

grupo



Informe Nuevo Mercado 2002

Mayo de 2002

COMUNICACIÓN DE HECHO RELEVANTE

Grupo Picking Pack, S.A.,(GPP) (en línea con las demás compañías pertenecientes al Nuevo Mercado) 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 al marcha y evolución del negocio, así como las perspectivas del mismo procede por medio del presente escrito a comunicar el siguiente hecho relevante sobre la evolución y perspectivas del negocio y planes de inversión y financiación

Como toda compañía cotizada en el nuevo mercado, la información suministrada en este informe contiene estimaciones de futuro sujetas a riesgos e incertidumbres. Adicionalmente, cualquier información referida a expectativas, proyecciones u otras circunstancias a futuro, están sujetas a hechos futuros cuyo cumplimiento en determinados casos es imposible de determinar en el momento actual por el equipo gestor. En particular información referida a ventas futuras, beneficios, planes de negocio y objetivos están sujetos a riesgos, no controlables por la compañía y que pudieran ser causa de que dichos resultados difirieran significativamente o no de las estimaciones aquí tratadas. La información a futuro aquí suministrada no representa una garantía del rendimiento futuro de la compañía. Los datos económicos 2002 presentados en este folleto son resultados no auditados y no aprobados en Junta General de Accionistas.

Este documento tiene por objeto principal suministrar información sobre la evolución actual y estimada a futuro de la compañía, pero no esta formulado con el objetivo de crear unas bases de inversión para los lectores del mismo. Se sugiere que los potenciales inversores de la compañía consulten los estados financieros de la misma en la información pública de GPP disponible en la CNMV (www.cnmv.es) y sean asesorados por firmas independiente. La acción de GPP cotiza en el Índice del Nuevo Mercado y puede estar sujeta a una alta volatilidad en el mercado en línea con otras compañías dentro del sector tecnológico.

RESUMEN EVOLUCIÓN DE LOS NEGOCIOS

Perspectiva General de la Compañía

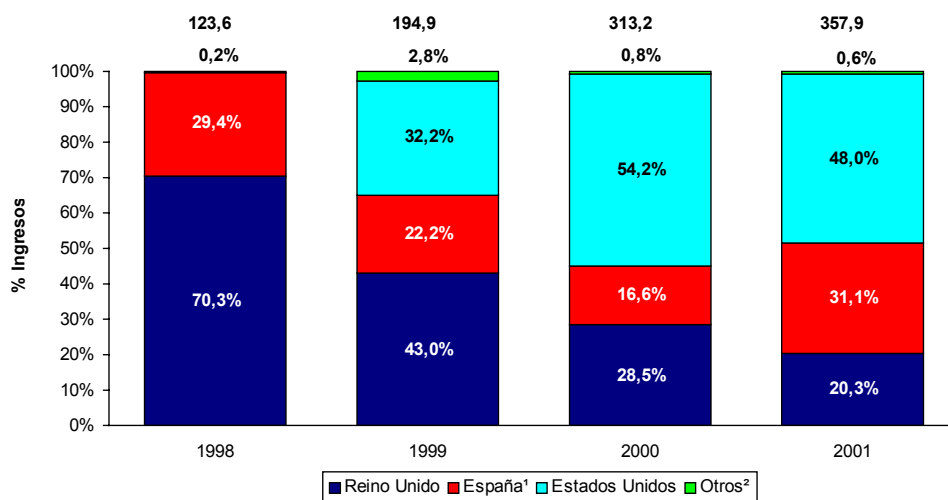
GRUPO PICKING PACK S.A., ("GPP") (www.pickingpack.net) es una compañía dedicada a proveer servicios de reprografía digital y gestión de documentos así como material de oficina especializado, con especial atención al colectivo de Arquitectos, Ingenieros, Constructores y Diseñadores Gráficos ("AECGD").

GPP opera principalmente en España, Reino Unido y Estados Unidos

- En el **Reino Unido** (www.servicepointuk.com), GPP opera a través de Picking Pack Service Point UK Ltd ("PPSP UK"), compañía fundada en 1918 y adquirida por GPP en 1998. PPSP UK es una empresa puntera en servicios de reprografía de alto valor añadido así como en la gestión y transmisión electrónica de documentos.. Actualmente, PPSP UK presta sus servicios a través de una red de más de 60 puntos de servicio y es la compañía líder del sector con una cuota de mercado del 30% en la industria AECGD. En su dilatada trayectoria empresarial la compañía se ha hecho con una cartera de aproximadamente 40.000 clientes.
- En **España** (www.pickingpack.es), GPP opera a través de Picking Pack Service Point España, S.A. ("PPSP España") ,fundada en 1980, y cuenta con una red de más de 140 puntos de servicio. Inicialmente, PPSP España estaba dirigida exclusivamente al sector de material de oficina y está evolucionando progresivamente hacia el segmento superior de reprografía digital y gestión de documentos. La compañía cuenta actualmente con una base de clientes de aproximadamente 20.000
- En **Estados Unidos** (www.charrette.com), GPP opera a través de su filial Charrette Corporation ("Charrette"), compañía fundada en 1964 y adquirida por GPP en 1999. Charrette comercializa material de oficina de alto valor añadido, así como servicios de reprografía digital y opera fundamentalmente en la costa este de los Estados Unidos, donde concentra la mayor parte de su red de puntos de venta, con más de 45 puntos de servicio. En la actualidad Charrette cuenta con una cartera de aproximadamente 42.000 clientes.

La expansión internacional de GPP ha permitido diversificar geográficamente su fuente de ingresos, como muestra el gráfico siguiente:

Ingresos de GPP desglosados por zonas geográficas (1998 – 2001) (Millones de €)



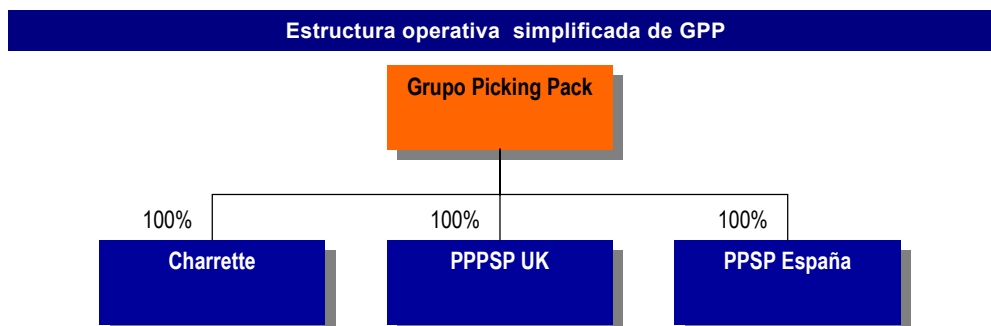
(1) Incluye los ingresos relacionados con Ola Internet y LogicControl.

(2) Incluye Italia, Alemania e Irlanda

.GPP es hoy en día una empresa con una estrategia definida y muy bien posicionada para liderar el proceso de consolidación en la industria de reprografía y de gestión de documentos técnicos. Más de treinta años de experiencia en Estados Unidos y en el Reino Unido avalan a GPP.

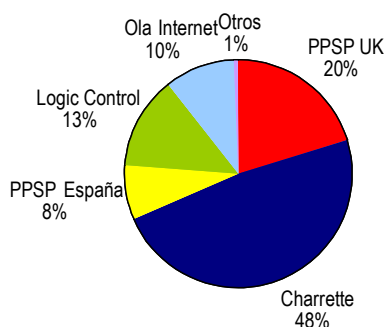
Estructura corporativa de GPP

El gráfico siguiente muestra de forma simplificada la estructura actual del GPP:



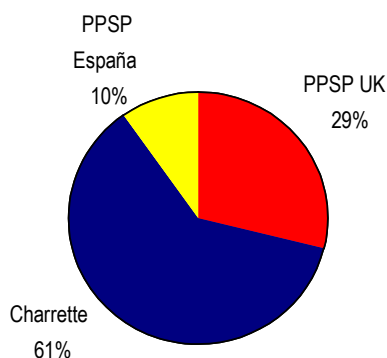
La tabla siguiente muestra el desglose de las ventas de GPP al cierre de 2001, donde se aprecia el peso que sobre los ingresos totales del Grupo suponen las tres divisiones principales del grupo; PPSP España, PPSP UK y Charrette

Desglose Ventas por Compañías de GPP (año 2001)



En 2002, Ola y Logic Control ya no consolidan dentro del perímetro de Grupo Picking Pack, lo cual supone un mix de venta diferente al de finales de año 2001. A continuación se incluye un gráfico con la distribución de las ventas de la compañía durante el primer trimestre 2002

Desglose Ventas por Compañías de GPP (Q1 2002)



Cada una de las filiales de GPP tiene su propio equipo directivo que se enfoca casi exclusivamente en el funcionamiento operativo a nivel local al tiempo que cumple con los objetivos de negocio establecidos por el equipo directivo de la matriz. Los responsables de cada una de las compañías operativas cuentan con gran experiencia en la industria local de reprografía digital y gestión de documentos y de suministro de material de oficina especializado.

