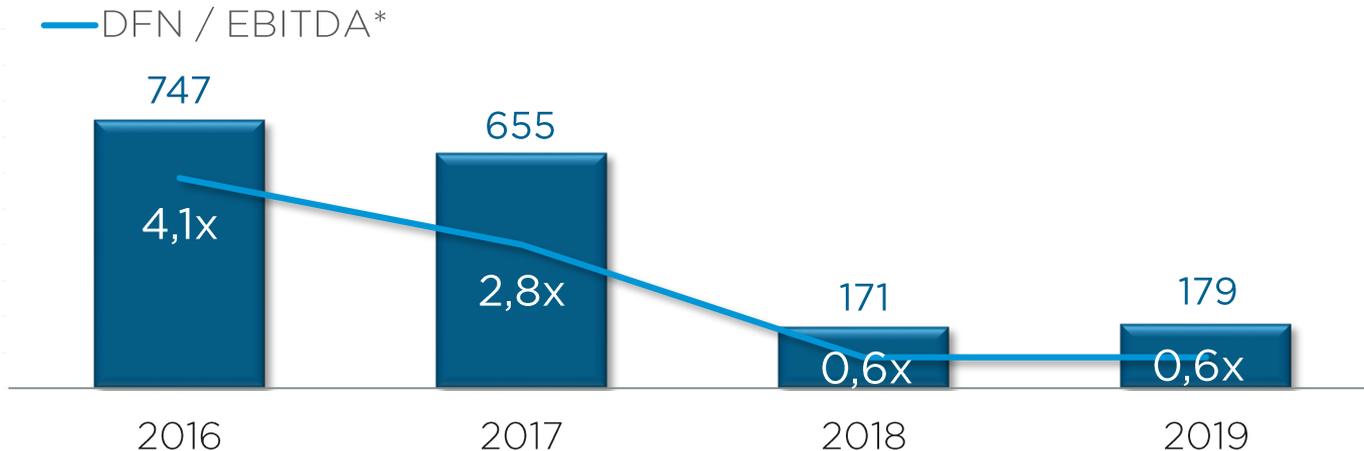
Incremento significativo del Beneficio Neto Recurrente superando el objetivo marcado para el año

Beneficio Neto Recurrente (€m)



Fuerte generación de caja y reducción de deuda financiera

Deuda Financiera Neta (€m)



Sólida posición de caja de €289m a cierre de diciembre 2019

La favorable generación de caja operativa del 2019 compensan las inversiones de capex (€170m) y los dividendos pagados (€59m) en el año a cargo del 2018

Integración Portfolio Tivoli

Tivoli Avenida Liberdade



Tivoli Marina Vilamoura



Negocio Sostenible 2019

Sensibilización de clientes

Cadena de suministro sostenible

Hoteles con Corazón

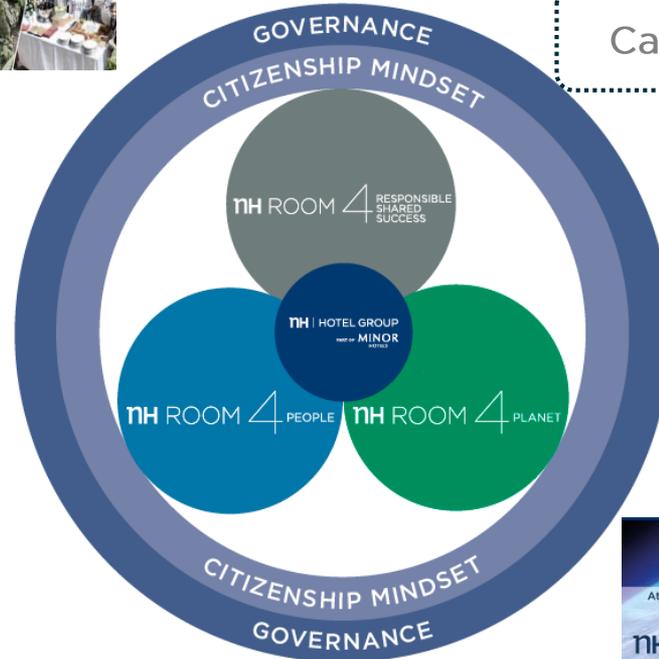
Gestión de la diversidad

Índices ESG

Cambio Climático & SBTs



Empleo Juvenil



Now a Part of **S&P Global**



Premios y Reconocimientos 2019

+52% VS 2018

Más de 50 reconocimientos a nuestros hoteles, servicios, innovación, experiencia...



PREMIOS
BUSINESS TRAVEL
IBTA



Skift
DESIGN
AWARDS
2019



CONDÉ NAST
Traveler



Business
Traveller



freddie
awards



Mejor Cadena Hotelera

BUSINESS TRAVELLER (ALEMANIA)
BUSINESS TRAVELLER & MICE (P. BAJOS)
ITALIAN MISSION AWARDS (ITALIA)

SELLING TRAVEL AGENTS' CHOICE (UK)
INTERNATIONAL BUSINESS TRAVEL (ESPAÑA)
THINK TRAVEL AWARDS (ESPAÑA)

ÍNDICE

- RESULTADOS 2019
- **2020: PLAN ANTE COVID-19**

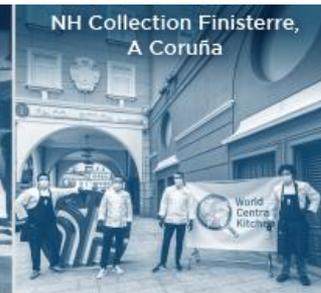
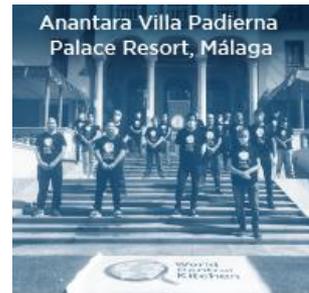
- El sector hotelero se enfrenta a un **escenario sin precedentes** debido al grave impacto de COVID-19
- El Grupo inició la **implementación de un relevante plan de contingencia** para adaptar el negocio y garantizar su sostenibilidad, con foco en minimizar costes y preservar la liquidez
- **Cierre temporal de casi el 95% de los hoteles durante abril y mayo**
- **El segundo trimestre ha sido el más afectado** debido al estricto aislamiento en toda Europa
- La oportuna transformación operativa y financiera lograda en años anteriores, junto con las medidas implementadas, **permitirán al Grupo abordar el entorno actual y superar la situación**

Respuesta para ayudar a las comunidades

- Prestación de servicio a gobiernos y autoridades locales:
Hoteles de guardia / Hoteles medicalizados / Acomodación de profesionales sanitarios
- Donación de comida y equipamiento de protección individual
 - c. 4.000 kg de comida
 - 7.000 guantes y 2.000 bolsas de basura
- Donación de productos de higiene:
 - 6,000 gorros de ducha
 - 30.000 kits de amenities
- Provisión de mobiliario y materiales:
 - 600 mantas
 - 50 camas



- Colaboración de los hoteles con World Central Kitchen, la ONG del chef español José Andrés para alimentar a la gente más necesitada



Plan de Contingencia: minimizar costes y preservar liquidez

Personal	<ul style="list-style-type: none">▪ Hoteles: ajustes temporales de plantillas por fuerza mayor o razones productivas▪ Oficinas Centrales: ajustes temporales y reducción de jornada
Gastos operativos	<ul style="list-style-type: none">▪ Negociaciones con proveedores para reducir costes de aprovisionamiento▪ Cancelación de todos los viajes desde principios de marzo▪ Suspensión del asesoramiento de terceros por servicios no prioritarios▪ Reducción significativa en gastos de marketing y publicidad
Alquileres	<ul style="list-style-type: none">▪ Negociaciones con propietarios de hoteles: reducción o suspensión temporal
Inversiones	<ul style="list-style-type: none">▪ Las inversiones de mantenimiento y reforma han sido suspendidas o canceladas: c. €80m de reducción de la ejecución de capex
Liquidez	<ul style="list-style-type: none">▪ Disposición en el mes de marzo de €275m de líneas de crédito disponibles▪ Cancelación de la propuesta de dividendo del ejercicio 2019 que asumía un desembolso de €59m▪ Suscripción en el mes de mayo de un nuevo préstamo sindicado de €250m por 3 años (aval del ICO)

Foco en preservar la liquidez

- Disposición en el mes de marzo de líneas de crédito por €275m
- Nuevo préstamo en el mes de mayo de €250m a 3 años con garantía del ICO
- En el mes de junio, se obtuvo la aprobación para autorizar la dispensa en el cumplimiento de los compromisos financieros (“financial covenants”) para la medición de junio y diciembre de 2020

	Dic. 2019	Marzo 2020	Junio 2020
Deuda Financiera Bruta (€m)	(468)	(744)	(761)
Caja (€m)	289	489	326
Deuda Financiera Neta (€m)	(179)	(254)	(435)

**+ c.€280m
(RCF + financiación disponible)**

Liquidez disponible de c.€600m a 30 junio de 2020

Resultados 1H 2020: Impactados por COVID-19

- **Negativa evolución del negocio desde el mes de marzo**
 - Caída de los ingresos de -20,8% en el primer trimestre
- **El segundo trimestre ha sido el más afectado debido al estricto aislamiento en toda Europa y el cierre temporal de casi el 95% de los hoteles durante abril y mayo**
 - La estructura flexible de costes implementada en años anteriores nos ha permitido en el mes de Junio retomar los ingresos a pesar de los bajos niveles de actividad
- **Como consecuencia, los ingresos en el primer semestre descienden un c. -62%**

Ingresos 1T (€m)



Ingresos 2T (€m)



Ingresos 6M (€m)



Sólidos fundamentos para superar la situación

1	Sólida posición anterior al COVID	Oportuna transformación operativa y financiera en años anteriores
2	Reducción de costes	Foco en minimizar costes adaptando el negocio (Hoteles + Oficinas)
3	Protección de la liquidez	Inversiones aplazadas o canceladas Cancelación del Dividendo del 2019
4	Refuerzo de la liquidez	Liquidez cercana a €600m a 30 de junio de 2020 Sin vencimientos de deuda en el corto plazo
5	Activos en propiedad	Sólida base de activos en propiedad respaldando el negocio
6	Grupo urbano líder en Europa	Fuerte posicionamiento para la recuperación con foco en el cliente doméstico y el segmento B2C
7	Estrategia de reapertura	Apertura progresiva en base a la demanda y optimizando la rentabilidad

+ OPORTUNIDADES DE INTEGRACIÓN CON MINOR

- La **reapertura de los hoteles está siendo progresiva** en función de la demanda y se centrará en **optimizar la rentabilidad**
- La recuperación será impulsada inicialmente por la **demanda doméstica, capitalizando el fuerte posicionamiento de nuestras marcas y las excelentes ubicaciones, con un enfoque en el segmento B2C que representa aproximadamente 2/3 del negocio**
- **Certificación de desinfección: Feel Safe at NH**, que comprende nuevos protocolos operativos de salud y seguridad en colaboración con la empresa líder de certificación SGS

	ESPAÑA	ITALIA	BENELUX	EUROPA CENTRAL	LATAM	TOTAL NH
# hoteles abiertos	87	35	41	65	19	247
% del portfolio	70%	66%	76%	88%	33%	68%

En NH Hotel Group hemos aplicado las siguientes medidas para que nuestros clientes disfruten de una estancia cómoda y segura:



SGS

certificaciones de inspección sanitaria



servicios digitales avanzados



protocolos de limpieza y desinfección actualizados



servicios de restauración adaptados a la situación actual



normas de distanciamiento social



protocolos y material de protección personal



protocolos de purificación de aire y agua



servicio de asesoramiento city connection



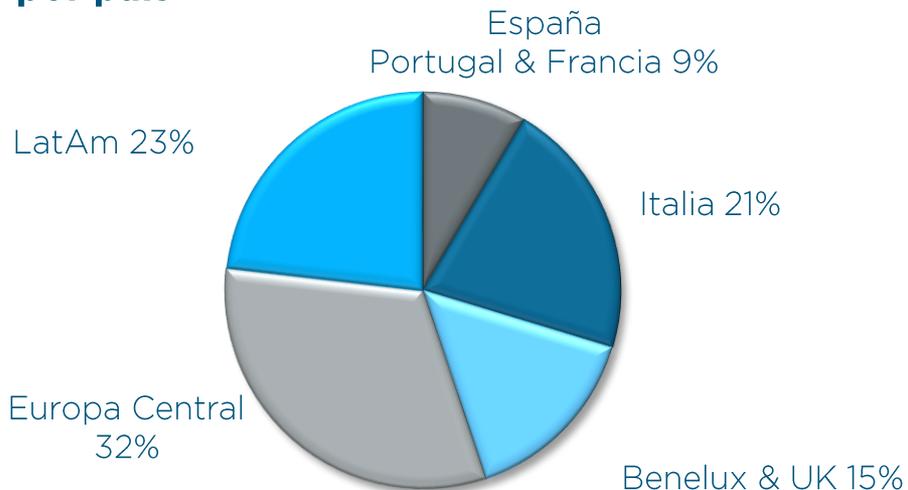
protocolos de seguridad y salud para empleados



responsable de seguridad sanitaria por hotel

Firmas (apertura 2020-2023): 5.500 habitaciones

Firmas por país*



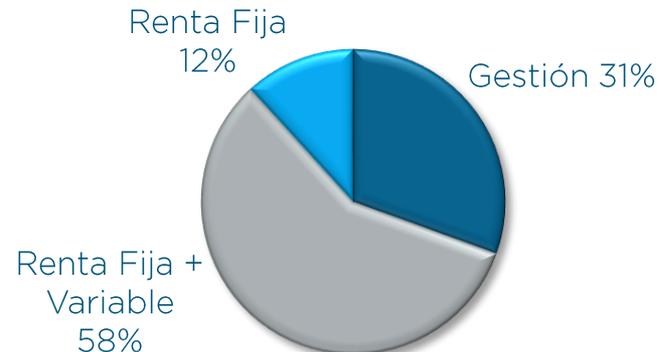
Foco en el segmento superior de marca, con contratos de gestión o renta variable y fortaleciendo nuestros mercados clave



Por marca*



Por contrato*



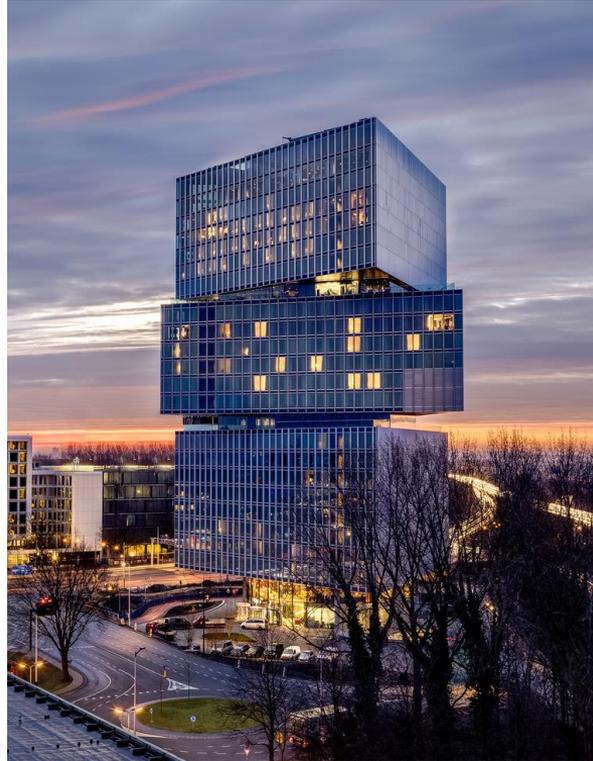
* Por número de habitaciones

Aperturas 2020

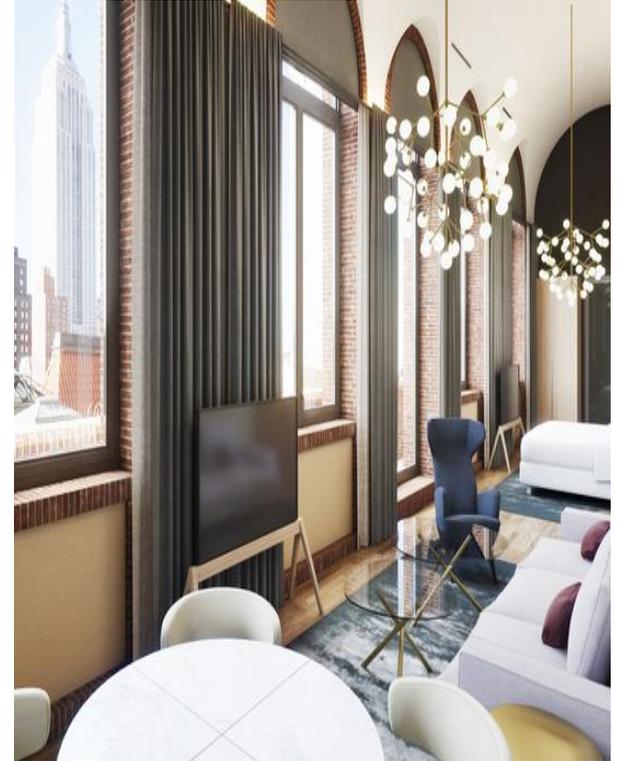
NHOW London (Enero)



NHOW Ámsterdam RAI (Enero)



NHC NY Madison Av. (Sept.)



Consolidación de la marca Anantara



Hotel	Estrellas	Ubicación	Habs.
Vilamoura	5	Vilamoura	280
Villa Padierna	5	Marbella	132
The Marker	5	Dublín	187
Palazzo Naidai Rome	5	Roma	238
New York Palace Budapest	5	Budapest	185
Plaza Nice	5	Niza	152
Grand Hotel Krasnapolsky	5	Ámsterdam	451
Grand Hotel Convento di Amalfi	5	Amalfi	53
TOTAL			1.678



Aperturas previstas: Portfolio Boscolo (2020-2021)

- 8 hoteles en el segmento lujo con 1.115 hab. y ubicaciones privilegiadas en Roma, Florencia, Venecia, Niza, Praga y Budapest, que serán operados bajo las marcas Anantara y NH Collection



Nuestros empleados: embajadores de nuestros valores, hacen posible los logros de la Compañía

Líneas estratégicas clave:

- **Ampliar y consolidar la gestión del talento**
- **Continuar con la mejora de los programas para apoyar líderes actuales y futuros**
- **Reforzar el nivel de compromiso interno**
- **Continuar fortaleciendo e impulsando la estrategia de marca de nuestro empleador**
- **Apoyar la gestión del cambio**
- **Revisar nuestra política de remuneración**



MUCHAS GRACIAS A NUESTROS

EMPLEADOS

Sois el alma de la Compañía y vuestra vocación de servicio lo que nos diferencia

ACCIONISTAS E INVERSORES

Vuestra confianza es la base que nos permite generar valor día a día

PROPIETARIOS

Juntos expandimos horizontes

PROVEEDORES

Vuestra excelencia nos ayuda a ser más competitivos

Y CLIENTES

Sois nuestra razón de ser y vuestra lealtad nos impulsa a seguir innovando

**VUESTRO COMPROMISO ES LA MÁS SÓLIDA GARANTÍA DE
FUTURO PARA NH HOTEL GROUP**

JUNTA GENERAL DE ACCIONISTAS

Madrid, 16 de julio de 2020



NH | HOTEL GROUP PART OF **MINOR**
HOTELS

