

Junta General Accionistas

Barcelona, 30 de junio de 2011



Service Point

Agenda

- Service Point en 2010
- Service Point en 2011
- El Proyecto: Service Point

Service Point

Agenda

- Service Point en 2010
- Service Point en 2011
- El Proyecto: Service Point

Service Point en 2010

Conclusiones

Año de intenso trabajo no recogido en resultados: foco en ventas, costes, gestión de nuestros recursos.

Desaceleración generalizada de la actividad de los clientes en 2º semestre.

Negociación de los términos y aspectos técnicos de nuestro sindicato bancario: estabilidad.

Ampliación de Capital sobresuscrita por accionistas con menor descuento de las realizadas en el mercado.

Adquisición de Holmbergs en Suecia- Reestructuración participada en Francia – Cambios en equipos.

Service Point en 2010

Resultados

Millones de euros

	2009	2010	Dif %
Ventas	216	205	-5%
Margen Bruto	146	136	-7%
EBITDA Recurrente	19.4	14.5	-25%
EBITDA	13.7	8.5	-38%
EBIT	0.3	-2.5	-

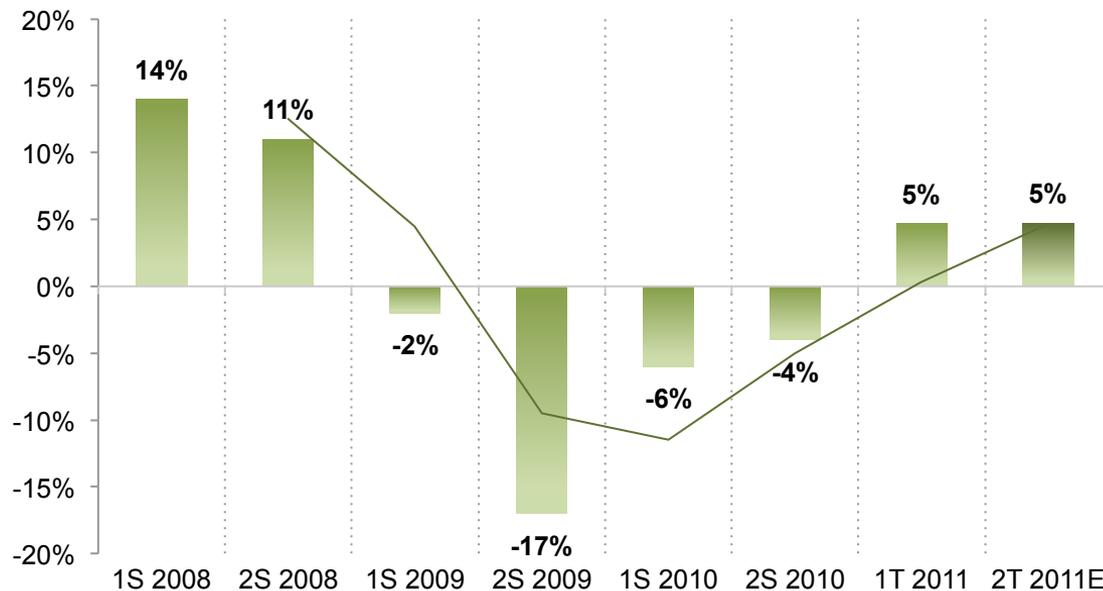
* Excluye Francia y gastos de reestructuración



Service Point en 2010

Inflexión en la evolución de ventas

■ Evolución semestral de las ventas frente al mismo semestre del año anterior



Service Point en 2010

Renegociación de la deuda

Febrero 2011: Service Point cierra con éxito la renegociación de su deuda.

Acuerda con el 100% de su sindicato bancario una extensión hasta 2º semestre de 2013.

Establecimiento de nuevos covenants financieros en línea con plan de negocio 2011-2013.

El acuerdo refuerza el balance de Service Point y le da estabilidad a su futuro.