Con las desinversiones en los negocios no estratégicos, en Logic Control (en diciembre de 2001) y en Ola Internet (pendiente, pero que se espera realizar durante el año 2002), la dirección de GPP ha decidido de esta forma concentrar el 100% de sus operaciones en los sectores tradicionales de reprografía digital y material de oficina especializado. La actividad en estos dos sectores ha supuesto siempre más del 80% de las ventas a nivel general y el 100% de las ventas de sus mercados principales, Reino Unido y Estados Unidos.

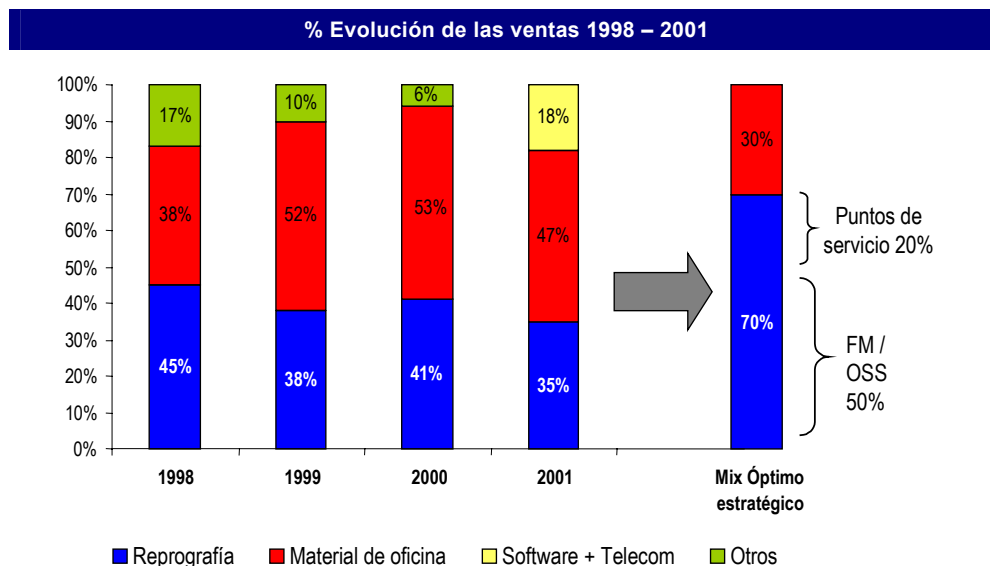
El objetivo de GPP es convertirse en la compañía líder en el suministro de servicios de gestión de documentos e información para la industria de reprografía digital a nivel mundial.

Estrategia corporativa de GPP

Las claves de la estrategia de GPP son las siguientes:

- Enfoque creciente en el negocio de reprografía, en particular en aquellos segmentos con márgenes más altos como los servicios de Facility Management (“FM”) y de On Site Services (“OSS”), que ofrecen mayor potencial de crecimiento (sobre todo en España y en Estados Unidos) que los mercados maduros de material de oficina.
- Enfoque en el crecimiento orgánico y en la mejora de la rentabilidad de la infraestructura existente (a través, por ejemplo, de la introducción y el desarrollo del nuevo concepto de reprografía digital en España). GPP tampoco descarta futuras adquisiciones estratégicas para complementar los negocios actuales y expandirse hacia nuevos mercados atractivos, aunque en la actualidad GPP se concentra en el desarrollo de sus negocios existentes.
- Empleo de las tecnologías disponibles más avanzadas de cara a mejorar la calidad de los productos y servicios ofrecidos. GPP sigue comprometido con el desarrollo de nuevas soluciones tecnológicas, como “los sistemas de archivo inteligentes”, negocio innovador, de alto valor añadido, que es complementario de la oferta de servicios de FM y OSS de GPP.
- Desarrollo de los canales relacionados con las nuevas tecnologías como son la gestión documental y los servicios de e-repro. Ambos servicios son considerados claves en la oferta de servicios de valor añadido de GPP, por contar con márgenes elevados, posicionarse por delante de la competencia y por que al mismo tiempo mejora la eficiencia y el ahorro en costes a nuestros clientes.
- Enfoque en los clientes que generan un mayor valor añadido. En el Reino Unido, GPP ha logrado este objetivo explotando su imagen de empresa que ofrece servicios de reprografía de alta calidad al sector de arquitectos, ingenieros, constructores y diseñadores gráficos (sector AECGD). Otro ejemplo es el de los Estados Unidos, donde GPP mantiene márgenes por encima de los del resto de empresas de suministro de material de oficina, debido a que orienta su oferta de productos y servicios a clientes especializados AECGD.
- Mantener una política de control de costes (el programa de reducción de costes aplicado por la compañía durante 2001 ha conseguido generar unos ahorros de aproximadamente 6 millones de Euros)

Esta estrategia se refleja en las proyecciones para los próximos años, en las que GPP espera cambiar el mix de ventas con el fin de aumentar el porcentaje de ingresos provenientes de los servicios de reprografía digital y en especial modo en el área de FM / OSS al tratarse de contratos con carácter recurrente. El siguiente gráfico muestra una tendencia sobre el mix de venta hacia el que GPP quiere enfocar su negocio como muestra el gráfico siguiente.



Productos y Servicios

Servicios de reprografía digital y gestión de documentos

GPP ofrece una amplia gama de servicios de reprografía digital y gestión de documentos orientados a las empresas y en particular al sector AECGD. El exponente más claro lo constituye PPSP UK, compañía que lidera el sector de reprografía en el sector AECGD en el Reino Unido.

La estrategia de GPP es la de aportar soluciones integrales para sus clientes AECGD que incluyen servicios de reprografía digital, Facility Management, escaneo, software especializado, gestión de documentos y servicios de consultoría. Con esta estrategia, GPP pretende gestionar completamente el ciclo de vida del documento técnico dentro del proceso de construcción (escaneo, archivo, consulta, impresión en remoto). La clara ventaja competitiva es su base de 80.000 clientes AECGD en los Estados Unidos y el Reino Unido a los que puede ofrecer estas nuevas soluciones tecnológicas de altos márgenes y con fuerte potencial de crecimiento.

Hace unos años, la información y los documentos se reproducían casi exclusivamente en formato papel. En la actualidad, sin embargo, la industria de la reprografía está estrechamente ligada al desarrollo de los sistemas informáticos y a las nuevas tecnologías hasta el punto que la actividad reprográfica se define ya como el arte de transformar y gestionar una serie de archivos electrónicos en documentos, flujos de información, gráficos, y sistemas de gestión de procesos para la industria en general y muy especialmente dentro del sector AECGD.

Los servicios ofrecidos por la división de reprografía de GPP comprenden básicamente:

- Impresión, reprografía e imprenta: GPP cuenta con más de 250 centros reprográficos repartidos por España, Reino Unido y EE.UU. y con los más modernos equipos que garantizan una excelente calidad de servicio
- Soluciones de reprografía on-line: gracias a las redes digitales creadas por GPP, sus clientes pueden gestionar on-line todos sus documentos y proyectos e imprimir sus proyectos en cualquiera de los centros de GPP.

- Consultoría reprográfica: un grupo de profesionales con las más modernas herramientas y técnicas de diseño colaboran con el cliente para encontrar la solución que mejor se adapte a sus necesidades
- Servicios de gestión de documentos: GPP cuenta en la actualidad con tecnología puntera en servicios de captación, almacenamiento, recuperación e impresión de documentos. Estas herramientas requieren de un tiempo de desarrollo, elevadas inversiones y recursos humanos para cualquier empresa englobada en el segmento AECGD. GPP ha desarrollado esta herramienta y ofrece sus servicios a su comunidad de clientes del sector AECGD.

