

## COMUNICACIÓN DE HECHO RELEVANTE

Grupo Picking Pack, S.A., en línea con las demás compañías pertenecientes al Nuevo Mercado y según la norma 3ª de la circular 1/2000 de la C.N.M.V. y de conformidad con lo establecido en el artículo 82 de la ley 24/1988, de 28 de Julio, del Mercado de Valores, y en cumplimiento de la Orden Ministerial de 22 de diciembre de 1999, por la que se creó un segmento especial de negociación en la Bolsas de Valores, denominado "Nuevo Mercado", recogiendo la obligación de las sociedades admitidas en dicho segmento de informar al menos una vez al año, de manera específica, sobre la marcha y evolución del negocio, así como de las perspectivas del mismo procede por medio del presente escrito a comunicar el siguiente

## HECHO RELEVANTE

### EVOLUCIÓN RECIENTE Y PERSPECTIVAS DE GRUPO PICKING PACK

#### 1. ACONTECIMIENTOS POSTERIORES AL ÚLTIMO EJERCICIO

Los estados financieros de Grupo Picking Pack a 30 de Junio de 2001 representan la evolución de los negocios que esta experimentando la compañía tras el último cierre del año 2000 . Grupo Picking Pack, en línea con la política de integración iniciada a finales del año 2000, se ha concentrado durante el primer semestre de 2001 en una estrategia de gestión basada en la consolidación de la totalidad de las adquisiciones realizadas durante los ejercicios anteriores, la puesta en marcha de un plan de materialización de las sinergias existentes entre las filiales y el crecimiento orgánico de las divisiones, manteniendo las compañías independientes entre ellas, pero focalizadas todas en los servicios a pymes de alto valor añadido y despachos profesionales. Además, durante el año 2000 y todo el 2001 la compañía ha reforzado notablemente su equipo directivo central con la incorporación de un Director Mundial de Operaciones y un Director de Operaciones para España, y en las filiales se han incorporados un Director de Operaciones y un Director de Marketing en Ola, un nuevo Director Financiero en Logic Control consecuentemente a la adquisición de la compañía de software empresarial y otras varias incorporaciones especialmente en la filial Picking Pack Service Point Reino Unido.

Las divisiones históricas con operaciones de más de 30 años (reprografía digital, material de oficina y software empresarial) representan más de un 90% de las actividades de GPP y continúan con su crecimiento, desarrollo y enfoque sobre la línea de beneficios. Estas divisiones históricas están formadas principalmente por cuatro compañías, Logic Control, Charrette, Picking Pack Service Point Reino Unido y Picking Pack Service Point España, que son líderes en sus respectivos mercados y que cuentan cada una de ellas con más de 30 años de

éxitos en el mercado, con un modelo consolidado de sólidas relaciones con su base de clientes, con una fuerte imagen de marca, con un canal de distribución integrado (multicanal) y con un conocimiento de las necesidades del mercado de las pymes y despachos profesionales y del segmento de mercado de arquitectos, ingenieros, industria de la construcción y diseñadores gráficos (AECGD)

El área de mayor atención del Equipo directivo del grupo ha estado orientada, en esta primera parte del año 2001, hacia las operaciones de nuevas tecnologías al haber entrado muy recientemente a formar parte de GPP, al tener un menor historial de mercado y una elevada volatilidad. En Julio Ola, la compañía del grupo relacionada más directamente con el sector de las nuevas tecnologías, ha modificado su estructura operativa al haber decidido concentrarse en los servicios de mayor valor añadido para sus clientes y habiendo externalizado completamente las operaciones de redes a operadores terceros de primer nivel. Esto ha comportado una reducción de más de 20 millones de Euros en las necesidades de inversión para los próximos años, manteniendo al mismo tiempo la completa oferta de servicios de voz y datos para las pymes y despachos profesionales, en líneas con las expectativas.

El segundo semestre del 2001 estará aun mas enfocado en la obtención de sinergias y control de costes, que se estiman en 6 millones de Euros, dentro de todo el grupo y en particular en España, gracias a la complementariedad existente entre Logic Control, PPSP España y Ola por lo cual se prevén acciones para aumentar la rentabilidad en todas la áreas de negocios de GPP.

### **1.1 Evolución de los parámetros económicos de la compañía**

A continuación se detallan un resumen y explicación de las cifras mas relevantes de la cuenta de explotación de Grupo Picking Pack, S.A. a 30 de Junio de 2001, comunicadas a la CNMV el 3 de Septiembre, comparándola con el mismo periodo de los dos ejercicios anteriores:

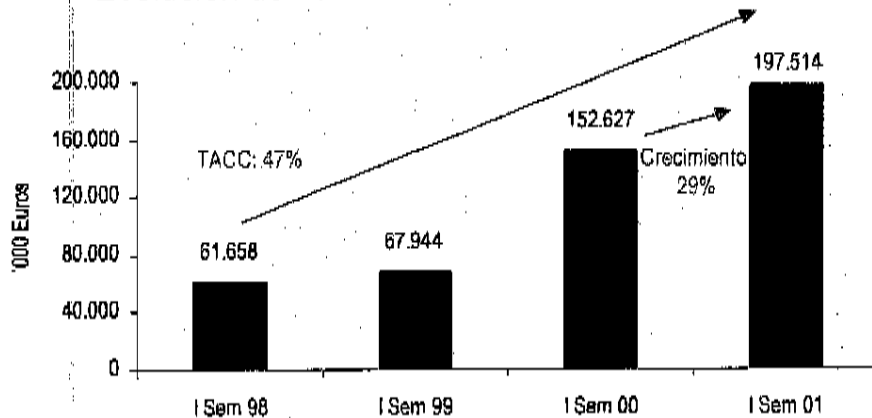
#### **Situación Económica**

\*\*\*\*\*

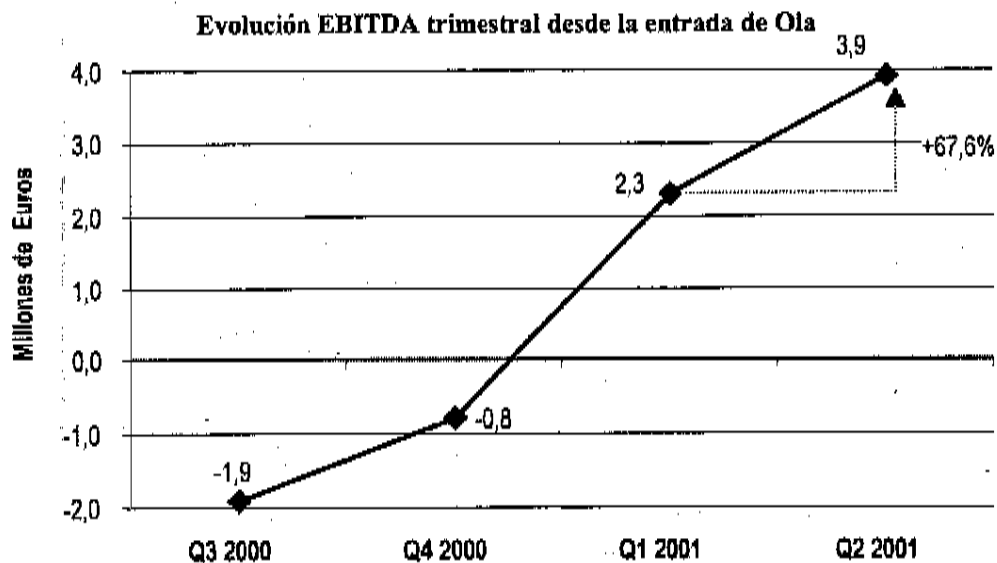
Los resultados del semestre han sido los siguientes:

- La facturación, ha ascendido a 197,5 millones de Euros, lo que confirma la trayectoria en continuo crecimiento del tamaño del grupo y representa un incremento de un 29,4% sobre el mismo periodo del año anterior cuando se facturaron 152,6 millones de Euros; este incremento es fruto del crecimiento orgánico de aproximadamente un 6,4% generado por las divisiones de la Economía Tradicional y de la completa consolidación de Logic Control y Ola. De estas ventas un 75,4% provienen de las divisiones históricas de reprografía digital y material de oficina (PPSP Reino Unido, Charrette, PPSP España, PPSP Irlanda y PPSP Alemania), un 15,4% de la división de software empresarial (Logic Control) y un 9,2% de la división de telecomunicaciones (Ola).

## Evolución de ventas semestrales



- La tendencia de mejora es visible a nivel del resultado bruto de explotación antes de amortizaciones (EBITDA). El EBITDA de la compañía llega hasta los 6,2 millones de Euros, un 44,1% menor que el del primer semestre de 2000, debido, en líneas con las expectativas, a la incorporación de Ola en el perímetro de consolidación a partir de Junio de 2000. Si miramos dos periodos más comparables (primer trimestre vs segundo trimestre de este año 2001) se ve que el EBITDA ha crecido en los últimos tres meses un 67,6% respecto al primer trimestre del año (3,9 millones de Euros -vs- 2,3 millones). Estos datos están en línea con la mejora trimestre a trimestre que se viene experimentado desde el último trimestre de 2000, y que se prevé pueda continuar en los próximos trimestres al consolidarse las operaciones de las divisiones de GPP.



