Nh hotel group: il rilancio in cinque anni

Dopo un 2013 difficile (con perdite per 40 milioni di euro), la nuova NH, che cambia nome in **Nh hotel group**, si rilancia nel 2014, con un nuovo assetto societario, nuovi investimenti e la preparazione dello sbarco in **Cina nel 2015**, patria del suo principale socio, la **HNA**. A spiegarlo dopo il cda della catena, il consigliere delegato **Federico Gonzalez Tejera**: “il segno meno nelle vendite si è fermato e abbiamo ridoto i costi del 5,9%, grazie soprattutto alla rinegozazione degli affitti di alcune strutture e alle dismissioni”. Questo, unito a un rialzo della tariffa media giornaliera dell’1,4%,, la prima degli ultimi due anni, nonché del revpar, a più 3,5%, e del’occupazione media, a più 2%, fa sì che le previsioni per l’anno in corso siano in decisa risalita, con un più dal 3/5% del Revpar e del 5/10% nell’ebitda. “Il 2014 è per noi un anno di trasformazione” dice il presidente **Rodrigo Echenique**, durante il quale, “rafforzarsi nelle nostre principali destinazioni europee, quali **Italia, Germania** e le città di **Parigi e Londra**, e Latinomaericane, come **Colombia, Cile, Messico e Brasile**, con un piano di espansione a cinque anni, che prevede investimenti per 125 milioni di euro solo quest’anno e 340 milioni nel prossimo triennio”.

Tra cui il riposizionamento del marchio **Nhow** che alle 3 strutture europeo, lo storico Nhow milanese di via Tortona, Berlino e Rotterdam, ne affianca una quarta a Santiago de Cile, la prima nel continente sudamericano: “da strutture grandi e con tanti spazi mice a proposte più piccole, ubicate nei centro città, con ampie possibilità di crescita in Latinoamerica. Questo il nuovo Nhow” commenta l’amministratore delegato di NH Italia **Chema Basterrechea**. E, in più, il rafforzamento del marchio top della catena, **Collection,** che vedrà nuove aperture e la conversione di alcune strutture in questo brand di alta qualità del gruppo.

E che vede **NH Italia** protagonista, visto che nel corso del primo semestre ha visto ben due aperture, tra cui **l’NH Collection Palazzo Barocci** a Venezia , a cui si è aggiunto l’**NH Parma**, leggi qui, e che vedrà “a ottobre l’apertura del nono albergo Collection in Italia, il 5°hotel della catena a Torino” dice Basterrechea che conferma l’interesse su **Una Hotel**, “una catena con alberghi di buon livello piuttosto complementari con i nostri. Ma che compreremmo solo al prezzo giusto. Sennò proseguiremo con la nostra crescita organica”. Italia che pesa peril gruppo per il 17% sui risultati globali, con un ottimo mix di clientela tra internazionale e locale.

Crescita che ha visto nel primo semestre dell’anno appunto due aperture, quatro contratti firmati e 11 nuovi albeghi in negozazione, “di cui almeno 7 o 8 si concluderanno positivamente – dice González

Tejera-, per circa 1681 nuove camere". Per contro 1580 le camere uscite dal portafolio NH, a fronte di 921 entrate con le novità di **Brasile, Repubblica Dominicana e del Nhow di Santiago de Cile**. Espansione che culminerà nel 2015 con lo sbarco in Cina, da realizzare in joint venture con il suo maggiore azionista, quell'**HNA** ad oggi al 21,2% della catena spagnola, ma che ha un accordo con **Intesa San Paolo** per acquisire una parte della sua quota, con l'obiettivo di salire quasi al 29,2%. La banac italiana detiene quindi il 16%, quota che, appunto, dimezzerà, mentre il secondo azionista è Gihsa al 17,7%, con il flottante pari al 45,1% del capitale.
Ad oggi Nh Hotels Group, terza catena in Europa e prima in Italia, opera in 28 paesi, con 376 alberghi, di cui il 25% di proprietà.