Permite disponer de liquidez necesaria para su plan de negocio 2011-2013.

Service Point en 2010

Ampliación de capital sobresuscrita. Entrada en Suecia (Holmbergs)

La Junta Extraordinaria de Accionistas aprobó la **ampliación de capital** parcialmente liberada por un total de €14,5m en efectivo.

Se destinará a reforzar el balance, apostar por el desarrollo orgánico y la potenciación de su canal on-line, para lo que destinará €9,5m y para la adquisición de Holmbergs a lo que se aplican €5m.

Adquisición Holmbergs (Suecia): Cierre mayo 2011. Compañía atractiva, bien gestionada complementaria a SPS. Ventas 2010 = €13,7m y EBITDA 2010 = €2,1m.

Transacción con fuerte racional industrial y generación valor económico y financiero.

Líder en mercado Escandinavo - Área con fuerte crecimiento económico esperado en 2011.

Service Point en 2010

Evolución en Bolsa



SMALL CAP: +6.4%
IBEX: +2.9%
SPS: -2%



Service Point en 2010

En definitiva

1

- Resultados por detrás de lo que esperábamos a junio 2010.

2

- Trabajo de costes que ha amortiguado caída del resultado.

3

- Saneamiento inversión en Francia para evitar cualquier impacto futuro.

4

- Renegociación términos bancarios para dar mayor estabilidad.

5

- Aumento del perímetro y mayor base de capital.

6

- Profunda frustración con el comportamiento bursátil.

Service Point Solutions

- Service Point en 2010
- Service Point en 2011
- El Proyecto: Service Point

Service Point en 2011

Qué dijimos en 2010 – qué mantenemos hoy

Cautela con entorno económico.

El número de empresas de impresión tiende a disminuir pero “mueren matando”.

La impresión de gran tirada tiene menos viabilidad que la impresión digital.

Los vectores de crecimiento de SPS son la impresión-bajo-demanda y la impresión online.

Estructura cada vez más centrada en clientes y vender.

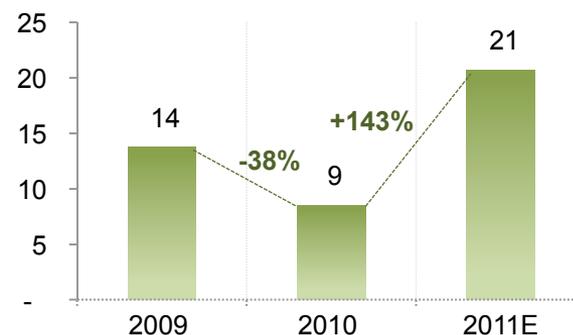
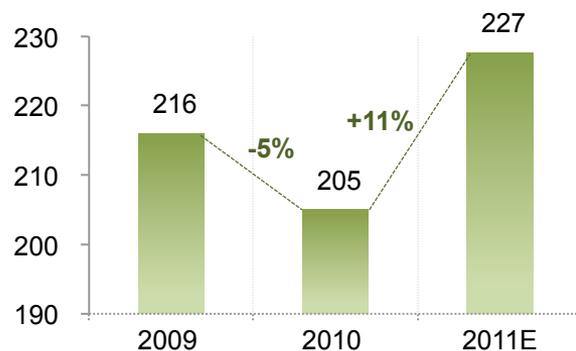
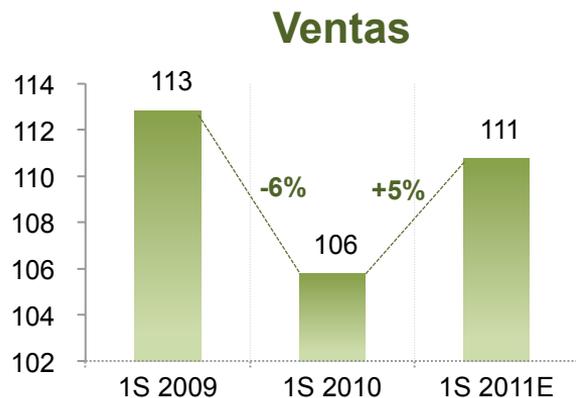
Tenemos mayor tamaño relativo que nuestros competidores que suelen ser locales.