- El beneficio neto de la compañía ha sido de -14,4 millones de Euros, y al igual que en el punto anterior, el valor no es completamente comparable con los -2,8 millones de Euros del primer semestre de 2000 debido

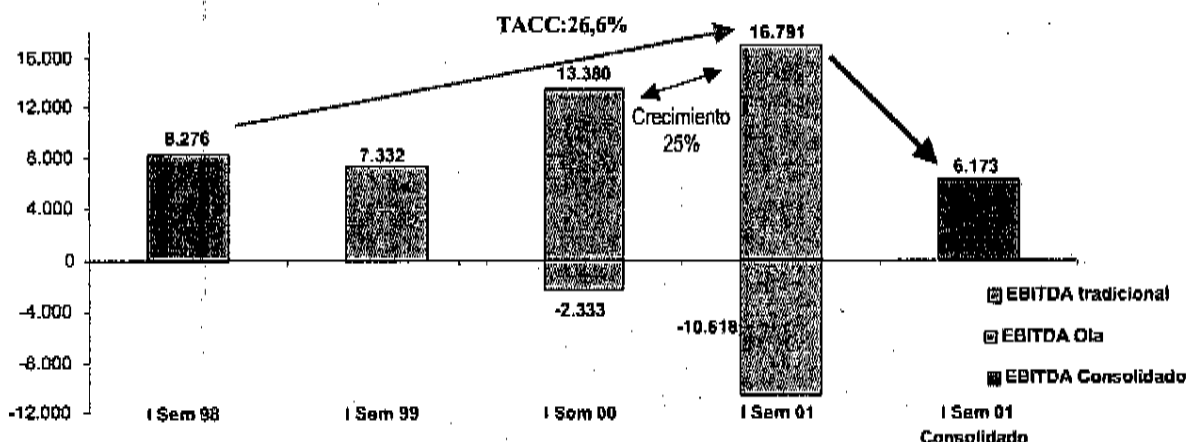
a los cambios en el perímetro de consolidación. Comparando el primer con el segundo trimestre de 2001 se aprecia una mejora en el beneficio neto de aproximadamente un 9% con unas pérdidas que se han visto reducidas desde los 7,5 a 6,9 millones de Euros.

- La situación patrimonial presenta, en línea con lo esperado, un ratio de endeudamiento de un 27,1%, lo que equivale a una deuda neta de 109,8 millones de Euros y unos recursos propios de 405,9 millones de Euros, lo que permitirá, dependiendo de las condiciones del mercado, en el futuro apalancar en mayor medida el balance, para desarrollar ulteriormente el negocio. Los recursos de caja y equivalentes representaban a finales de Junio 30,6 millones de Euros, situándose el ratio de deuda neta sobre total activos en un 15,9%.

#### Resultados Consolidados

'000 Euros	I Sem 2001	I Sem 2000	% Dif	I Sem 1999
Ventas	197.514	152.627	29,4%	67.944
Margen Bruto	93.547	80.247	16,6%	35.838
Resul. Bruto Explo. (EBITDA)	6.173	11.047	-44,1%	7.332
Resul. Explotación (EBIT)	-8.432	162	n.a.	3.336
Beneficio Neto (PAT)	-14.439	-2.819	n.a.	3.053
<hr/>				
Fondos Propios	405.909	335.118	21,1%	83.396
Total Activo	689.443	505.902	36,3%	163.457
Caja e IFT	30.558	24.053	27,0%	20.969
<hr/>				
Deuda Neta (Deuda Fin - Caja)	109.810	57.595	90,7%	26.144
Deuda Neta / F. Propios	27,1%	17,2%		31,3%
Deuda Neta / Total Activos	15,9%	11,4%		16,0%
Empleados	2.927	2.300	27,3%	1.270

Evolución de EBITDA I Semestre 1998-2001 (durante 1 Sem 00 Ola consolidaba solo por 20 días).



**CUENTA DE PERDIDAS Y GANANCIAS**  
**GRUPO PICKING PACK, S.A. CONSOLIDADO**  
**Primer Semestre de 2001**

30/06/01	Miles Euros
<b>Ingresos Totales</b>	<b>197.514</b>
Suministros	103.967
Gastos de Personal	52.055
Otros gastos de explotación	35.319
<b>EBITDA</b>	<b>6.173</b>
Amortizaciones y provisiones	14.605
<b>EBIT</b>	<b>-8.432</b>
Resultado financiero	-4.159
<b>Resultado de actividades ordinarias</b>	<b>-12.591</b>
Resultado extraordinario	-2.610
<b>Resultado consolidado antes de impuestos</b>	<b>-15.201</b>
Impuestos	762
<b>Resultado después de impuestos</b>	<b>-14.439</b>

**Aspectos significativos de la gestión**  
 \*\*\*\*\*

Durante el primer semestre de este año la gestión del grupo se ha enfocado principalmente en los siguientes aspectos:

1. Consolidación resultados en las divisiones tradicionales (compañías con más de treinta años de historia en reprografía digital y material de oficina, 75,4% de las ventas de GPP): Las operaciones en la "Vieja Economía", en un escenario de "ralentización" económica sobretodo en EE.UU. y Reino Unido, han ofrecidos a lo largo del semestre unos resultados correctos, donde sobretodo los márgenes de ventas se han mantenidos sin entrar en guerras de precio con los competidores; en este sentido tanto las ventas como los márgenes han ido mejorando de manera casi lineal en la mayoría de las filiales de GPP: el resultado bruto de explotación antes de amortizaciones (EBITDA) ha llegado en el primer semestre del año a los 15,1 millones de Euros (2% superior al primer semestre del 2000) y donde el crecimiento trimestre a trimestre ha sido particularmente evidente en Charrette (+24,6% de mejora del segundo trimestre 2001 -vs- el trimestre anterior, y de un +9,6% del semestre del 2001 respecto al primer semestre del 2000) y en Picking Pack Service Point España (donde estos valores son un + 40,7% del segundo trimestre 2001 frente al primer trimestre y de un +134,2% del primer semestre del 2001 frente al primer semestre de 2000). Los resultados han sido algo inferiores en Picking Pack Service Point Reino Unido donde la presión competitiva y la

ralentización económica esta teniendo un impacto sobretudo en el mercado de Londres; sin embargo se espera que los recortes de gastos la racionalización de costes de aproximadamente 1 millón de Euros que se están implementando permitirán durante el segundo semestre del 2001 recuperar toda la diferencia respecto al presupuesto de la compañía que prevé unos márgenes de EBITDA alrededor del 11,5% frente a unos resultados semestrales de aproximadamente un 10,3%.

2. Mejora en los márgenes de la división de Software Empresarial (compañía con treinta años de historia, 15,4% de las ventas de GPP): Como ya en el primer trimestre, también los datos del segundo trimestre de Logic Control han demostrado mejoras tanto respecto a los datos históricos de la compañía como si son comparándolos con las estimaciones iniciales de GPP: el margen de EBITDA ha sido del 12,5% llegando a los 3,9 millones de Euros. Destaca a su vez, la generación de flujo de caja libre producido por la compañía, que se ha situado en los 7,5 millones de Euros, por encima de las previsiones y explicado en parte, por la focalización en la gestión que se ha dado al capital circulante de la compañía tras la adquisición, según criterios típicos de compañías multinacionales como GPP. Estos datos tienen todavía un potencial importante de crecimiento durante la segunda parte del año por las siguientes razones:

- Efecto Euro: Es previsible y en línea con las estimaciones de diferentes estudios de organismos oficiales, que exista un alto porcentaje de pymes y despachos profesionales españoles que a la fecha de hoy todavía no hayan adaptado sus paquetes de software empresarial en línea con las nuevas normativas Españolas y Europeas sobre la introducción del Euro. Estos cambios pueden impactar positivamente tanto aún más a la empresa a nivel de ventas y márgenes en la segunda parte del año.
- Concentración de las operaciones en los servicios de software empresarial: a finales del mes de Junio Logic Control ha procedido a la venta de su división de "Grandes Cuentas", en línea con las previsiones realizadas antes de la adquisición de Logic Control por parte de Grupo Picking Pack, al no ser una división estratégica (reventa principalmente de hardware a grandes clientes). La venta de esta división permitirá a Logic Control una total dedicación a potenciar al máximo su negocio principal: el desarrollo de software empresarial para pymes y despachos profesionales, mercado donde la compañía es líder en España. "Grandes Cuentas", que ha sido vendida por un importe de aproximadamente 2.6 millones de Euros, tiene unos activos de aproximadamente 200,000 Euros y unos 60 empleados que han sido traspasados en el proceso de venta.

3. División de telecomunicaciones (9,2% de las ventas de GPP) Durante los últimos meses, el inicio de la migración parcial de la base de clientes de Ola a la red IP ha sufrido diferentes incidencias de calidad a medida que se ha aumentado el tráfico y número de clientes migrados a dicha red, en particular unos repetidos problemas de calidad y continuidad en el servicio, que han causado un perjuicio al traducirse en un número creciente de incidencias y de bajas en los servicios contratados. Por esta razón y por la garantía ofrecida en el servicio y calidad de terceros operadores hasta la fecha, Ola con el objetivo de ofrecer la máxima calidad a los destinatarios de sus servicios, ha tomado en su Consejo de Julio la decisión de ir, de momento, externalizando totalmente su operativa de red a terceros operadores de primer nivel, que

garanticen unos estándares de calidad óptimos y continuados, concentrándose así en los servicios de mayor valor añadido percibidos y que están mejor valorados por parte de los clientes, siendo estos el mayor activo para Ola.

Esta decisión puede implicar en los próximos meses un write off contable y de carácter extraordinario de algunos de los activos de la compañía. Este write off, que no tiene ningún impacto de caja, no es cuantificable al momento ya que su importe depende de las negociaciones que se están operando entre Ola y algunos de sus proveedores principales aunque el equipo directivo e el consejo de administración esperan sean favorables a la compañía. Asimismo el hecho de no tener directamente una red de voz implica una reducciones de costes que se estiman en unos 10 – 12 millones de Euros a nivel de costes operativos anuales y en una reducción de las inversiones previstas desde un plan inicial de 30 millones hasta unos 8 millones de Euros.