En los últimos años GPP ha llevado a cabo un proceso continuo de desarrollo de nuevos servicios con el objetivo de proporcionar a sus clientes soluciones que mejoren al mismo tiempo la calidad y el tiempo de respuesta en sus proyectos dotando a estos servicios de un creciente valor añadido. En concreto, GPP ha llevado a cabo las siguientes inversiones en los últimos años:

- Digitalización de la red
- Desarrollo de sistema SAP para tener un mejor control operativo
- Desarrollo de nuevos productos : e-repro, sistemas de archivo inteligentes, etc
- Desarrollo de la infraestructura de reprografía en España

Estrategia de futuro de la División de Reprografía Digital

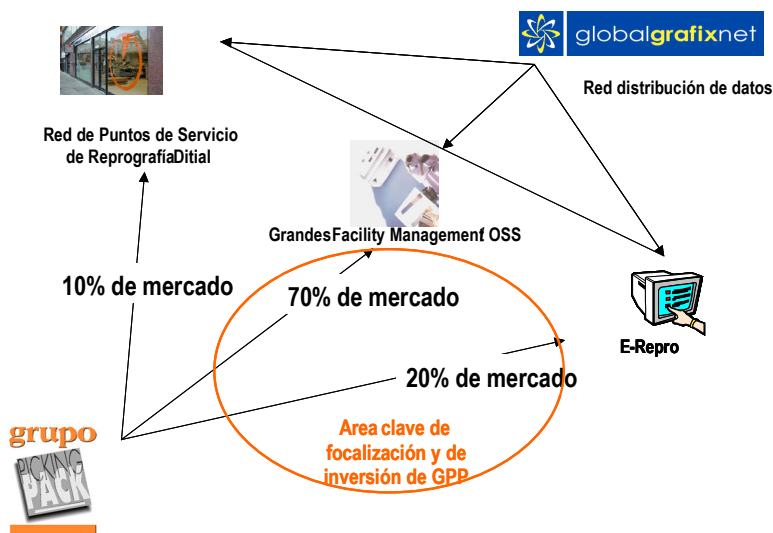
Dentro de la estrategia de GPP de centrarse en el sector de la reprografía digital y gestión documental, la división continuará con su política de inversión en nuevas tecnologías para seguir liderando este sector de mercado.

Los puntos más importantes de la estrategia que GPP desarrollará son los siguientes:

- Mantener el crecimiento orgánico histórico.
- Incrementar la importancia del canal de FM y OSS que reporta ventas recurrentes mensuales a largo plazo (contratos con una duración de 3 ó 4 años) y mayores márgenes.
- Centralización de todas aquellas actividades comunes en los diferentes países, materializando sinergias existentes entre las compañías.
- Continuar desarrollando el canal de gestión de documentos, ofreciendo un servicio de valor añadido a nuestros clientes
- Obtención de contratos de impresión en el extranjero de algunos de los actuales clientes, gracias a la utilización de las redes digitales de ReproNet y GlobalgrafixNet, que permiten la impresión en cualquiera de los puntos de GPP en los diferentes países, así como en aquellas otras empresas con acuerdos de colaboración conjunta.
- Refuerzo de la división de reprografía en Estados Unidos. Charrette ha realizado una serie de adquisiciones de empresas dedicadas a los servicios de reprografía que supondrán una base sólida para potenciar la oferta de Charrette en los mercados en los que opera
- Inversión en tecnología punta de maquinaria de escaneo e impresión de documentos, para controlar en todo momento el ciclo completo de la producción de documentos,
- Materialización de posibles alianzas estratégicas o adquisiciones puntuales especialmente en zonas donde GPP actualmente no está presente

- Continuar desarrollando y mejorando el canal de ventas on-line (e-repro) de la compañía, que está experimentando un notable crecimiento en PPSP UK y Charrette, y ha lanzado su nueva web de e-repro en España en julio del año 2001. En la actualidad las ventas realizadas on-line (al primer trimestre de 2002) alcanzan los 4,2 millones de Euros, lo que indica un crecimiento de casi un 20% respecto de las ventas de mismo periodo en el año anterior. Las ventas on-line representan actualmente, a fecha de cierre del primer trimestre 2002, un 6,3% de las ventas totales de GPP

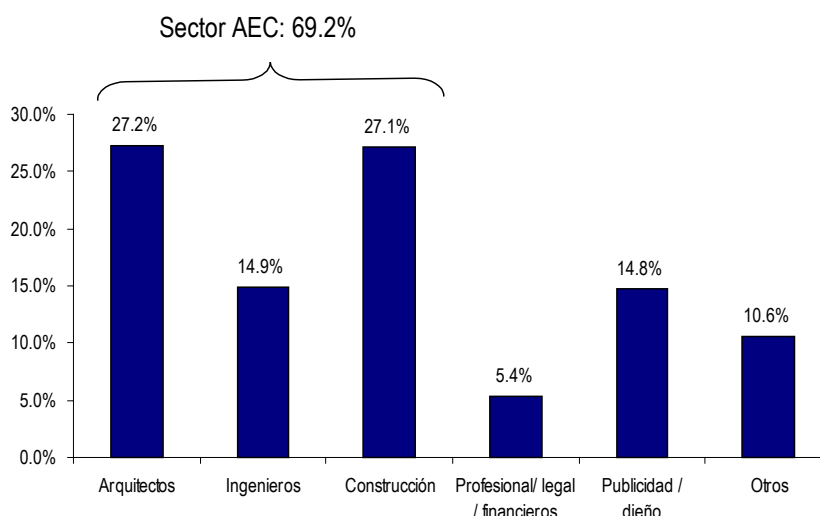
Estrategia de GPP para la división de reprografía



Clientes

GPP presta sus servicios de reprografía digital a una amplia y variada gama de compañías en sectores muy diversos, haciendo frente a más de 80.000 clientes (entre Estados Unidos y Reino Unido). Arquitectos, compañías de Construcción e Ingeniería y Diseñadores Gráficos figuran entre los principales clientes de la división de reprografía. Como se muestra en la tabla siguiente, estos tres colectivos aglutinan casi el 70% de los clientes de la división de reprografía.

Composición de la clientela de la división de reprografía



(1) Incluye Instituciones culturales y estatales, compañías de servicios etc.

GPP ha colaborado en alguno de los proyectos de reprografía más representativos en el ámbito mundial, como muestra la tabla siguiente:

Proyectos más representativos en los que GPP ha colaborado

| | | | |
|--|---|--|--|
| | <p>Heathrow Express: Enlace entre Heathrow y Paddington en Londres. Reconstrucción del túnel a lo largo de la realización del proyecto. Gracias a la tecnología puntera de gestión y almacenamiento de datos permitió un notable ahorro en costes.</p> | | <p>Millenium Dome, Londres: Gestion de todo el proyecto de construcción para la feria del año 2000. Enlace ferroviario de alta velocidad para unir el Túnel del Canal y la Estación de St. Páncreas (Londres). Proyecto a 3 años desarrollado en 3 centros de GPP a lo largo del trayecto de 110KM.</p> |
| | <p>Escaneo de documentos en las oficinas centrales de British Airways en Londres. Gestión electrónica de documentos y preparación de "disaster recovery system".</p> | | <p>Contrato más importante en la historia de GPP por un valor de 40 millones de euros. Reprografía digital para la construcción de la nueva Terminal 5 Aeropuerto de Heathrow Proyecto participado por las mayores firmas de construcción de Reino Unido.</p> |
| | <p>Reprografía digital y gestión de documentos técnicos en Facility Management por Jaguar</p> | | <p>Foxbroro Stadium, Massachusets: producción cartelería para mayor estadio de fútbol de New England. Reprografía digital color en gran formato</p> |
| | <p>Control central de todos documentos del proyecto para la realización de Heron City en Barcelona Impresión online y workflow</p> | | <p>Realización de embajadas de los 5 países Nórdicos en Berlin. Coordinación obras realizadas por arquitectos y sociedad de ingeniería en 7 países</p> |
| | <p>Facility Management para la realización del Aeropuerto de Hong Kong. Gestión integral del proyecto, escaneo y gestión electrónica de documentos, impresión en remoto.</p> | | |

Material de oficina especializado

GPP ofrece una amplia gama de productos y servicios para la empresa que incluyen material de oficina tradicional, complementos de escritura, equipos para presentaciones, maquinaria de oficina, suministros informáticos, artículos de archivo y almacenamiento, mobiliario de oficina, telefonía móvil, alquiler de ordenadores y suministros especializados para arquitectos, ingenieros y diseñadores gráficos (AECGD).

GPP es uno de los líderes actuales en el mercado con una gama muy amplia de productos que le permiten ofrecer la mayor calidad de servicio y adaptarse a las necesidades de sus clientes. GPP provee de material de oficina tradicional y material especializado para el segmento AECGD.

Los productos de la división de material de oficina incluyen más de 100.000 referencias en Estados Unidos (40.000 en stock), 6.000 en España y 22.000 en el Reino Unido.

Esta división y su importancia estratégica a largo plazo dependerá del nivel de focalización que quiera dar GPP a la división de reprografía digital y gestión documental.

Estrategia de futuro de la División de material de oficina

La división de suministros de oficina se centrará en los próximos meses en los siguientes puntos para mejorar sus márgenes operativos:

- Aumentar el peso relativo de las referencias de productos especializados para el sector AECGD en el Reino Unido y en España. Estos productos cuentan con unos mayores márgenes que el material de oficina tradicional y complementan directamente los servicios del cliente objetivo de GPP, el sector AECGD
- Abrir nuevas franquicias en España e incrementar la penetración (ventas por franquicia) en el canal.
- Alianzas estratégicas que permitan elevar los servicios actuales y ganar en productividad.

- Ampliar la gama de productos hacia sectores complementarios
- Incrementar el poder de compra frente a los proveedores, mejorando los márgenes gracias a los contratos de carácter global firmados con estos proveedores.
- Analizar alianzas estratégicas o acuerdos de outsourcing puntuales en Estados Unidos donde se está estudiando aumentar la rentabilidad y crecimiento
- Continuar el desarrollo de las webs de venta on-line actuales, especialmente en el Reino Unido y España, donde sólo llevan operativas un año. El objetivo es traspasar el mayor volumen de ventas posible a la red, dando un mayor servicio a los clientes y mejorando los márgenes
- Reducción de costes gracias a la utilización de los nuevos sistemas informáticos, a la centralización del call center y la centralización de los almacenes. A su vez, la reducción de productos con más baja rotación ayudará a liberar recursos del fondo de maniobra

Canales de distribución de GPP

Las divisiones de reprografía digital, gestión de documentos y material de oficina especializado cuentan en la actualidad con los siguientes canales de venta:

Tiendas Propias

GPP utiliza la red de Picking Pack Service Point para realización de los trabajos de impresión digital, gestión de documentos y ventas de material de oficina. Estas tiendas tienden a ubicarse en zonas industriales o similares, remarcando el perfil profesional y técnico de los clientes de GPP. Estos puntos de servicio cuentan con las principales innovaciones tecnológicas en el campo de la reprografía digital

Franquicias

GPP tiene una de las más importantes redes de franquicias en España con un total de 142 puntos presentes en todo en el territorio nacional. Este canal ha ido ampliando los servicios que ofrece incluyendo servicios de reprografía digital como complemento a la venta de material de oficina.

On Site Services / Facility Management

Los clientes que ya hacen uso de la fórmula de FM o OSS en servicios de reprografía digital y suministros de material de oficina, tienen la posibilidad de ubicar el centro de servicio en las propias instalaciones del cliente, con el personal de GPP que realiza todo el trabajo. Este canal es una de las principales apuestas de crecimiento de la compañía, ya que la totalidad de las inversiones que conllevan son 100% variables en función de la consecución o no de los contratos. Tanto personal como la inversión en maquinaria solo se realizan a la consecución de dichos contratos.

e-commerce

La actividad de e-commerce (comercio electrónico) de GPP se inició en 1999, tras la creación de www.charrette.com, la división de Internet de Charrette Corporation. www.charrette.com está orientada a la venta de material de oficina tradicional y especializado a través de Internet en Estados Unidos.

GPP, aprovechando la experiencia adquirida en www.charrette.com, lanzó dos websites en España y Reino Unido (www.servicepoint.es y www.servicepointuk.com) en el último trimestre del año 2000. El rango de productos ofrecidos es muy amplio y abarca desde productos tradicionales de oficina hasta productos más especializados dirigidos a la industria AECGD. En la actualidad el 6,3% de las ventas de la compañía se realizan a través de la red con el ahorro de costes que ello puede suponer.

Entrega directa a cliente

GPP, principalmente en su división de material de oficina, cuenta con un servicio de venta directa a domicilio del cliente, con el servicio añadido y el ahorro en costes y tiempo que le supone al cliente. Al mismo tiempo este canal permite a GPP contar con unos niveles de stock más reducidos en los puntos de servicio con la mejora en capital circulante que ello supone.

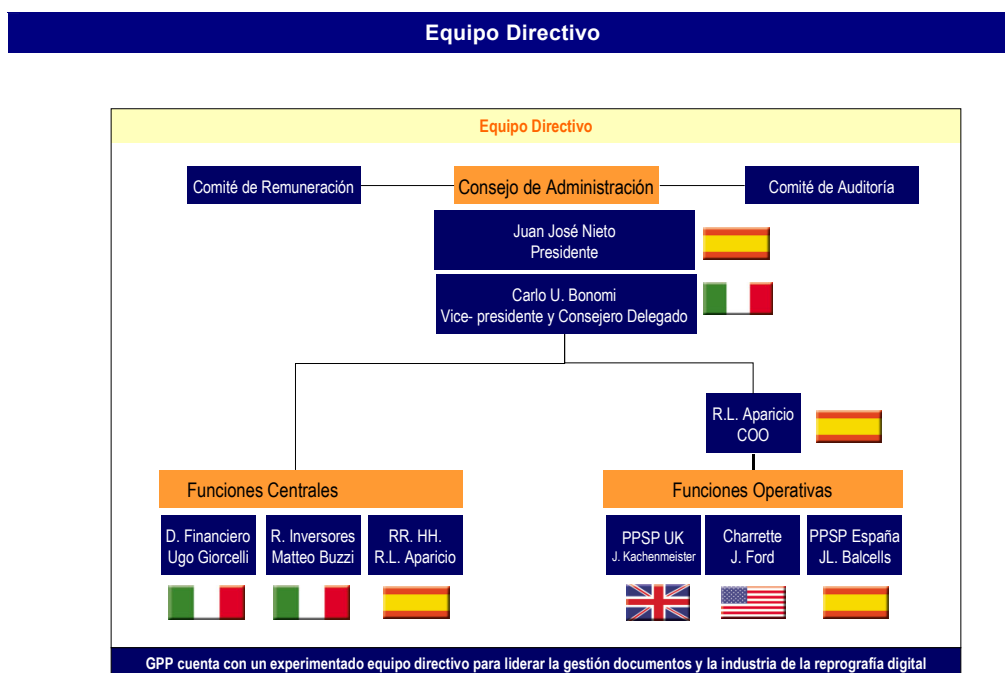
EQUIPO DIRECTIVO DE GRUPO PICKING PACK

Equipo directivo cualificado y con experiencia

GPP cuenta con un equipo directivo internacional, que combina una gran experiencia a nivel operativo tanto en la industria reprográfica como en el sector de gestión de datos, así como una larga experiencia en la gestión de compañías multinacionales y cotizadas en mercados públicos, como es GPP. Durante el mes de Mayo 2002 GPP ha reforzado notablemente su equipo directivo con la incorporación de Juan José Nieto como nuevo presidente de la compañía, continuando Carlo U. Bonomi como Vicepresidente y Consejero Delegado de Grupo Picking Pack.

Juan José Nieto cuenta con una sólida experiencia internacional: 5 años en Banca de Inversión (Natwest, Goldman Sachs y Bankers Trust), 3 años como Consejero Delegado de Antena 3, 2 años como Presidente y Consejero Delegado de Admira (Ex Telefónica Media). A su vez, desempeñó diversos cargos en el Grupo Telefónica, entre los que destacan: Presidente Via Digital, Onda Cero Radio, Consejero de Fundación Telefónica y miembro del Comité Ejecutivo de Telefónica. Nieto apoyará a Carlo U. Bonomi en el diseño del posicionamiento de la compañía en un mercado altamente fragmentado como es el de la reprografía digital y gestión de documentos

El organigrama actual del equipo directivo de GPP quedaría como sigue:



El Consejo de Administración de Grupo Picking Pack en Mayo de 2002 estaba compuesto por:

| Nombre | Cargo |
|------------------------|-------------------------------------|
| Juan José Nieto | Presidente |
| Carlo U. Bonomi | Vicepresidente y Consejero Delegado |
| Ugo Giorcelli | Director Financiero y Consejero |
| Rafael López Aparicio | Director de Operaciones y Consejero |
| Joaquín Barrera | Consejero |
| Juan Antonio Samaranch | Consejero |
| Robin Holland Martin | Consejero |

| Nombre | Cargo |
|--|-----------|
| Ignacio López Balcells | Consejero |
| Arturo Mas Sardá | Consejero |
| Martín González del Valle | Consejero |
| Inova Capital Participadas, S.L. (representado por Ricardo Iglesias) | Consejero |

ENFOQUE DE GPP EN SU NEGOCIO ESTRATÉGICO

Desinversión en Logic Control y en Ola Internet

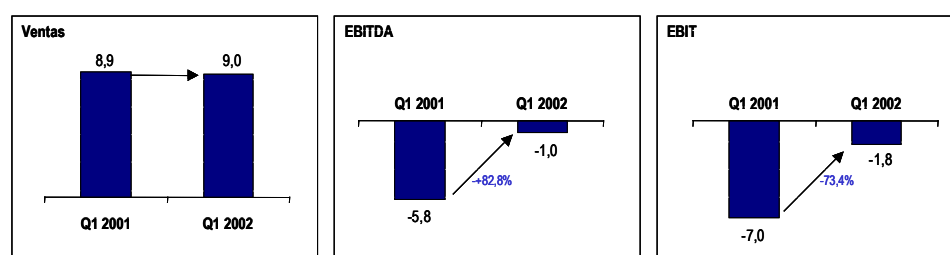
Tras la decisión del Consejo de Administración de GPP de concentrar el 100% de sus actividades en el sector de la reprografía digital y gestión de documentos, la compañía tomó la decisión de desinvertir en su división de telecomunicaciones (Ola Internet) y por consiguiente en su división de software empresarial (Logic Control), al haber sido adquirida esta última para complementar los servicios de la división de telecomunicaciones. Con este objetivo de desinversión en activos no estratégicos, GPP procedió a la puesta en venta de ambas compañías. En este sentido GPP, 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, podría potencialmente vender total o parcialmente los porcentajes en algunas de las filiales actualmente incluidas en su perímetro de consolidación para continuar con su expansión en el negocio de la reprografía digital y gestión documental.

Con fecha 20 de diciembre de 2001, GPP procedió a la venta de Logic Control, por un importe de aproximadamente 70 millones de Euros a un consorcio de inversores internacionales liderado por BS Electra y 21 Invest LP (accionista de GPP), sociedades de importancia en la actividad de private equity en el sur de Europa administrando un volumen de fondos agregados superior a los 700 millones de Euros.

La venta de Logic Control es el primer paso dentro la decisión estratégica tomada por GPP de centrarse exclusivamente en sus negocios tradicionales de reprografía digital, gestión documental y productos especializados y que conlleva la desinversión en Ola Internet.

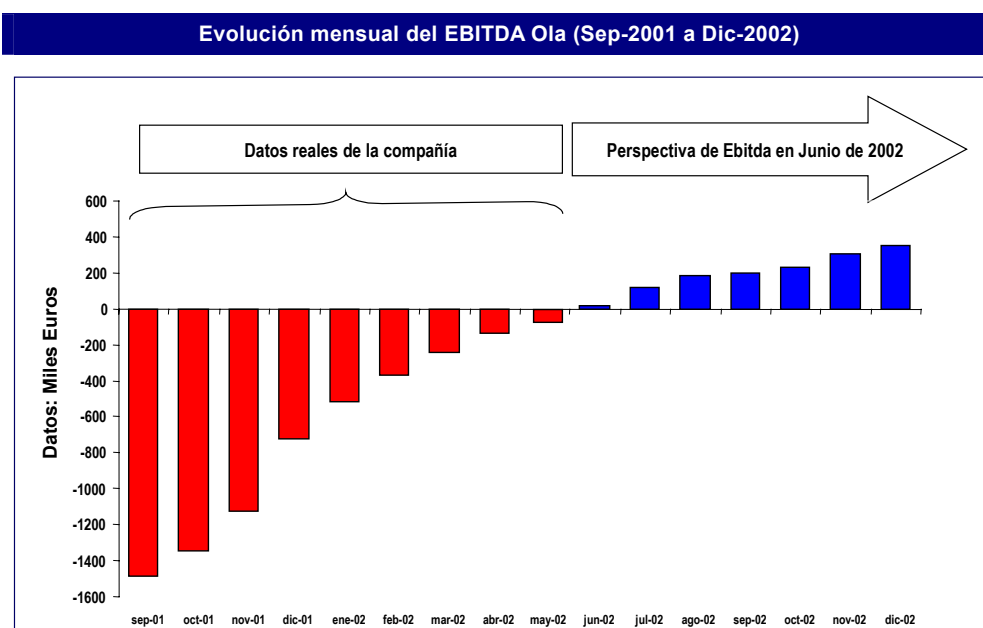
GPP está actualmente negociando la desinversión total o parcial en Ola Internet que se espera completar en fechas próximas. Ola Internet ha experimentado una fuerte y progresiva mejora en sus resultados con la implementación de la nueva estrategia en el año 2001 en el que se ha convertido en un revendedor ("reseller") de servicios de voz y datos. Esta mejora se ha confirmado en el primer trimestre del año 2002, en el que Ola ha obtenido un EBITDA negativo de 1,0 millones de Euros, lo que supone una mejora del 82,8% respecto del mismo periodo del año 2001, cuando se situó en (5,8) millones de Euros. De este modo, Ola se encuentra a un paso del punto de equilibrio.

Evolución de Ola: Q1 2002 -vs- Q1 2001 (MIn Euros)



GPP no considera actualmente la inversión en Ola Internet como estratégica al concentrar el 100% de sus actividades dentro del sector de la reprografía digital y gestión de documentos. A pesar de que la compañía esta ya cerca de alcanzar la senda de los beneficios, GPP como ya ha reiterado en repetidas ocasiones mantiene su intención de desinversión en esta actividad para concentrarse 100% en sus negocios históricos, considerando la inversión en Ola como financiera temporal hasta el momento final de su salida. Recordar que GPP a finales de 2001 y con un criterio de prudencia provisionó la totalidad de la inversión en Ola Internet, siendo a fecha de hoy el valor en libros de cero. La compañía no estima impacto negativo alguna de Ola en el consolidado de GPP durante el año 2002 debido a los resultados anuales posiblemente positivos y al haber sido provisionadas en el 2001 las posibles pérdidas de Ola hasta el momento de su salida definitiva del grupo.

La tabla siguiente muestra la evolución mensual (de septiembre de 2001 a marzo de 2002 real y las cifras presupuestadas hasta octubre de 2002) de la actividad de Ola Internet en términos de EBITDA:



A nivel mensual esta evolución ha sido constante con una clara mejora debida a la implementación del nuevo modelo de negocio. El nuevo modelo de proveedor de servicios introducido en la segunda parte del año 2001 ha permitido obtener unas mejoras a nivel de margen bruto y a nivel de EBITDA gracias a la fuerte reducción de los costes resultantes de no poseer una red de telecomunicaciones propia y a la mejora en la captación y mantenimiento de los clientes con ofertas muy competitivas. Este modelo permite concentrar todos los esfuerzos de la organización en la venta, atención al cliente y marketing enfocado en el segmento de las pymes, externalizando todos los servicios de red con proveedores de primera fila. La consecuencia más notable, desde un punto de vista económico es una reducción dramática de las necesidades de inversión de la compañía. En la actualidad la inversión anual estimada para la compañía con el modelo de proveedor de servicios no supera el medio millón de euros.

Ola Internet es hoy una realidad dentro del sector de las telecomunicaciones. La compañía cuenta hoy en día con:

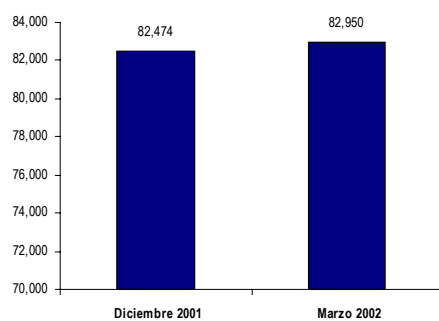
- Un equipo directivo experto y con una curva de aprendizaje ya finalizada en el sector.

- Un modelo de negocio escalable, adaptado a la situación actual del mercado de las telecomunicaciones, más intensivo en capacidad comercial que en capacidad técnica y tecnológica.
- La compañía mueve un volumen de tráfico actualmente de 32 millones de minutos de voz, principalmente de larga distancia.
- La compañía cuenta actualmente con más de 37.000 clientes exclusivamente Pymes y Sohos
- La compañía factura actualmente mas de 3 millones de euros/ mes y tiene un ARPU (Average Revenue Per User) de aproximadamente 94 euros.
- Posee una experimentada red de fuerza de ventas con un total de aproximadamente 130 vendedores directos propios y 78 distribuidores. El objetivo es del de acelerar el crecimiento de la compañía potenciando el canal de distribución con un mayor número de comerciales y distribuidores.
- Una buena calidad de la cartera de clientes, con un índice de devoluciones inferior al 6%
- El modelo de negocio actual de reseller permite ofrecer los mejores productos del mercado sin restricciones, con una alta calidad. Este modelo de negocio tiene la ventaja añadida de tener unas inversiones mínimas (aprox. 1 millón de euros dentro de un sector de las telecomunicaciones intensivos en capital.

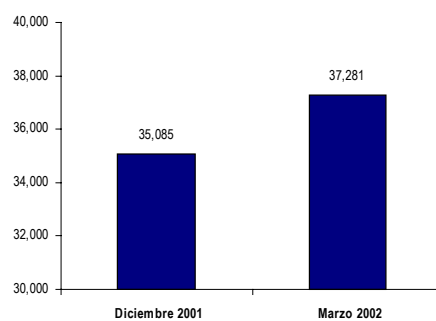
| Evolución de los números de Ola | | |
|--|--------------------|-----------------|
| | Septiembre de 2001 | Abril de 2002 |
| Ventas mensuales | 2.881.000 euros | 3.075.000 euros |
| EBITDA Mensual | - 1.186.000 euros | - 137.000 euros |
| Plazo hasta elBreak Even | 9 meses | 2 / 3 mes |
| Pérdidas operativas presupuestadas hasta el Break Even | 5.109.000 euros | 138.000 euros |
| Margen Bruto | 29% | 38% |
| N. Clientes pymes | 33.000 | 37.000 |
| Inversión media mensual | 783.428 euros | 31.699 euros |

A continuación se detalla la evolución del número de clientes y líneas en respecto a finales del ejercicio 2001:

Evolución N° de líneas



Evolución N° de clientes



PLAN DE NEGOCIO 2002-2003:- PERSPECTIVAS

El contenido de este apartado está basado en el actual plan de negocio de GPP, elaborado por el equipo directivo de la sociedad, y que pretende reflejar los objetivos y proyecciones de los negocios de la compañía. Si bien las estimaciones, planes y previsiones futuras que se reflejan en el presente documento son las que la dirección de GPP considera razonables en la presente coyuntura, éstas se encuentran supeditadas a riesgos, incertidumbres y otros factores fuera el control de la compañía y que pudiera conducir a que las mismas no se vean enteramente cumplidas en el futuro.

Resultados del primer trimestre 2002 y estimaciones a futuro

La tabla siguiente muestra **los resultados consolidados de GPP** correspondientes al primer trimestre del ejercicio 2002 comparados con el mismo periodo del ejercicio anterior:

| Millones euros | 1er Trimestre 2002 | 1er Trimestre 2001 | % Diferencia |
|----------------------|--------------------|--------------------|--------------|
| Ventas* | 65,7 | 100,3 | -34,5% |
| Margen Bruto | 34,6 | 46,6 | -25,7% |
| % M. Bruto/Ventas | 52,7% | 46,5% | |
| EBITDA | 5,0 | 2,3 | +116,9% |
| % EBITDA | 7,6% | 2,3% | |
| EBIT | 0,9 | -4,8 | +119,1% |
| % EBIT | 1,4% | -4,8% | |
| BDI | 1,4 | -7,6 | +118,1% |
| Fondos Propios** | 152,9 | 390,8 | -60,9% |
| Total Activos | 347,7 | 651,3 | -46,6% |
| Deuda Neta | 101,7 | 87,6 | +16,1% |
| D. Neta / F. Propios | 66,5% | 22,4% | |
| D. Neta / T. Activos | 29,3% | 13,4% | |

* La reducción de las ventas es resultado de la no consolidación ya durante el año 2002 de Ola y Logic Control

** La reducción existente en los fondos propios de la compañía es resultado principalmente del prudente "write off" (provisión) de toda la inversión realizada en Ola Internet. En lo que se refiere a los activos totales, la diferencia también es debida a la venta de Logic Control en diciembre 2001

La facturación de la compañía ha alcanzado los 65,7 millones de euros, lo que representa una reducción del 34,5% respecto a las ventas del mismo periodo del ejercicio 2001. Esta disminución es resultado principalmente de la no consolidación en el 2002 de las ventas de Logic Control y Ola, compañías que aportaron al grupo 26,3 millones de ventas en el mismo periodo de 2001.

Las divisiones tradicionales, están en una línea de mejora respecto al último trimestre del año 2001, con una mejora en ventas del 8,3%, lo que implica un mejor clima macro económico que se está empezando a producir a nivel mundial y que se espera consolidar durante los próximos meses.

Esta señal de crecimiento importante respecto al trimestre precedente, es debida por un lado a una general mejor andadura del sector de la reprografía digital y por otro lado al desarrollo de las dos áreas más importantes de crecimiento de GPP: los Facility Management y las nuevas tecnologías para la gestión electrónica de

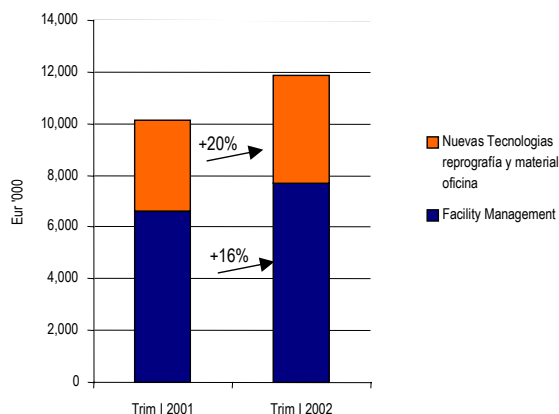
documentos.

A lo largo de estos primeros meses del año GPP ha reforzado su división de Facility Management. Un Facility Management es un centro dedicado exclusivamente a la prestación de servicios de reprografía y gestión de documentos ubicado en las oficinas del cliente que decide externalizar aquellas actividades que no forman parte de su negocio estratégico, aportando ventas recurrentes a GPP. Durante el mes de marzo se firmó un acuerdo con British Airport Authority para gestionar la reprografía digital del proyecto de construcción de la nueva Terminal 5 del Aeropuerto de Heathrow por unos 40 millones de euros en los próximos 6 años. En España también se han anunciado en este primer trimestre unas inversiones para los próximos dos años de 2.5 millones de euros con el objetivo de reforzar esta división que produce ventas recurrentes. Esta área de crecimiento ha aportado al grupo unas ventas de 7,7 millones de euros, lo que supone un crecimiento del 16,1% respecto al primer trimestre del año 2001. GPP cuenta en total con una base de clientes de más de 200,000 empresas dentro del sector AEC (arquitectos, ingenieros, sector de la construcción).

La segunda área de crecimiento han sido los servicios de nuevas tecnologías para la gestión electrónica de documentos. Las ventas de estos servicios han llegado en el primer trimestre hasta los 4,2 millones de euros, un 5,6% de las ventas de GPP, con un crecimiento de un 19,6% respecto al mismo periodo del ejercicio anterior. Las ventas de este canal permiten al mismo tiempo ayudar a flexibilizar la estructura de costes al ahorrarse costes de atención al cliente, recogida de trabajos, vehículos, etc a la vez que se le oferta un mejor servicio al cliente final. De estas ventas, un 49% son de reprografía digital y 51% son de material de oficina.

Este crecimiento en el área de nuevas tecnologías este en la línea de posicionamiento estratégico que ha adoptado GPP, habiéndose dado gran importancia a las nuevas tecnologías para liderar el futuro de la reprografía digital

“Motores de desarrollo” de GPP: Evolucion ventas FM y nuevas tecnologías.



El Margen Bruto ha mejorado de 6 puntos porcentajes hasta un valor de 53% reflejando una mejora en el mix de ventas enfocándose siempre más a los servicios de reprografía digital y gestión de documentos en los tres países principales donde GPP opera: Estados Unidos, Reino Unido, España.

El Resultado bruto de explotación o cash flow operativo (EBITDA) ha alcanzado los 5 millones de euros, un 116,9% superior al ejercicio 2001. Claramente la compañía ha mostrado una neta mejora respecto al último trimestre del año 2001, donde la compañía obtuvo un EBITDA de sus negocios tradicionales de 1,9 millones de Euros y que ha supuesto una mejora de 3,1 millones de euros. Esta mejora ha sido resultado no solo de la reducción de costes sino también como resultado del cambio en el mix de ventas hacia la reprografía digital.

El resultado neto de explotación (EBIT) ha mejorado considerablemente su EBIT situándose en los 0,9 millones de euros frente a los resultados negativos de -4,7 millones del mismo periodo del ejercicio 2001. Esto ha sido debido a lo comentado anteriormente a nivel de EBITDA y al mayor nivel de amortizaciones durante este trimestre que se han ascendido a 4,1 millones de Euros frente a los 7 millones de euros del año 2001. Esta reducción en amortizaciones es resultado de la no consolidación de Logic Control, ni de Ola Internet y consecuencia también de todos los prudentes "write offs" llevados a cabo a finales de 2001 y durante el 2002

El resultado neto de la compañía ha sido de 1,4 millones de Euros, lo que permite volver nuevamente a la compañía por primera vez desde la inversión en Ola a números positivos a nivel de resultado neto y que supone una mejora de un 118% respecto a los -7,5 millones de euros negativos obtenidos durante el año 2001. El objetivo a medio plazo del grupo es ahora aumentar su rentabilidad con acciones previstas tanto a nivel de ventas como a nivel de reducción de costes. Este resultado incluye un beneficio extraordinario de aproximadamente 1,5 millones de euros relacionados con la venta, en línea cuanto previsto, de unos inmuebles "heredados" con la venta de Logic Control.

Situación Patrimonial: la compañía sitúa sus fondos propios consolidados en 152,9 millones de euros, los activos totales de la compañía en 347,7 millones de euros y su deuda financiera neta en 101,7 millones de euros (un 7% mejor de lo esperado y de los cuales 19,6 se corresponden con leasings), situando el ratio de endeudamiento sobre fondos propios y activos totales en el 66,5% y el 29,3% respectivamente. La diferencia en activos y fondos propios respecto al ejercicio 2001 es consecuencia del resultado negativo del ejercicio 2001 y del "write off" prudente contra reservas de la totalidad de la inversión en Ola. La compañía tiene por objetivo la reducción de esta deuda neta hasta los 85-105 millones de Euros a finales de año 2002. La compañía, para acometer el plan de crecimiento futuro, como se anunció públicamente, esta considerando financiar parte de la deuda existente a corto plazo hacia el largo plazo. Esto permitirá una mayor flexibilidad y tamaño de los recursos a la compañía en su gestión del crédito y de inversiones. Todas estas medidas encaminadas al crecimiento solo se podrán implementar si el entorno global crediticio es favorable y dependiendo también el mismo en gran medida de las soluciones aportadas a la desinversión total o parcial de Ola.

Por otro lado y como consecuencia de los resultados del año 2001, los fondos propios de la sociedad se han situado por debajo de los dos tercios del capital social, es por ello, que en la próxima Junta General de Accionistas que tendrá lugar los próximos días 27 y 28 de Junio, será propuesta una reducción del capital social para compensar pérdidas mediante disminución del valor nominal de las acciones con el fin de restablecer el equilibrio patrimonial de la Compañía. Esta medida no afectará al valor de la acción ni a los ratios de la compañía, al continuar los fondos propios de la misma cuantía.

Aspectos significativos de la gestión

La gestión del primer trimestre 2002 se ha caracterizado por los siguientes puntos:

Evolución en línea con las estimaciones, de las filiales históricas de reprografía digital, gestión de documentos y material de oficina especializado en un entorno de mercado que paulatinamente parece ir dando síntomas de recuperación económica y que se espera se consolide durante el segundo y tercer trimestre 2002. Esta recuperación se está notando especialmente en la división de reprografía digital donde las ventas han llegado hasta los 31,7 millones de Euros y donde se han firmado importantes contratos de Facility Management y gestión de documentos (T5, Exxon Mobil, etc). Esta línea de crecimiento entorno a los Facility Management y a la gestión de documentos es la línea por la que está enfocando GPP para el crecimiento futuro de la compañía, al ser estos centros de reprografía en las propias oficinas del cliente 100% variables, produciéndose los costes de personal e inversiones solo si se firman los contratos que aporten nuevas ventas. Este tipo de crecimiento permite a la compañía ser más flexible y mantener una estructura de costes fijos más reducida que le posibilite tener un punto de "break even" menor. La estructura de costes más flexible se está consiguiendo gracias en parte al plan de reducción de costes implementado por la compañía que ha permitido ya en el 2001 reducir la estructura de unos 6 millones de Euros y que espera durante el 2002 obtener adicionalmente otros 6 millones de Euros.

La fuerte mejora respecto al último trimestre del año 2001 ha venido liderada por PPSP Reino Unido y Charrette con un incremento en ventas de un 15,9% y un 8,8% respectivamente y un incremento de EBITDA del 78,7% en el Reino Unido y del 38,9% en los Estados Unidos.

A pesar de esta mejora, GPP tiene todavía un importante potencial de crecimiento tanto a nivel de ventas, como a nivel de márgenes:

- 1) El desarrollo a nivel de ventas se espera sea fomentado sobretodo por el canal de Facility Management y nuevas tecnologías.
- 2) A nivel de márgenes las fuentes de mejora se espera vengan por:
 - a. Mejor mix de ventas reprografía digital versus material de oficina especializado.
 - b. Aumentado % de ventas de servicios tecnológicos aplicados a la reprografía digital, con márgenes brutos, en media más elevados
 - c. Continuo esfuerzo para reducir base de gastos fijos

Terminal 5 del Aeropuerto de Heathrow – PPSP UK

Durante el primer trimestre de 2002, PPSP UK firmó un contrato de Facility Management a principios del año 2002 con BAA (British Airport Authority) para suministrar los servicios de reprografía digital y gestión de documentos para la construcción de la nueva Terminal 5 del aeropuerto de Heathrow en Londres. El contrato tendrá una duración aproximada de 6 años y asciende a 40 millones de euros de facturación, siendo el contrato más grande firmado hasta la fecha por GPP en el sector de la reprografía digital. Este es el contrato más importante en la historia de la reprografía digital para el sector AEC en el Reino Unido según la dirección de GPP.

La futura Terminal 5 del aeropuerto de Heathrow duplicará sus instalaciones actuales y permitirá dar una capacidad adicional de 30 millones de pasajeros anuales. En el proyecto participan las mayores firmas de la industria de la construcción británica, que utilizarán los servicios de FM y e-repro de PPSP UK.

El acuerdo, que supone unas ventas adicionales para GPP de 40 millones de euros en los próximos 6 años, incluye la ubicación de un FM en las propias instalaciones del aeropuerto de Heathrow y la interconexión digital punto a punto con otras 16 ubicaciones de clientes relacionados con el proyecto, ya que un 70% de las instalaciones de la futura terminal serán diseñadas en otras partes del Reino Unido. PPSP UK ofrece, así, una red de soporte de más de 60 centros de servicios que optimiza la relación entre todos los proveedores. Asimismo hay que destacar que este contrato no implica la realización de inversiones adicionales por parte de GPP, lo que subraya aún más las ventajas que este tipo de contratos supone para el desarrollo estratégico del grupo.

Este contrato pone de manifiesto la importancia del Know-how de PPSP UK en el sector de la reprografía, gracias al desarrollo en la gestión de documentos y a la utilización de la red internacional de globalgrafixnet, que permiten la transmisión y la consulta de documentos e impresión on-line en cualquier punto de servicio a nivel mundial.

División de telecomunicaciones: Como ya públicamente anunciado, la venta de Ola se espera materializar en fechas próximas. Hay que destacar que Ola ha mostrado una muy buena evolución en el primer trimestre del año, estando en la actualidad como estimado por el equipo gestor muy cerca de su punto de "break even" a nivel de EBITDA. La filial ha obtenido unas ventas de 9 millones de euros, con un EBITDA negativo de -1,0 millones de euros durante el primer trimestre del año frente a los -5,8 millones de euros negativos obtenidos durante el mismo periodo del ejercicio 2001. Esto supone una mejora de un 82,8% en tan sólo 12 meses, dentro del sector de las telecomunicaciones donde solo compañías líderes como Ola han continuado en el mercado. Los factores principales que han llevado a esta mejora han sido:

- Establecimiento de estrictos controles de calidad en la captación de clientes que han hecho que las líneas por cliente aumenten de 1,85 a 2,25, lo que supone incremento de 21%
- Mayores controles de morosidad que ha permitido reducir las devoluciones a tan solo un 6%
- Optimización de la plantilla resultado del cambio de negocio de operador de red hacia reseller.
- Lanzamiento de nuevos productos que han complementado la oferta de servicios de Ola al cliente final
- Mejora en el ARPU per cliente hasta 94 Euros al mes

Ola Internet cuenta en la actualidad con más de 37.200 clientes con un número de líneas contratadas de 82.900, un tráfico mensual y aproximadamente 35 millones de minutos y una fuerza de venta compuesta por más de 120 vendedores.

La tabla siguiente detalla un rango de estimación de los resultados financieros consolidados de GPP para el año 2002 y 2003:

| Millones euros | 1er Trimestre 2002 | Estimado año 2002 | Estimado año 2003 |
|-----------------|--------------------|----------------------|----------------------|
| Ingresos | 65,7 | 265,0 – 290,0 | 295,0 - 315,0 |
| Margen Bruto | 34,6 | 135,0 – 147,0 | 152,0 - 162,0 |
| % M Bruto | 52,7% | 50,8% | 51,5% |
| EBITDA | 5,0 | 22,0 - 29,0 | 29,0 - 35,0 |
| % EBITDA | 7,6% | 8,3% - 10,0% | 9,8% - 11,1% |

| Millones euros | 1er Trimestre 2002 | Estimado año 2002 | Estimado año 2003 |
|----------------|--------------------|-------------------|-------------------|
| EBIT | 0,9 | 6,0 - 12,0 | 13,0 - 19,0 |
| % EBIT | 1,4% | 2,3% - 4,1% | 4,4% - 6,0% |

La evolución de las ventas se espera continúe en línea ascendente con un mayor peso en el mix de ventas de la reprografía digital y gestión de documentos (que actualmente representa el 48% de las ventas del grupo). Este mayor peso en el mix de ventas de la división de reprografía digital permitirá una mejora notable en el margen bruto de la compañía, al contar la división con unos márgenes de entre el 70%-75% frente al 25%-30% de la división de material de oficina. El crecimiento de estas ventas vendrá liderado por la consecución de nuevos contratos de Facility Management / On Site Services y también de la mano de las ventas del canal on-line que ha tenido un fuerte crecimiento en el último año. Ambos canales de crecimiento representan en la actualidad el 18% de las ventas totales del grupo.

Los resultados brutos de explotación (EBITDA), se verán mejorados debido a la mejora de márgenes que trae consigo un mayor mix de reprografía y como consecuencia también del plan de reducción de costes implementado por la compañía en todas sus filiales y que ha permitido tener una estructura de costes fijos mas reducida.

El resultado neto de explotación (EBIT), en adición a lo ya comentado anteriormente sobre el EBITDA, el EBIT se verá mejorado gracias a la menor cantidad de amortizaciones existentes en el perímetro de consolidación de GPP como resultado de la no consolidación de Ola Internet y Logic Control, al "write off" de determinados activos a fecha de Diciembre 2001 y por la eliminación acelerada de maquinaria obsoleta que no participaba en el desarrollo actual del negocio enfocado principalmente su división de reprografía digital y gestión de documentos.

**Deuda Financiera
Neta GPP**

Por ultimo resaltar la de la deuda financiera neta de la compañía que en línea con las expectativas se ha situado en los 101,7 millones de euros a finales del primer trimestre 2002., de los cuales 19,6 millones se corresponden con leasings de la compañía.

La compañía estima que la deuda financiera neta se situó entre los 85 – 105 millones de euros a finales del año 2002, situando dicha deuda entorno a los 75 – 95 millones a finales de 2003. Esta reducción de la deuda neta será resultado del cash flow operativo de la compañía, de cobros pendientes sobre desinversiones estratégicas realizadas en el pasado y del programa de recortes de gastos implementado por la compañía

PLANES DE INVERSIONES Y FINANCIACIÓN PREVISTOS EN EL DESARROLLO Y EXPANSIÓN DEL GRUPO

Plan de Inversiones de Grupo Picking Pack

La compañía ha desarrollado un plan de inversiones en inmovilizado material e inmaterial que cubrirá las necesidades tecnológicas de las compañías para continuar liderando y compitiendo en sus mercados. Las inversiones previstas para el año 2002 y 2003 son las siguientes por país:

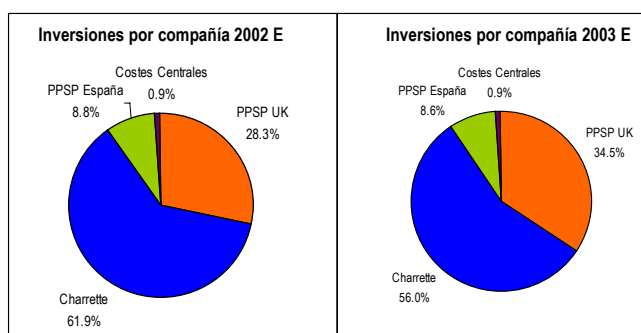
| Millones euros | Estimado año 2002 | Estimado año 2003 |
|--------------------------|-------------------|--------------------|
| PPSP UK | 3,0 - 4,0 | 3,5 - 4,5 |
| Charrette | 6,0 - 8,0 | 6,0 - 7,0 |
| PPSP España | 0,5 - 1,5 | 0,5 - 1,5 |
| Costes Centrales | 0,1 - 0,1 | 0,1 - 0,1 |
| Total Inversiones | 9,6- 13,6 | 10,1 - 13,1 |

Charrette, PPSP UK y PPSP España, contemplan inversiones en la última tecnología de reprografía digital y gestión de documentos para seguir liderando el mercado. Las inversiones en general serán inferiores a las realizadas debido principalmente a:

- Inversión en la instalación del sistema de software SAP finalizado con su correspondiente amortización acelerada.
- Las inversiones en digitalización de la red ya han sido hechas en durante el 2000 y 2001.
- Gran parte de la inversión en las nuevas tecnologías aplicadas a la reprografía ya se han realizado en el 2001 y principalmente requieren solo de mantenimiento en un futuro.

Resaltar que el 85% de las inversiones se destinarán a la división de reprografía digital que teniendo márgenes mas elevados también necesita de unas inversiones de capital superiores.

Los gráficos siguientes muestran la inversión media por país:



Aproximadamente un 30% de estas inversiones se corresponden con nuevos contratos de Facility Management y On Site Services, con la ventaja de ser 100% variables, ya que si no se dieran estos contratos no sería necesario invertir. El resto de las inversiones se corresponde con el mantenimiento y compra de nueva maquinaria para los puntos de servicio existentes en la actualidad.

**Financiación del
plan de desarrollo
y expansión de
GPP**

Con fecha 9 de Mayo 2002, último comunicado hecho público sobre la situación financiera de la compañía referente al primer trimestre del año 2002, la deuda financiera neta de la sociedad ascendía a 101,7 millones de Euros (algo por debajo de las estimaciones del equipo directivo), lo que supone un ratio de endeudamiento sobre fondos propios de 66,5% y sobre total activos de un 29,3%. El endeudamiento de la compañía se espera reducir hasta los 85 – 105 millones de euros estimado a finales de 2002 y reduciéndose aún mas durante el 2003 hasta los 75 –95 millones de euros, todo ello dependiendo de la evolución de los negocios. La reducción de esta deuda como ya comentado anteriormente vendrá no solo de los cash flow de los negocios actuales sino también de los cobros de la venta de activos no estratégicos realizados durante el año 2001 así como resultado de un cobro extraordinario de 6 millones de euros del plan de pensiones existente en los Estados Unidos. Al mismo tiempo, la salida de Ola permitirá mitigar el riesgo financiero percibido de GPP por el mercado bancario (ello a pesar de que Ola esté muy cerca del break even), manteniendo los niveles de deuda en línea con las estimaciones del equipo gestor. Por otro lado y como es normal, 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.

En el supuesto en que sea necesaria la captación de recursos adicionales a los existentes actualmente, para financiar el desarrollo futuro o adquisiciones potenciales, la sociedad matriz puede hacer uso de diferentes instrumentos financieros que permitan la captación de fondos y su posterior distribución a las filiales 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 esta utilizando, como normal esta tipología de financiación, no descarta continuar y aumentar la utilización de la misma, especialmente tratando de refinanciar la deuda existente actualmente a corto plazo hacia el largo plazo
- 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. Esta medida ha sido incluida nuevamente en el orden del día de la Junta General de Accionistas de 28 de Junio 2002 para su autorización.
- c) Financiación con proveedores (vendors financing): En la actualidad la compañía esta 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

- d) 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. