

Inizio d'anno positivo per NH Hotel Group: ricavi a +,7% e ebitda a +33%

notizia pubblicata 16 Maggio 2019 alle ore 12:02 nella categoria Alberghi



NH Hotel Group ha annunciato i risultati per il primo trimestre del 2019. La catena alberghiera ha registrato ricavi in aumento del 3,7% a 353 milioni di euro e un EBITDA in crescita del 33% a 21 milioni di euro (83,5 milioni di euro includendo l'impatto dell'applicazione del principio contabile IFRS 16). L'ottimo inizio d'anno permette alla compagnia di confermare le proprie linee guida per il 2019, che prevedono un EBITDA di 285 milioni di euro e un utile netto di circa 100 milioni di euro.

“I risultati positivi del primo trimestre del 2019 confermano il momento favorevole registrato lo scorso anno. Nei primi tre mesi dell'anno abbiamo unito all'aumento dei ricavi una gestione efficiente dei costi, creando le basi per una crescita forte e costante orientata all'attuazione delle nostre linee guida per l'anno. Parallelamente, abbiamo continuato a rafforzare il posizionamento e la qualità del nostro portfolio grazie alla nostra solida situazione finanziaria che ci consente di destinare in questo trimestre 40 milioni di euro agli investimenti in capex senza aumentare la posizione finanziaria netta rispetto ai livelli di fine 2018. Gli eccellenti progressi compiuti finora per fare leva sui vantaggi competitivi al fianco di Minor Hotels per creare valore condiviso”, ha detto Ramón Aragonés, CEO di NH Hotel Group.

NH Hotel Group ha annunciato ricavi in crescita del 3,7% fino a 353 milioni di euro nel I trimestre, nonostante gli impatti avversi della valuta (6 milioni di euro nel Q1 2019) e i mancati ricavi (4 milioni di euro) dovuti alla ristrutturazione di 16 strutture. Nel primo trimestre del 2019, la crescita dei ricavi

like-for-like è stata in media del 2,6% in Europa, contrassegnata da una crescita al di sopra della media in Spagna (+5,4%) ed Europa centrale (+2,7%), compensata da una crescita più esigua dello 0,8% e 0,6% in Benelux e Italia, mercati che hanno risentito nel trimestre di un calo del numero di eventi corporate negli hotel a vocazione MICE e di proposte fieristiche meno vantaggiose a Milano rispetto all'anno precedente. Tutti i mercati hanno contribuito positivamente alla crescita dell'indice RevPAR, fino al 3,6% anno su anno. L'aumento di questo dato è stato ancora una volta maggiore di quello dei competitor del Gruppo in tutto l'universo delle principali destinazioni della Compagnia (RevPAR relativo: 0,8 punti percentuali al di sopra dei concorrenti).

NH Hotel Group continua a lavorare con Minor Hotels per identificare e quantificare le potenziali sinergie derivanti dalla complementarietà dei due business.

Le iniziative chiave identificate finora includono: il coinvolgimento di NH nella gestione delle strutture di Minor Hotels in Portogallo e Brasile; lo sfruttamento delle economie di scala nelle trattative basate sui volumi con i partner commerciali (agenzie di viaggio e fornitori); il rafforzamento della customer base e l'accelerazione dell'espansione dei brand dei due Gruppi in varie regioni geografiche.

Nel contesto di questa azione congiunta di sviluppo di business, i due Gruppi hanno concordato, all'inizio di marzo, la presentazione in Spagna del brand di lusso Anantara Hotels, Resorts & Spas nell'ambito di un accordo per la gestione dell'Hotel Villa Padierna Palace a Marbella, il quale sarà presto rilanciato con il brand di lusso di Minor Hotels e rinominato Anantara Villa Padierna Palace Benahavís Marbella Resort.

L'Italia ha registrato una leggera crescita del RevPAR (+0,6%), trainata da una crescita dello 0,4% del tasso di occupazione e dello 0,2% dell'ADR. La crescita moderata in questo mercato è attribuibile a proposte fieristiche meno vantaggiose a Milano. I ricavi like-for-like si sono attestati a 58,1 euro milioni (+0,3%), grazie ai buoni risultati conseguiti da Roma (+3,0%). L'EBITDA in questo Paese è stato di 5,3 milioni di euro, con un aumento del 12,9% rispetto al Q1 2018.