Ola ha llegado a contar a finales de Junio con unas 79,000 líneas de voz instaladas, con unas 14,000 nuevas líneas contratadas en el segundo trimestre (aproximadamente unas 233 líneas por día laborable vs un presupuesto de 250 líneas por día laborable). El saldo de líneas incluye unas 16,800 bajas trimestrales principalmente debidas a las incidencias de calidad en consecuencia de la inestabilidad de la red. Estos datos de altas son positivos sobretudo ya que han sido obtenidos con solo con actividad de venta directa y un gasto publicitario prácticamente nulo.

Las actividades de marketing, distribución y atención al cliente se han potenciado recientemente con la incorporación de varios ejecutivos y con la inversión en sistemas para incrementar la diferenciación de la compañía y proporcionar servicios personalizados con elevados estándares de calidad.

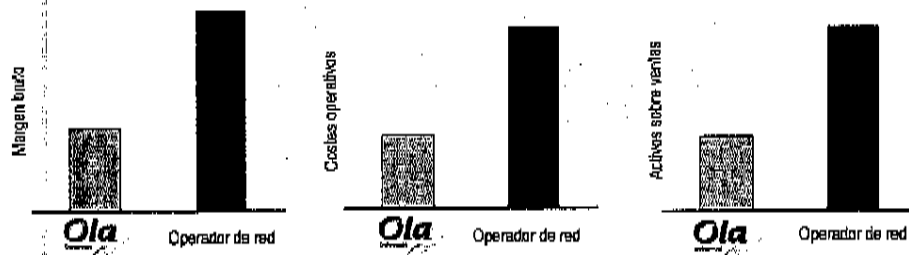
El departamento de Marketing, que ha sido reforzado notablemente, esta trabajando para lanzar en el corto plazo una serie de productos complementarios que enriquezcan la oferta actual de Ola: nuevos planes de precios para voz, acceso a Internet de pago, Internet de banda ancha (ADSL), ISP Virtual, y eventualmente OMV (Operador de móvil virtual) y SDSL con acceso propio.

Se va a priorizar la presencia de la compañía en el segmento de los datos y para ello, Ola está estudiando la posible adquisición o integración de algunas compañías del sector con el fin de mejorar la posición competitiva en este segmento. En este sentido, se ha comenzado a materializar las sinergias con Logic Control, habiendo ya migrado la totalidad de sus clientes ISP a los servidores de Ola de hosting y housing con resultados muy positivos.

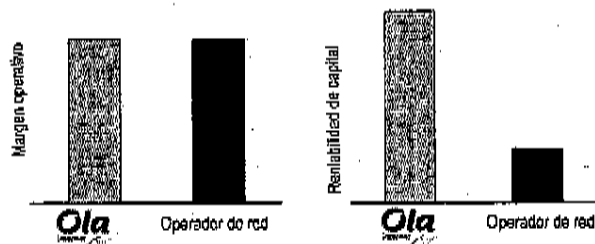
Se ampliará considerablemente la red de venta actual con la incorporación de personal cualificado del sector y, al mismo tiempo, se continuará optimizando la actividad de Servicios de Atención al Cliente, ofreciendo un nivel de servicio que sea un claramente diferenciador respecto de la competencia.

Ola se ha marcado como objetivo prioritario la consecución de un flujo de caja operativo (EBITDA) durante el segundo trimestre de 2002, permitiendo a la compañía su autofinanciación y haciendo volver a GPP a unos niveles de beneficio superiores a los anteriores a la adquisición de Ola.

Los márgenes brutos son más bajos... .. así como los costes operativos... .. y las necesidades de inversiones



...los márgenes netos son parecidos... .. y la rentabilidad es superior



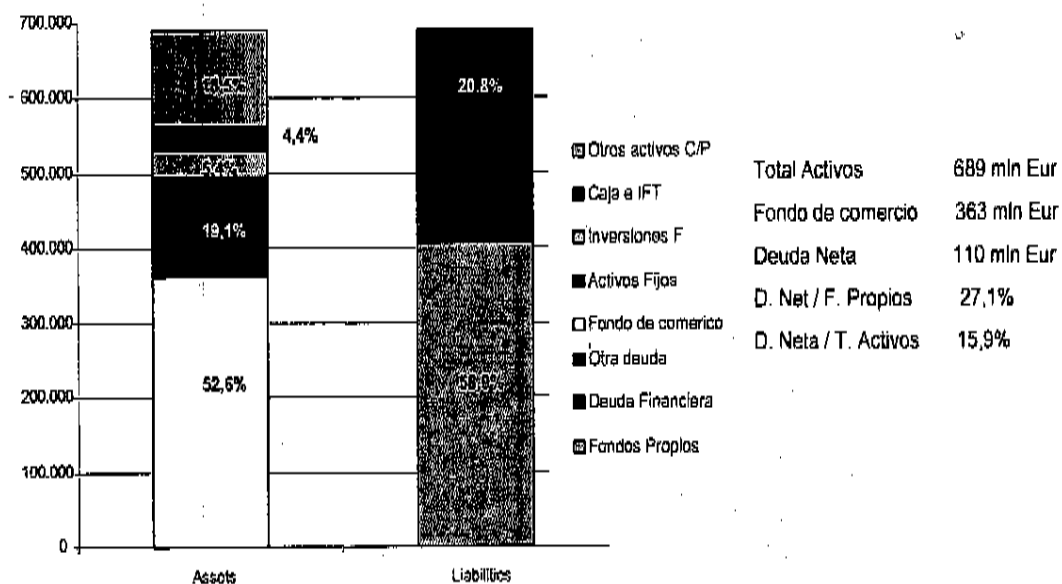
4. Programa de control de costes y implementación de sinergias: Gracias a un continuado enfoque sobre la línea de beneficios, y como es normal y necesario después de un periodo de adquisiciones y expansión, durante el primer semestre de 2001 se ha empezado a implementar un programa de reducciones de costes encaminado en la eliminación de duplicidad de actividades y que es parte final del proceso de consolidación de todas las compañías adquiridas, materializando así las sinergias entre las filiales del grupo que se estima puedan aportar unos 6 millones de Euros en mejoras a lo largo de 2001 / 2002.
5. Capacidad de financiación del grupo: GPP ha procedido de un lado a aumentar la utilización de instrumentos tradicionales de financiación con el objetivo de aumentar la rentabilidad para sus accionistas; en este sentido se ha cerrado durante el semestre una financiación de 24 millones de Euros con 6 importantes bancos españoles e internacionales. De otro lado, en el marco de aumentar la flexibilidad en un entorno financiero cambiante y dinámico, durante la Junta General de Accionistas del pasado 29 de Junio 2001 se autorizó al Consejo de Administración de la Compañía para que pueda, en el plazo máximo de cinco años, emitir obligaciones simples, bonos, warrants, y/u otros valores similares, obligaciones y bonos convertibles y/o canjeables por acciones de la Compañía, en una o varias emisiones, con o sin derecho de suscripción preferente, cuando así lo exija el interés social. Estos instrumentos de financiación podrán ser mas o menos flexibles y alcanzables, dependiendo de las condiciones y de la evolución de los mercados financieros en el próximo futuro.
6. Refuerzo del equipo directivo: A lo largo de esta primera parte de 2001 GPP ha procedido a reforzar notablemente su equipo directivo con la incorporación de varios profesionales con dilatada experiencia en el



sector. Entre otros se han añadido a un equipo de casi 3,000 empleados, un Director Mundial de Operaciones y Sinergias y un Director de Operaciones para España a nivel central, y en las filiales se han incorporados un Director de Operaciones y un Director de Marketing en Ola y un nuevo Director Financiero en Logic Control consecuentemente a la adquisición de la compañía de software empresarial y otras varias incorporaciones especialmente en la filial Picking Pack Service Point Reino Unido.

## 1.2 Situación Patrimonial

La situación patrimonial presenta, en línea con lo esperado, un ratio de endeudamiento de un 27,1%, lo que equivale a una deuda neta de 109,8 millones de Euros y unos recursos propios de 405,9 millones de Euros, lo que permitirá, dependiendo de las condiciones del mercado, en el futuro apalancar en mayor medida el balance, para desarrollar ulteriormente el negocio



**BALANCE DE SITUACION**  
**GRUPO PICKING PACK, S.A. CONSOLIDADO**  
 Balance de Situación Consolidado a 30 de Junio de 2001.

30/06/01	Miles Euros	30/06/01	Miles Euros
<b>Activo</b>		<b>Pasivo</b>	
Gastos de establecimiento	12.199	Capital Social	409.288
Inmovilizado Inmaterial Neto	33.497	Prima de Emisión	60.343
Inmovilizado Material Neto	63.441	Otras reservas de la sociedad dominante	-31.381
Inmovilizado Financiero	37.011	Resultados de ejercicios anteriores	-48.986
Otros inmovilizado	20.028	Diferencias por conversión	31.083
		Resultado del periodo	-14.439
<b>Total Inmovilizado Neto</b>	<b>166.176</b>	<b>Fondos Propios</b>	<b>405.909</b>
Fondo de comercio	362.962	Socios externos	285
Gastos a distribuir	1.706	Ingresos a distribuir	2.605
Existencias	21.891	Acreedores a largo plazo	28.543
Deudores	73.436	Deudas con entidades de crédito	140.368
Deudores varios	21.255	Acreedores comerciales	50.046
Inversiones Financieras Temporales	20.838	Otras deudas no comerciales	36.095
Tesorería	9.720	Ajustes por periodificación	25.592
Ajustes por periodificación	11.459		
<b>Total Activo Circulante</b>	<b>158.599</b>	<b>Total Pasivo</b>	<b>689.443</b>
<b>Total Activo</b>	<b>689.443</b>		

### 1.3 Otra información

- **Amortización Fondo de comercio:** GPP ha adoptado el criterio de amortizar el fondo de comercio generado en la compañía durante un periodo de 20 años. Dicha amortización, tal como se ha comunicado públicamente en repetidas ocasiones, tanto en folletos informativos anteriores como en los sucesivos Informes Semestrales, se realiza con cargo a reservas en las sociedades consolidadas, no teniendo dicho tratamiento, impacto alguno en el flujo de caja del grupo.
- **Dividendos:** En líneas con toda la precedente información de GPP sobre este aspecto, las previsiones actuales de la compañía son de no repartir dividendos en el corto plazo, ya que los beneficios que se prevé la compañía realice, sobretudo a través de sus divisiones históricas, sirvan para financiar los planes de desarrollo de las divisiones más recientemente incorporadas, y para seguir con el crecimiento de todo el grupo, una vez completada la fase de integración de las misma dentro de GPP.