Apuesta internacional, diversificación de nuestros ingresos, poca presencia en España.

Service Point en 2011

Expectativa operativa

Esperamos un avance significativo de las ventas y el EBITDA.



Service Point en 2011

Qué esperamos en 2011

	1S 11E	1S 10	2011E	2010
Ventas	111	106	227	205
EBITDA	9	8	21	8.5
B° Operativo	4	2	9	-2.5



Service Point en 2011

En definitiva

1

- Crecimiento neto positivo en ingresos.

2

- Mejora substancial del EBITDA por cumplimiento de ingresos y rigor en costes.

3

- Reducir endeudamiento absoluto y relativo.

4

- Revisión de actividades consideradas no estratégicas.

5

- Resultados, especialización y tamaño.

Service Point Solutions

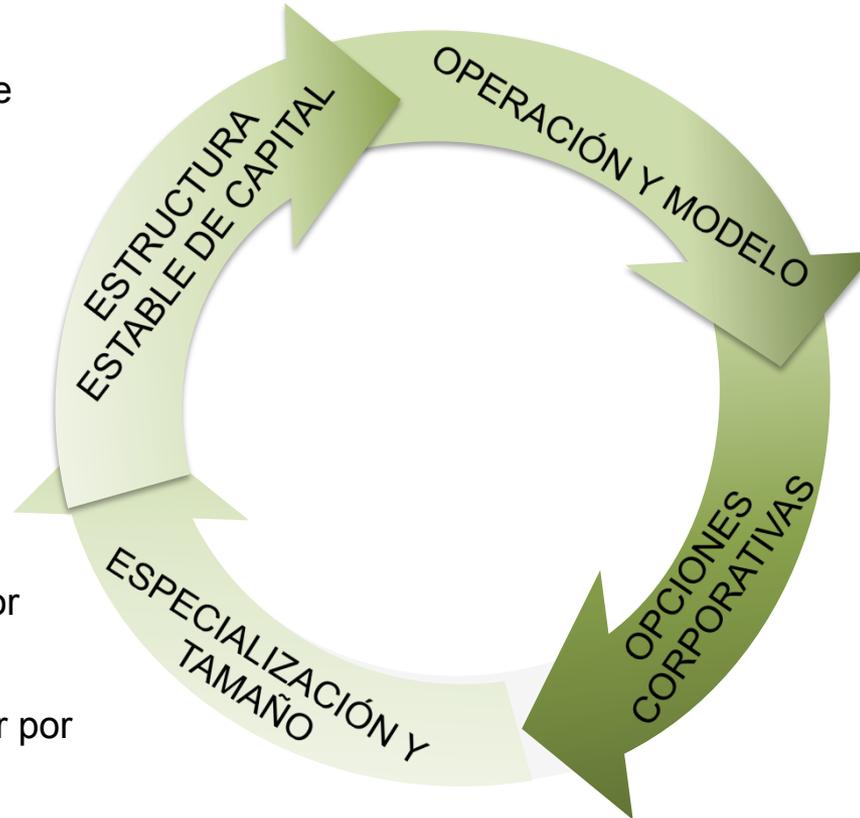
- Service Point en 2010
- Service Point en 2011
- El Proyecto: Service Point

El Proyecto: Service Point

Aspectos claves para nuestro éxito sostenible

- Fortalecimiento de balance
- Generación de caja
- Reducción deuda neta

- Mejora de márgenes y generación de recursos por especialización
- Mayor generación de valor por tamaño



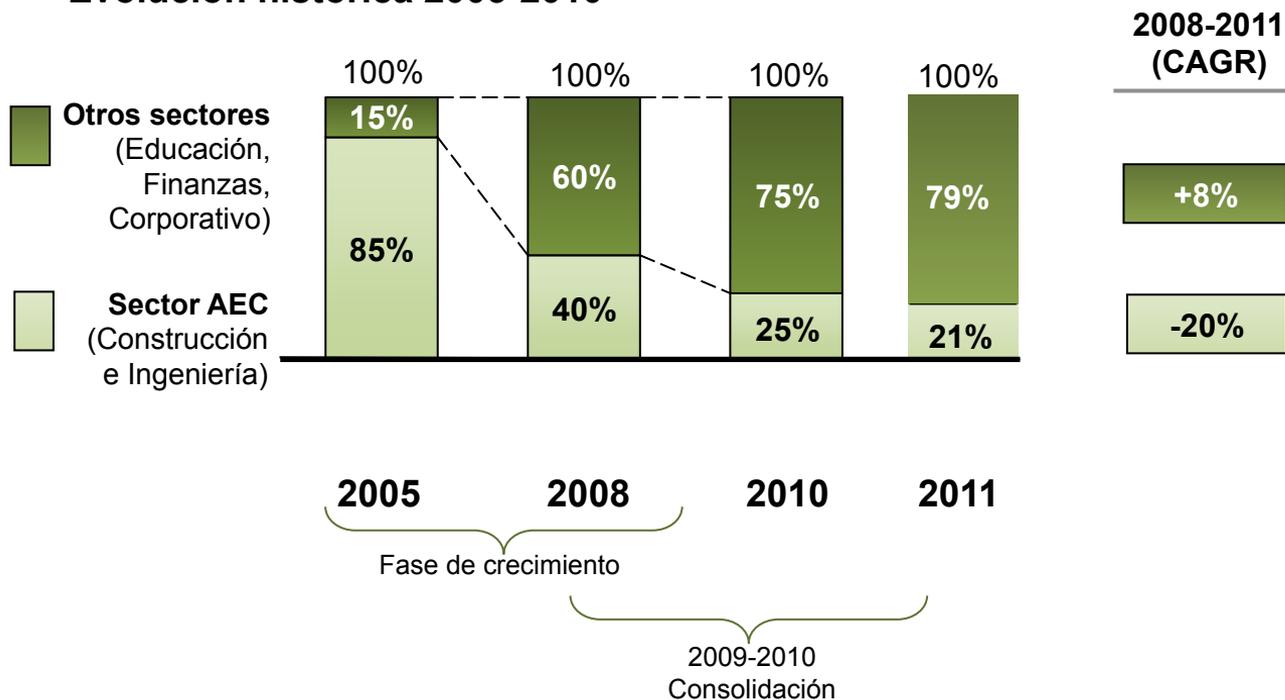
- Sobrecapacidad del sector
- Migración a digital
- Modelo de negocio

- Zonas geográficas
- Actividades de negocio
- Migración online

El Proyecto: Service Point

Operación y mix sectorial de Service Point

Evolución histórica 2005-2010



Ventas Totales	90	238	205	227
Ventas AEC	77	95	51	48

El Proyecto: Service Point

Modelo operativo

Modelo de Costes

- Seguir reduciendo la base de costes.
- Gestión de la producción.
- Rol de compras en la toma de decisiones.

Modelo Ingresos

- Transformar un modelo sectorial de gestión local, capilar, con fuerte componente operativo a un modelo de clientes escalable en productos y servicios homogéneos en los países donde estamos presentes.
- Potenciar la venta cruzada, el negocio internacional y la captura de posición en online a partir de nuestros clientes históricos tradicionales y estables (+30.000).

Modelo Geográfico

- Europa continental (46% ventas 2011)
- Reino Unido (24% ventas 2011)
- Escandinavia (22% ventas 2011).
- USA (8% ventas 2011)
- [Emergentes: Rusia, Brasil, Nigeria, HK]

Productos y Servicios

- Impresión digital.
- Gestión de servicios de impresión.
- AEC Group (Negocio técnico)
- CFI (Negocio financiero)
- Impresión online (fotoalbumes/ educación y editorial/B2B)

El Proyecto: Service Point

Evolución de negocios (I)



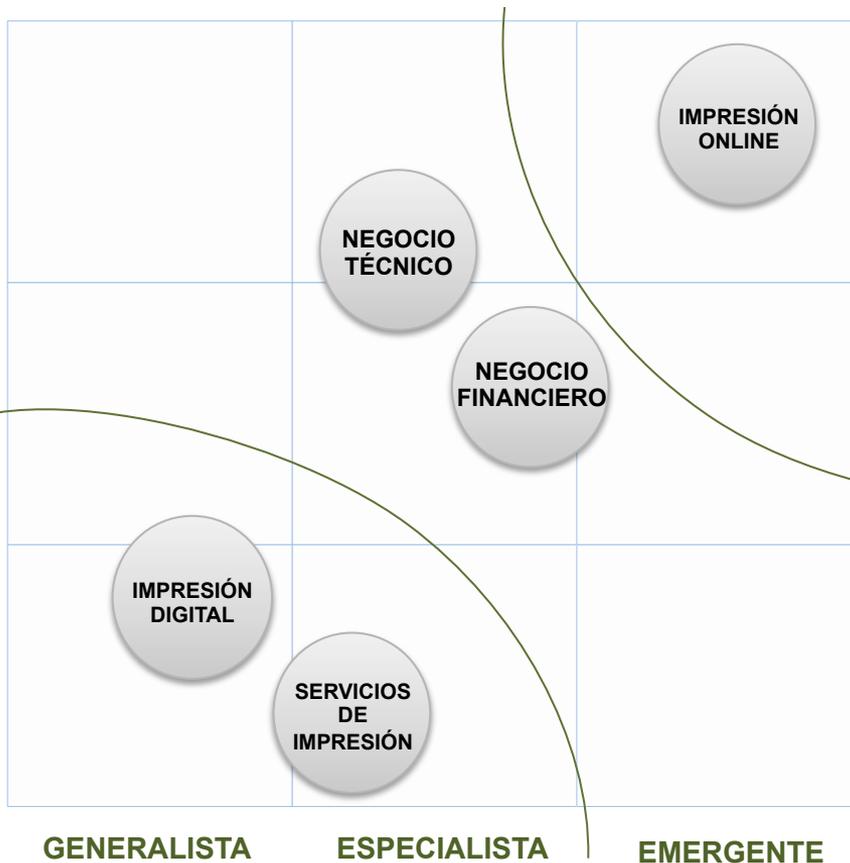
El Proyecto: Service Point

Evolución de negocios (II)

+ VALOR
AÑADIDO

- Desarrollo internacional a partir de las posiciones líderes que ocupamos.
- Fuerte vinculación que blinda la relación y recurrencia con el cliente.
- Equipos propios especialistas.
- Crecimiento por captura de cuota de mercado.
- Crecimiento en ventas –dígito simple.
- Objetivo EBITDA $\geq 10\%$.
- Generador de recursos.

- VALOR
AÑADIDO



- Desarrollar el canal con equipo propio para todo el grupo.
- Crecimiento en ventas $\geq 25\%$ pa 2011-2015 orgánico.
- Objetivo margen EBITDA $\geq 25\%$.
- Necesario invertir en desarrollo y adquisiciones.

El Proyecto: Service Point

En definitiva

1

Cautela con el entorno.

2

Foco en resultados, rigor en costes, aumento del número de clientes por especialización = más ventas.

3

Generar más caja para fortalecernos.

4

Revisión de nuestro modelo de negocio y visión para mejorar frente a la competencia.

5

La especialización mejora nuestro posicionamiento.

El tamaño nos da más opciones para general valor.

Service Point Solutions

Gracias