### 1.4 Hechos relevantes primer semestre 2001

Se enumeran a continuación algunos de los hechos más relevantes del primer semestre del año que impactarán positivamente en la evolución de los negocios de GPP:

- Con fecha 19 de Febrero GPP firmó una alianza estratégica con Fileflow, para desarrollar soluciones en gestión electrónica de datos (EDMS) a través de protocolo IP, fortaleciendo la integración entre la división de reprografía digital y la de telecomunicaciones de GPP.
- El pasado 16 de Marzo de 2001 Logic Control lanzó Pyme Logic Win Global, una solución de gestión integrada comercial y contable para las Pymes. Logic Control ha desarrollado esta solución de software empresarial, totalmente adaptada al euro, con el propósito de dotar a las pequeñas y medianas empresas de herramientas integradas que les ayude a mejorar sus procesos en el área de contabilidad, financiera, de cartera y comercial.
- El pasado 3 de Abril de 2001 GPP inauguró en el Prat su nuevo centro de reprografía digital, uno de los centros más avanzados de España tecnológicamente y con gran capacidad de producción digital.
- El 4 de Mayo de 2001, GPP (a través de Logic Control e IP6) firmaron un crédito sindicado por un importe de 24 Millones de Euros (4.000 millones de pesetas) para acelerar su crecimiento y consolidación. La nueva financiación contribuirá a desarrollar el plan de negocio de la compañía tras la reciente adquisición de Logic Control.
- Con fecha 9 de Mayo de 2001 PPSP UK ha firmado un importante acuerdo con Rail Link Engineering como proveedor de servicios de reprografía digital, gestión de datos e impresión para uno de los mayores proyectos ferroviarios del Reino Unido. Dicho contrato, con una duración de 3 años, supondrá para PPSP UK una facturación de 1.1 millones de Euros.
- Con fecha 11 de Junio de 2001, Grupo Picking Pack, a través de su filial Charrette, ha firmado un contrato de Facility Management con Vanderweil Engineers por valor de 5 millones de Euros en los próximos tres años.
- Con fecha 28 de Junio de 2001, Logic Control, ha cedido su división "Grandes Cuentas" al grupo Softec, en línea con sus planes de concentrar toda su actividad

en el desarrollo de software empresarial para pymes y despachos profesionales. La venta de esta división que tenía márgenes sensiblemente inferiores al negocio central de Logic Control ha sido realizada por un importe de aproximadamente 1.6 millones de Euros.

## 2. PERSPECTIVAS DE LA EVOLUCIÓN DE LOS NEGOCIOS

A continuación se detalla la evolución de cada una de las líneas de negocio del grupo, así como las perspectivas de crecimiento 2001-2002 que la compañía considera. Además se está perfilando con la llegada de los últimos ejecutivos un plan global estratégico para mejorar las operaciones de GPP en todos sus negocios, estudiando la posibilidad de alianzas estratégicas y corporativas para acelerar el proceso de integración y expansión del grupo.

Es importante señalar que el presente documento se refiere a previsiones, proyecciones, estimaciones y perspectivas susceptibles de ser realizadas o no. Aunque la información contenida en este documento se corresponde con la mejor estimación de la sociedad sobre dichas perspectivas y proyecciones, las mismas se basan en hechos futuros e inciertos cuyo cumplimiento es imposible de determinar en el momento actual, especialmente en el sector de las nuevas tecnologías, un sector muy dinámico y de rápida evolución.

### 2.1 Datos consolidados de GPP por división durante el primer semestre de 2001

GPP I Semestre 2001 ('000 Euros)

	Repro	Products	Voice + Data	Software	Central Cost	Consolidado GPP
Sales	69.147	93.694	18.211	16.462		197.514
EBITDA	12.821 18,5%	2.907 3,1%	-10.618 -58,3%	3.220 19,6%	-2.157	6.173 3,1%
EBIT	5.720 8,3%	635 0,7%	-13.284 -72,9%	2.520 15,3%	-4.024	-8.432 -4,3%

La compañía espera continuar con la evolución y crecimiento de sus líneas de negocio, con un crecimiento anual consolidado TACC de entre el 21% y el 25% para el periodo 2000-2002, lo que

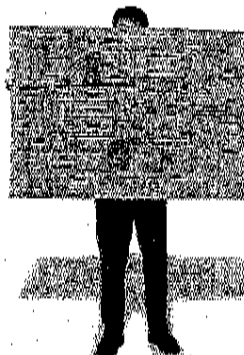
supondrá alcanzar una facturación anualizada que se situará en una banda de entre los 460-490 millones de Euros en el 2002.

Este hecho representará un notable incremento en la facturación de España que pasará del 17% del 2000 a aproximadamente entre el 28% y 32 % del total del Grupo en el 2002 gracias a la integración de Logic Control y Ola Internet, así como al crecimiento orgánico que esta experimentando PPSP España. Ello permitirá un menor riesgo de la fluctuación de los tipos de cambio, al reducirse porcentualmente la facturación de PPSP UK y Charrette dentro del grupo.

Durante el primer semestre del año 2001, la contribución de cada una de las divisiones a la facturación consolidada del grupo ha sido la siguiente: 35% reprografía, 47,5% material de oficina, 9,2% telecomunicaciones y 8,3% software empresarial. Se prevé que tanto el peso de la facturación como de los resultados de la compañía se equilibren, incrementándose el % de facturación y resultados de las divisiones de telecomunicaciones y de software, al crecer a un ritmo superior al del resto de divisiones del grupo.

## 2.2 Evolución división de Reprografía

GPP ofrece una amplia gama de servicios de reprografía digital orientados a las Pymes y a las compañías de alto valor añadido AECGD (Arquitectos, Ingenieros, Construcción y Diseñadores Gráficos). Aunque la división de GPP en este sector posee una dilatada experiencia y una amplia cartera de clientes, se trata con mercados en parte influidos en mayor o menor medida por los ciclos económicos mundiales y donde potenciales recesiones económicas pueden impactar significativamente en sus proyectos de diseño y construcción



En la actualidad la industria de reprografía está en una etapa de evolución tecnológica. Se está completando la migración de la reprografía analógica a la reprografía digital, adquiriendo cada vez más un elevado protagonismo la utilización de las nuevas tecnologías. Durante esta etapa de cambio las empresas de este sector han realizando fuertes inversiones en maquinaria de última generación, así como en el desarrollo de redes virtuales que permitan diseñar, distribuir e imprimir datos de un lugar a otro manteniendo la misma calidad.

En línea con esta tendencia del mercado, GPP ha sido una de estas empresas que ha invertido fuertemente en el desarrollo de su división de reprografía digitalizando sus puntos de servicio y contando actualmente con una de las redes de puntos de servicio más extensa y avanzada del mundo. A su vez, GPP ha apostado por las nuevas tecnologías como la gestión de documentos on-line (EDMS y e-repro) y la interconexión de todos sus puntos de servicios mediante sus redes Repronet y EurografixNet y alianzas tipo CITADON donde actualmente GPP tiene una participación de aproximadamente un 2.5%.

En el primer semestre del ejercicio se ha notado una mejora en los márgenes, gracias a la recuperación experimentada en el Reino Unido tras los problemas de inundaciones y huelgas producidos durante los últimos meses del 2000 así como al crecimiento que esta experimentando la división de reprografía de Charrette y PPSP España tras las últimas adquisiciones realizadas a lo largo del año 2000.

La evolución de las ventas en los próximos años (sin nuevas adquisiciones) será bastante fuerte especialmente el año 2001 donde se suman las nuevas adquisiciones del año 2000 al crecimiento orgánico de la división en sus respectivos países.

#### Evolución estimada de la división de reprografía

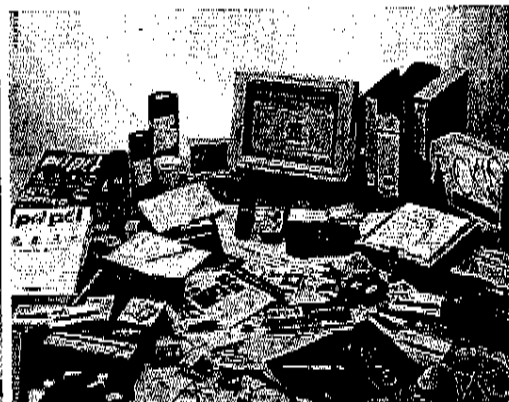
'000 Eur	2000	% crecimiento esperado	
		2001E	2002E
<b>Ventas</b>	125.868	17-20%	7%-10%
<b>EBITDA</b>	20.429		
<b>% Margen</b>	16,2%		
<b>EBIT</b>	6.343		
<b>% Margen</b>	5,0%		

Las principales líneas de crecimiento son las siguientes:

- Seguir manteniendo el crecimiento orgánico histórico, así como la generación de beneficios
- Continuar desarrollando y mejorando el canal de ventas on-line (e-repro) de la compañía, que está experimentando un notable crecimiento en Picking Pack Service Point UK y Charrette, y acabándose de lanzar la web e-repro en PPSP España el pasado mes de Junio
- Desarrollar en mayor medida el canal de Facility Management / On site services
- Tras las últimas adquisiciones realizadas en Estados Unidos, continuar reforzando la división de reprografía. Dichas adquisiciones, supondrán una base sólida para extender la red de puntos de servicio por el resto de la geografía estadounidense
- Desarrollo de la "Corporate Division" (división dedicada a la prestación de servicios a empresas), donde se cuenta con importantes clientes con elevados volúmenes de facturación (Financial Times, ABN Amro, KPMG, etc).
- Continuar con la inversión en tecnología punta de maquinaria de escáner e impresión de documentos, para controlar en todo momento el ciclo completo de la producción de documentos
- Identificar posibles adquisiciones estratégicas para reforzar la presencia internacional

### 2.3 Evolución división de Material de Oficina

GPP ofrece una amplia gama de productos y servicios para la empresa que incluyen material de oficina tradicional y material de oficina especializado para compañías de alto valor añadido AECGD (Arquitectos, ingenieros, construcción y diseño gráfico)



La adquisición de Charrette en 1999 aumentó el poder de compra de GPP frente a sus proveedores. A cierre del 2000 el volumen de compras de producto de material de oficina a proveedores superó los 90 millones de Euros. Debido al alto número de referencias y a la diversidad de países, el aprovechamiento de dicho poder de compra se va obteniendo de forma gradual, y ya se han firmado acuerdos con algunos proveedores de material a nivel global.

En líneas generales esta división continua teniendo un crecimiento continuado, si bien se trata de una división con márgenes inferiores a la división de reprografía.

Esta división experimentará un buen crecimiento durante el año 2001 no solo como consecuencia del crecimiento orgánico de países como Estados Unidos o España, sino especialmente con la incorporación de la división de hardware y suministros de Logic Control, la última de las adquisiciones de GPP realizada en el mes de Octubre del año 2000. Por otra parte hay que destacar el crecimiento que esta experimentando las ventas on-line de esta división especialmente en el Estados Unidos y en el Reino Unido.

Así, la evolución que se espera de esta división en los próximos años (sin adquisiciones) es la siguiente:

**Evolución estimada de la división de material de oficina**

'000 Eur	2000	% crecimiento esperado	
		2001E	2002E
Ventas	167.566	11-13%*	5% -7%
EBITDA	4.324		
% Margen	2,6%		
EBIT	1.201		
% Margen	0,7%		

*\* El crecimiento en ventas experimentado durante el año 2001 es consecuencia en parte por la incorporación de la división de hardware y suministros de Logic Control, que consolida todo el ejercicio 2001 frente a los 2 meses del año 2000 consolidados.*

La compañía confía en obtener unos mayores márgenes operativos (EBITDA) que se sitúen entre el 7 % - 9% en los próximos años gracias a la materialización de sinergias existente y a la reducción de costes duplicados. La implantación del sistema informático SAP ayudará en este cometido de eliminación de duplicación de costes a la vez que permitirá un mayor control y monitorización de los mismos.

Las líneas a seguir por la compañía para mantener este crecimiento son las siguientes:

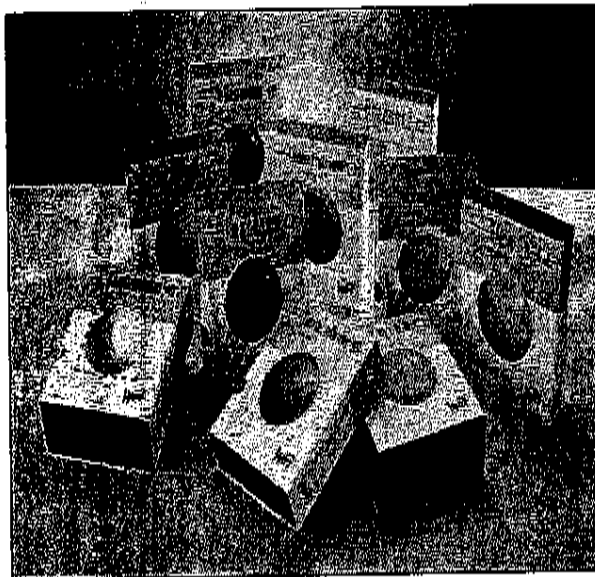


- Continuar el desarrollo de las webs de venta on-line actuales, especialmente en el Reino Unido y España, donde solo llevan operativas poco mas de medio año.
- Incluir un mayor nivel de productos de material de oficina especializado para el sector AECGD en Inglaterra y España. Este tipo de producto cuenta con unos mayores márgenes que el material de oficina tradicional y complementa la oferta de reprografía
- Utilizar la base actual de clientes de cada filial para la materialización de sinergias, mediante ventas cruzadas entre los clientes de las diferentes compañías
- Incrementar el número de On Site Service, lo cual permitirá reducir los niveles de existencias en la tiendas y almacenes a la vez que ofrecer una mayor flexibilidad a los clientes.
- Continuar con la apertura de nuevas franquicias en España y fidelizando las actuales a la vez que se incrementa la penetración (ventas por franquicia) en el canal
- Acuerdos globales con los clientes de reprografía actuales, para ofrecerles adicionalmente servicios de material de oficina como complemento
- Incrementar el poder de compra frente a los proveedores, que permitirá obtener mejores márgenes

#### **2.4 Evolución División de Software**

Esta división forma parte de GPP desde la adquisición de Logic Control, llevada acabo en el mes de Octubre del 2000 para complementar la oferta tecnológica y de servicios a las Pymes. Su actividad principal se desarrolla en el campo del desarrollo de aplicaciones de software, hardware y servicios para las Pymes y despachos profesionales.

Las perspectivas de futuro se orientan hacia un fuerte crecimiento de las áreas de software y servicios, siempre en un entorno enmarcado en el desarrollo de las nuevas tecnologías. En esta línea GPP, a través de su filial Logic Control, está realizando grandes esfuerzos para que los clientes migren a aplicaciones más avanzadas, concentrando sus esfuerzos de investigación y desarrollo hacia productos compatibles con Internet.



El cambio del entorno de la tecnología y la adaptación de recursos utilizados hacia la red son oportunidades que Logic Control puede aprovechar para consolidar su liderazgo en el mercado español y asimismo ampliar su mercado objetivo.

El desarrollo de Logic Control en los próximos seis / doce meses pasa sobretodo a través del continuo desarrollo de su oferta de servicios "tradicionales" de software empresarial para su base de clientes pymes y despachos profesionales. Logic Control aprovechando su dilatada experiencia en el mercado de software tradicional, tiene el objetivo de convertirse en un futuro en uno de los principales proveedores de ASP en España. Asimismo, el desarrollo de programas ERP será otro de los ejes de desarrollo a futuro de la compañía. La evolución que se espera de esta división en los próximos años es la siguiente:

**Evolución estimada de la división de software**

	2000	% crecimiento esperado	
		2001E	2002E
'000 Eur			
Ventas	6.058	400%-420%*	9%-13%
EBITDA	1.556		
% Margen	25,7%		
EBIT	1.422		
% Margen	23,5%		

\* El crecimiento del 2001 de aproximadamente un 400-420% respecto al año 2000 es consecuencia de que en el ejercicio 2000 Logic Control consolidó solamente 2 meses. El crecimiento en ventas del 2001 sobre un pro forma del 2000 estará entorno al 10%-15%

*dependiendo en gran medida del impacto que tendrá el efecto Euro a finales del ejercicio 2001*

Las líneas de crecimiento en términos de conseguir los objetivos marcados por la compañía sobre esta división son las siguientes:

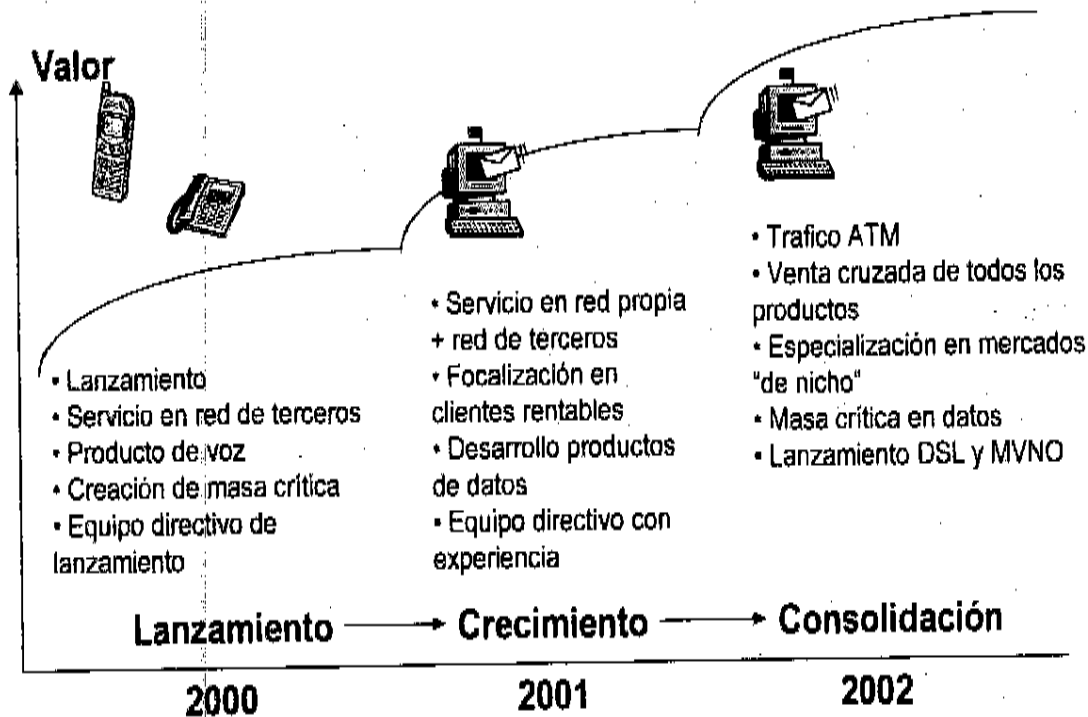
- Desarrollo de la división de software y mantenimiento de la compañía, pilar básico de los beneficios de la compañía
- Desarrollo de nuevos productos de valor añadido que complementen la oferta actual, entre los que destacan a medio plazo el lanzamiento de paquetes ERP encaminados al segmento alto de las Pymes, así como el desarrollo en un periodo de 15-20 meses de software en plataforma ASP (Application Service Provider)
- Materialización de sinergias en ventas con el resto de filiales del grupo en España, mediante el cruce de sus bases de clientes y mediante la utilización de los puntos de servicio de PPSP España y Ola Internet, con un total de 171 puntos incluyendo las franquicias
- La venta de la división de grandes cuentas de Logic Control, permitirá centrarse 100% en el segmento de las Pymes y mejorar los márgenes de la compañía
- El efecto euro impactará positivamente en la cuenta de explotación de la división, especialmente durante el último trimestre del año 2001 y el primero del 2002.
- Alianzas estratégicas corporativas y comerciales para acelerar el proceso de desarrollo una vez integradas las sinergias operativas tanto financieras así como industriales.
- Incremento de la penetración de mercado en aquellas áreas geográficas y de segmento de cliente, que se encuentren por debajo de la media de la compañía (9% en Pymes y 20% en despachos profesionales actualmente).

## **2.5 Evolución División de Telecomunicaciones**

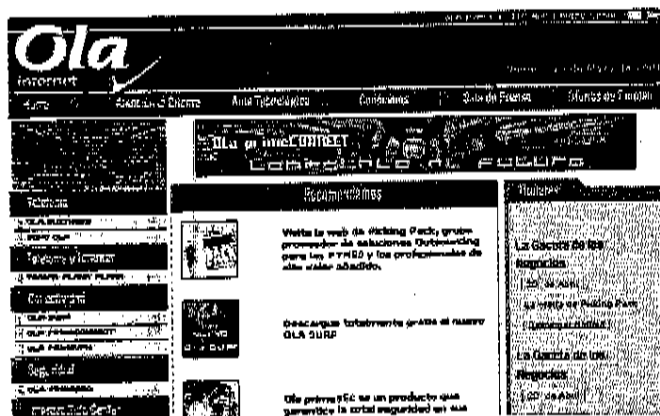
GPP complementó su oferta más tradicional de servicios con las telecomunicaciones (voz y datos) el pasado ejercicio 2000 con la adquisición de Ola, proveedor especializado en transmisión de voz y datos mediante el desarrollo y despliegue paulatino de una avanzada red propia y paralelamente con tecnología tradicional.

Tras la adquisición de Ola, GPP ha puesto a disposición de sus clientes una amplia gama de servicios globales de telecomunicaciones, adaptados específicamente para las Pymes: servicios de voz y servicios de datos (acceso a Internet de alta velocidad, correo electrónico, housing, hosting, Virtual Private Network etc.).

La estrategia de la división de telecomunicaciones de GPP se basa en la captación de un gran número de clientes a través de la tarifa plana de telefonía (Voz), con el objetivo de ofrecerles otros productos de mayor valor añadido, como los servicios de datos. En los próximos 3/6 meses la compañía espera lanzar al mercado nuevos productos: venta de minutos, tarifa plana metropolitana, acceso de pago a Internet, etc



Ola es uno de los primeros operadores que ha introducido en el mercado español un negocio basado en productos innovadores con la primera tarifa plana para llamadas provinciales e interprovinciales, jugando con la ventaja de ser un "first mover", si bien hay que remarcar que se esta produciendo en el mercado un notable incremento de la competencia en el sector de las telecomunicaciones, que puede ralentizar el desarrollo del plan de negocio por los operadores o la tecnología utilizada.



Desde finales del 2000 la compañía ha trabajado en el diseño de su modelo de negocio móvil virtual orientado específicamente a las Pymes. Por el momento, la compañía está en conversaciones con los principales operadores móviles a la espera de que el Ministerio de Ciencia y Tecnología apruebe la normativa que regula la actividad de los operadores virtuales en España. A día de hoy, no hay ninguna decisión tomada al respecto, siendo hasta la fecha un estudio potencial.

Un MVNO (Mobile Virtual Private Operator), como ya comentado anteriormente, ofrecerá servicios de comunicaciones móviles a los clientes. El MVNO alquila capacidad en la red de radio de otro operador móvil para encaminar las llamadas entrantes y salientes a cambio de una contraprestación por la utilización de esos recursos (interconexión). Por tanto, no dispone de puntos elevados, antenas o estaciones de base. El modelo de negocio requiere de menores inversiones en infraestructura que las características de un operador móvil permitiendo enfocar los recursos en la oferta y servicios ofrecidos al cliente final. La figura del MVNO permite disponer del control sobre el cliente y la capacidad para diferenciarse en la oferta en términos de precios, servicios, aplicaciones y contenidos ofrecidos.

Asimismo, Ola Internet está analizando la posibilidad de incrementar sus servicios por medio de la prestación de servicios ADSL (Línea de Abono Digital Asimétrica), que permite conectarse a Internet a tiempo completo a un precio asequible, empleando la línea telefónica convencional sin ocuparla. Este modelo de negocio está todavía en proceso de estudio y no ha sido tomada ninguna decisión al respecto. La liberalización del bucle local permite a Ola Internet ofrecer a sus clientes servicios de banda ancha a través de la tecnología xDSL.

El xDSL es una tecnología que permite la transmisión de todo tipo de servicios de datos multimedia de alta velocidad (voz, datos, imágenes, VPNs, Internet...) que requieren un gran ancho de banda. El ancho de banda es la capacidad del medio de transmisión necesaria para soportar una carga de información. A medida que el medio de transmisión cuenta con más amplitud, mayor es la información que se puede transmitir a mayores tasas de velocidad. La tecnología xDSL permite que voz y datos pasen por el mismo circuito, el par de cobre de la red telefónica convencional, multiplicando la cantidad de información que se puede transmitir por las líneas telefónicas convencionales al adoptar un protocolo de señales eléctricas distinto al que actualmente se usa para la transmisión de datos. Los incrementos pueden llegar a multiplicar por

125 el rendimiento de los actuales módem de 56 KBps haciendo realidad la transmisión multimedia "sin saltos".

En esta línea, las proyecciones de crecimiento de la división esperadas por el management una vez que la compañía ha consolidado su business plan durante el año 2000 y 2001 es el siguiente:

**Evolución estimada de la división de telecomunicaciones**

'000 Eur	2000	% crecimiento esperado	
		2001E	2002E
<b>Ventas</b>	13.695	160-170%*	90%-95%
<b>EBITDA</b>	13.195		
<b>% Margen</b>	-96,3%		
<b>EBIT</b>	-14.535		
<b>% Margen</b>	-106,1%		

*\* El crecimiento en ventas del año 2001 de aproximadamente un 160-170% es consecuencia que durante el año 2000 Ola Internet empezó a consolidar en grupo empezando en Julio 2000, cuando apenas la compañía tenía todavía facturación alguna y era todavía un proyecto. La evolución de los clientes contratados en el 2000, impactará al 100% en el 2001 añadiéndose a las nuevas altas del ejercicio 2001.*

La compañía estima que se obtendrán resultados operativos positivos durante el segundo / tercer trimestre del 2002.

Las claves para conseguir las proyecciones requeridas por la compañía son las siguientes:

- Obtención del número de clientes pymes objetivo de la compañía, ofreciéndoles servicios adicionales de valor añadido al producto estrella: la tarifa plana.
- Nuevos productos que complementen la cartera actual y que fidelizen en mayor medida a nuestros clientes.
- Enfoque en los servicios de valor añadido: marketing, distribución y atención al cliente.
- Ofrecer una oferta como la actual a nivel de la calidad de las transmisiones de voz y datos. Esto se hará compartiendo la transmisión de voz con la red tradicional y de datos con la red propia.
- Materialización de sinergias en ventas mediante el cruce de la base de clientes con Logic Control y PPSP España que cuentan conjuntamente con más de 100,000 clientes pymes y despachos profesionales.

- Utilización de la red de puntos de venta de PPSP España y de Logic Control (345 puntos de servicios entre centros propios, franquicias y distribuidores).
- Acuerdos estratégicos que permitan ofrecer un mayor valor a nuestros clientes y un desarrollo mayor y mas rápido del modelo de negocio.
- Importante reducción de las inversiones (en el 2001 frente a los 30 millones de Euros estimados se invertirán aproximadamente 8 millones de Euros). Esta reducción ha sido ya implementada.
- Reducción de costes operativos de aproximadamente entre 0,9 y 1,2 millones de Euros al mes que ha sido ya implementada.

## **2.6 Evolución de los negocios consolidados de GPP**

Durante los próximos meses, como ya anunciado públicamente, GPP continuará incurriendo en pérdidas consecuencia prácticamente exclusiva de su división de servicios de telecomunicaciones. Las divisiones históricas de la compañía formada por las filiales de PPSP UK, Charrette, PPSP España y la incorporación de Logic Control continuarán con su evolución histórica aportando beneficios a la compañía que servirá para financiar (en su mayor parte) las necesidades financieras de la división de telecomunicaciones representada por Ola. Esta financiación será necesaria hasta que la compañía Ola sea autosuficiente y se sitúe en su punto de equilibrio, que se espera alcanzar en el segundo / tercer trimestre de 2002, dependiendo de la acogida de sus productos en el mercado y de la consecución de los márgenes presupuestados y de las sinergias con las demás compañías del grupo.

## **3 PLANES DE INVERSIONES Y FINANCIACION PREVISTOS EN EL DESARROLLO Y EXPANSIÓN DEL GRUPO.**

### **3.1 Planes de inversiones**

La compañía ha desarrollado un plan de inversiones en inmovilizado material e inmaterial que cubrirá las necesidades tecnológicas de las diferentes divisiones para continuar liderando y compitiendo en sus respectivos mercados. Las inversiones previstas para los próximos años son las siguientes:

(Mln Euros)	2001 B	2002 E
Reprograf.	8 - 10	6 - 7
Productos	3 - 4	3 - 4
Voz+ Datos	7 - 9	4 - 5
Software	2 - 4	2 - 3
<b>Total Inversión</b>	<b>20 - 27</b>	<b>15 - 19</b>

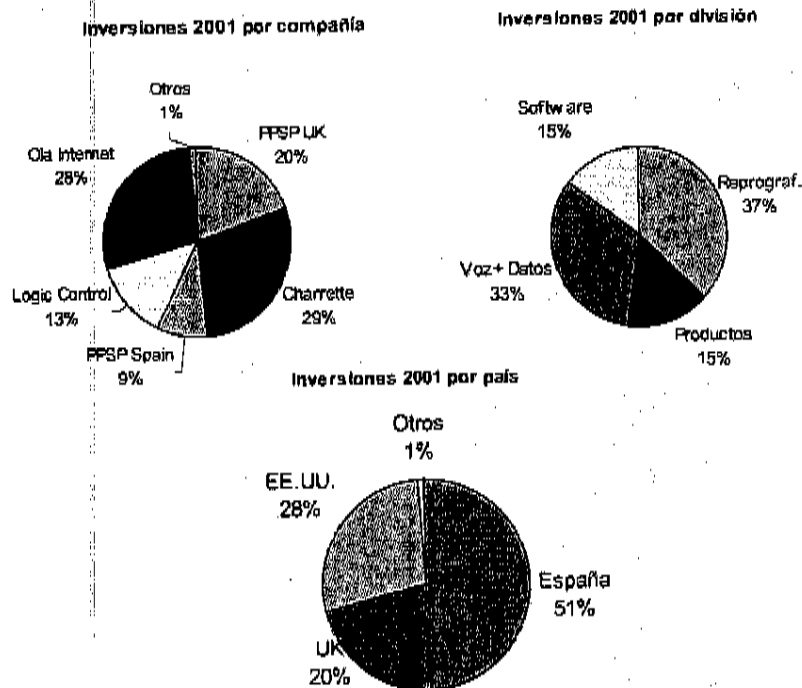
Estas inversiones se han visto fuertemente reducidas en el 2001 respecto a las primeras estimaciones principalmente debido al abaratamiento que las tecnologías han experimentado en los últimos tiempos, a la vez que se ha invertido también fuertemente durante el año 2000 para completar la digitalización de toda la red de puntos de servicio de GPP así como para el desarrollo del plan de negocio de Ola . Asimismo la decisión de subcontratar la gestión de las operaciones de red a otros operadores implica que las inversiones de Ola serán sensiblemente menores. Durante el año 2000 se dieron de alta inmovilizados materiales por un importe total de 32 millones de Euros y de inmovilizados inmateriales por valor de 20 millones de Euros.

Las inversiones previstas en Ola Internet, corresponden a sistemas de provision de servicios de valor añadido a los clientes (call centre, billing, etc)

Charrette, PPSP UK y PPSP España, contemplan inversiones en la última tecnología de reprografía digital y gestión de documentos para seguir liderando el mercado. Por su parte, PPSP UK y PPSP España tienen previstas inversiones adicionales para la implantación de SAP, sistema existente ya en Charrette.

Logic Control invertirá, principalmente, en el desarrollo de nuevos productos de software, ERP y ASP.





### 3.2 Financiación del plan de desarrollo y expansión de GPP

Grupo Picking Pack espera, bajo las hipótesis actuales del plan de negocio de la compañía, que los fondos netos obtenidos con la ampliación de capital de 112 millones de Euros realizada durante el año 2000 tras la adquisición de Ola Internet, la financiación obtenida con el crédito sindicado cerrado el pasado mes de Abril del 2001 por importe de 24 millones de Euros, la financiación con proveedores ("vendors financing") de entre 3-5 millones de Euros y el potencial apalancamiento del balance de situación le permitan financiar el desarrollo del plan de negocio de su división de telecomunicaciones, por cuanto el resto de divisiones son autosuficientes y aportar flujos de caja adicionales para dicha financiación y las "pequeñas" adquisiciones de cada compañía.

A fecha 30 de Junio 2001, último comunicado hecho público sobre la situación financiera de la compañía, la deuda neta de la sociedad ascendía a 110 millones de Euros, lo que supone un ratio de endeudamiento sobre fondos propios de 27,1% y sobre total activos de un 15,9%. Dependiendo del desarrollo del plan de Ola, el endeudamiento puede aumentar en línea o por encima de las previsiones. Además, la situación económica financiera de los mercados, con una fuerte volatilidad de los tipos de interés y la calidad del crédito, pudiera empeorar significativamente o no dicha situación de deuda y el nivel de crédito de la compañía. Las ventajas de tener unas divisiones históricas que generan EBITDA como Logic Control / PPSP UK / Charrette mitiga este riesgo.

En el supuesto en que sea necesaria la captación de recursos adicionales a los existentes actualmente, para financiar el desarrollo o adquisiciones, la sociedad matriz puede hacer uso de diferentes instrumentos financieros que permitan la captación de fondos y su posterior distribución a las filiales o divisiones deficitarias de fondos mediante la realización de préstamos o de las ampliaciones de capital pertinentes. Entre las fuentes de financiación posibles existentes, algunas que se podrían utilizar son las siguientes:

- a) Financiación tradicional a corto plazo y créditos sindicados a medio largo plazo: La compañía, que ya está utilizando, como normal esta tipología de financiación, no descarta continuar y aumentar la utilización de la misma, al poseer todavía un ratio de endeudamiento sobre fondos propios reducido, de un 27% a fecha de 30 de Junio de 2001.
- b) Mercado de deuda estructurada: Durante la Junta General de Accionistas del pasado 29 de Junio 2001 se autorizó al Consejo de Administración de la Compañía para que con sujeción a la normativa en vigor que sea aplicable pueda, en el plazo máximo de cinco años desde la aprobación del presente acuerdo, emitir obligaciones simples, bonos, warrants, y/u otros valores similares, obligaciones y bonos convertibles y/o canjeables por acciones de la Compañía, en una o varias emisiones, con o sin derecho de suscripción preferente, cuando así lo exija el interés social.
- a) Financiación con proveedores (vendors financing): En la actualidad la compañía está utilizando esta línea de financiación para alguna de las inversiones en inmovilizado material que se están produciendo en el Reino Unido y en los Estados Unidos. La política de la compañía es la de continuar con esta línea de actuación
- b) Mercado de renta variable: Hasta la fecha actual, GPP ha financiado mayoritariamente su expansión y crecimiento mediante ampliaciones de capital. Siguiendo con esta política, en la última Junta General de accionistas celebrada en pasado día 29 de Junio de 2001 se aprobó facultar al Consejo de Administración, al amparo de lo dispuesto en el artículo 153 1. b) de la vigente Ley de Sociedades Anónimas, para acordar, en una o varias veces, y en la oportunidad, cuantía y condiciones que en cada caso libremente decida, el aumento de capital social hasta una cifra máxima equivalente a la mitad del capital social establecido en el artículo 5º de los Estatutos Sociales. Las ampliaciones de capital deberán realizarse mediante aportaciones dinerarias dentro del plazo máximo de cinco años a contar desde el acuerdo de la Junta

- c) Venta de participaciones en filiales: En caso de tener que financiar adquisiciones sinérgicas, y en el marco de proveer sus filiales de partners estratégicos que pueden aportar conocimiento industrial, y / o recursos financieros, GPP podría potencialmente vender parte de sus porcentajes en algunas de las filiales actualmente incluidas en su perímetro de consolidación.

Durante la última Junta General de Accionistas celebrada el pasado día 19 se aprobaron adicionalmente entre otros el siguiente punto:

La Junta General de Accionistas aprobó la propuesta del Consejo de Administración de ampliar el capital social hasta un importe máximo de 4.393.737.949.- pesetas, excluyendo el derecho de suscripción preferente reconocido a los actuales Accionistas, en virtud de lo dispuesto en el artículo 159.1 de la Ley de Sociedades Anónimas, mediante la emisión de acciones ordinarias de la misma clase y serie y con los mismos derechos políticos y económicos que las actualmente en circulación, que se llevará a cabo mediante la compensación de la parte correspondiente del crédito que por importe 4.393.737.949.- pesetas ostentan los vendedores de LOGIC CONTROL, S.A., en concepto de precio aplazado de la arriba indicada compraventa.

### **3. RIESGOS ASOCIADOS A LA ACTIVIDAD ORDINARIA DE LA SOCIEDAD**

A continuación se detallan una serie de riesgos potenciales a los cuales se encuentra expuestos el emisor

#### **4.1 Riesgo de la Estabilidad Económica**

Los inversores deben considerar que una compañía internacional como es Grupo Picking Pack esta expuesta a una serie de riesgos adicionales a los de cualquier compañía de carácter exclusivamente nacional. Actualmente, se esta atravesando por un periodo de ralentización económica en los Estados Unidos que puede en cierta medida impactar en la zona euro de continuar su evolución. Hasta la fecha no se ha detectado un impacto significativo (a pesar de existir) sobre los negocios tradicionales de la compañía, si bien la compañía no descarta un impacto mayor dependiendo de la evolución de la misma y del nivel de consumo y efecto que ello tenga en nuestros mercados clave en el extranjero, el mercado AECGD (arquitectos, ingenieros, construcción y diseño gráfico).

A este riesgo hay que añadir el impacto que pueda tener las diferencias de tipo de cambio euro dólar y euro libra, en un grupo donde el 82% de la facturación del 2000 procedió de los Estados Unidos y del Reino Unido. Este riesgo es contrarrestado por GPP con políticas de cobertura de

tipo de cambio. A medio plazo este riesgo se verá disminuido debido al incremento % que supondrá la facturación de la zona euro sobre el total (entorno al 40% en el 2003)

#### **4.2 Riesgos del Entorno Competitivo**

En las divisiones históricas de la compañía, el riesgo de nuevos competidores o de avance de los actuales no es mayor que el existente en cualquier otro sector de actividad. Este riesgo se mitiga con la continua inversión en últimas tecnologías y en Investigación y Desarrollo que nos permite estar entre los líderes de mercado en cada uno de los sectores en los que estamos presentes.

En lo que respecta a la división de telecomunicaciones, la presencia de competidores es cada vez más relevante, si bien la compañía ha tenido la oportunidad de ser un "first mover" en la oferta de servicios inovativos a pymes, que le ha permitido hasta la fecha adelantarse a la competencia. No es sin ello descartable el posible impacto futuro de esta competencia, si bien se espera paliar con el lanzamiento de nuevos productos de valor añadido a la oferta actual así como mediante alianzas estratégicas con otras compañías relevantes del mercado español.

#### **4.3 Riesgos derivados de las nuevas tecnologías de OIa Internet**

Los inversores deben considerar que esta compañía se enmarca dentro del sector de telecomunicaciones, sector muy inestable en la actualidad y de alta volatilidad en el mercado bursátil que está haciendo que en estos momentos se esté penalizando a los accionistas de la compañía con una significativa reducción en el valor de la cotización, al asociar los inversores y el mercado en general a GPP con nuevas tecnologías, cuando la realidad es muy diferente al proceder más del 80% de la facturación de la compañía del sector de la Economía Tradicional.

#### **4.4 Riesgos derivados de la volatilidad de las acciones**

La compañía no descarta que la acción continúe con la fuerte volatilidad actual, si bien considera que no es un problema achacable en ningún momento a la actividad ordinaria de la compañía, sino al ser la compañía catalogada como Nuevo Mercado y por encontrarse actualmente todas las bolsas a nivel mundial en un periodo de recesión que está haciendo que el dinero de los inversores se refugie en compañías más tradicionales y de menor riesgo. La compañía y su equipo directivo considera que los inversores volverán a los mercados y que aquellas empresas que se encuentren bien posicionadas serán las que saquen mayor rendimiento.

#### **4.5 Riesgos de Balance**

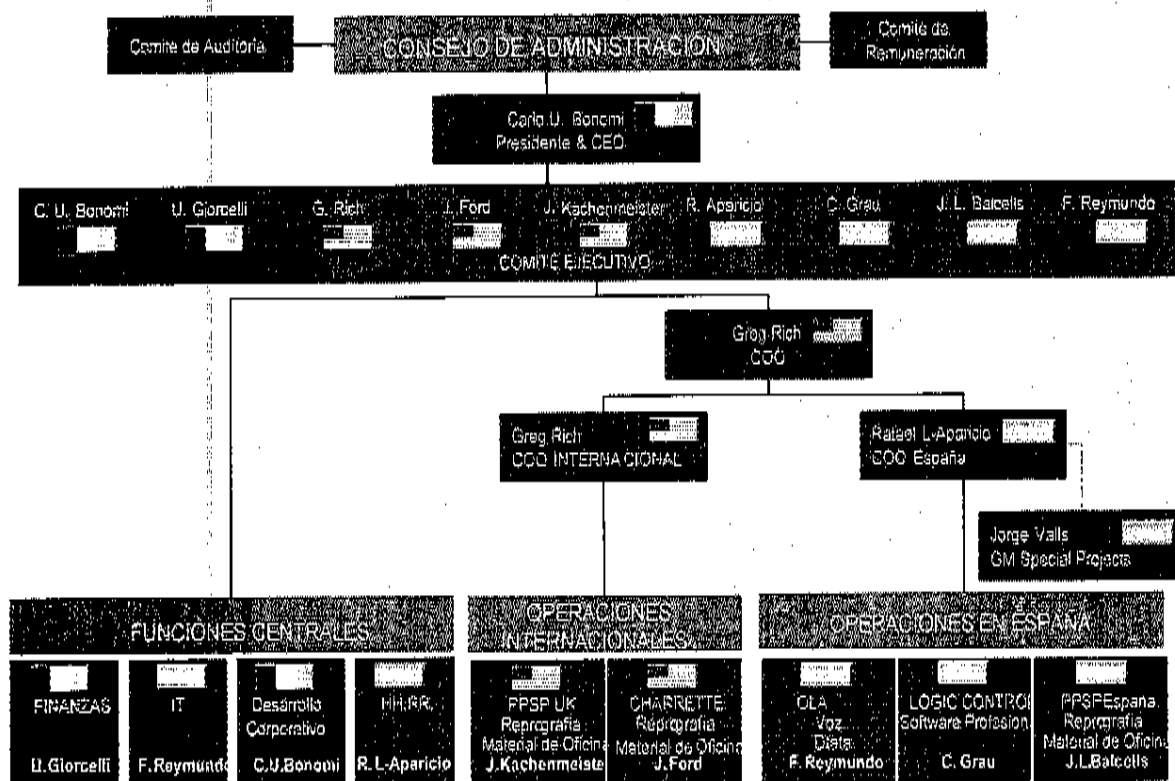
La evolución de las inversiones de GPP, así como los niveles de pérdidas a nivel operativo actuales de la compañía debidas a Ola Internet, y hasta que llegue su momento de "break even" esperado para el 2002, y por hacer frente a posibles adquisiciones, puede hacer que se requiera, si no se cumplen los planes, nueva financiación adicional, ya sea vía deuda, mediante nuevas ampliaciones de capital, o venta de participaciones en filiales u otros instrumentos financieros como ya ha sido remarcado en el apartado anterior.

#### **4.6 Riesgo de "difícil" comprensión del modelo de GPP por parte de los analistas financieros**

El modelo de negocio de GPP - que ha sido perfilado en su trayectoria de desarrollo hasta la elaboración de una oferta integrada de servicios de "back office" para las pymes y los despachos profesionales y que incluye servicios de reprografía digital, de material de oficina, de telecomunicaciones y de software empresarial - no tiene actualmente en el mercado (y sobretodo en el Sur de Europa) ejemplos tangibles de compañías "comparables". Esta unicidad del modelo de GPP puede implicar que los analistas financieros que intenten valorar la compañía, al no tener referencias inmediatas a compañías "parecidas", tengan dificultades en la plena comprensión del modelo de negocio de Grupo Picking Pack.

#### **4.7 Riesgo de salida de gestores clave de la organización**

El riesgo de salida del equipo directivo, está paliado al contar la compañía actualmente no solo con los principales integrantes del equipo directivo inicial sino por el refuerzo que este equipo ha experimentado con directivos procedentes de empresas punteras (Cisco Systems, Danka, Ono, Telefónica, Kodak, etc)



#### 4.8 Riesgos asociados a la infraestructura tecnológica

En lo referente a la economía tradicional del grupo, este riesgo está mitigado. Por lo que respecta a la división de telecomunicaciones del grupo, la compañía continúa dependiendo de contratos y relaciones comerciales con operadores como Telefonía, Uni2, BT, etc., por lo que una ruptura de dichos contratos o un incumplimiento por la otra parte podría dañar seriamente su negocio consecuencia del no funcionamiento de la última tecnología desarrollada por el socio tecnológico y del fallo de transmisiones locales o globales. Esto no solo provocaría una reducción potencial de los ingresos, sino de también de los márgenes y de la imagen de la compañía. El hecho que Ola está subcontratando su tráfico a otros operadores puede reducir este riesgo al existir en el mercado diferentes proveedores de este servicio.

En lo referente a la división de software de la compañía, no se prevé ningún riesgo notable al no depender en ninguna medida de socios externos y poseer todo su desarrollo de software empresarial y de mantenimiento de servicio de desarrollo interno.

Por último y como ya comentado anteriormente, aunque la información contenida en este documento se corresponde con la mejor estimación de la sociedad sobre dichas perspectivas y proyecciones, las mismas se basan en hechos futuros e inciertos cuyo cumplimiento es imposible de determinar en el momento actual, especialmente en el sector de las nuevas

tecnologías y donde la reciente situación macroeconómica de cada país puede tener efectos adversos en la evolución de los negocios

Fdo.

  
D. Matteo Buzzi

Relaciones con Inversores

  
D. Stefano Pellegri

Group Controller

CC:

Robin Holland Martin, Presidente Comité de Auditoria GPP  
Ugo Giorcelli , Director Financiero GPP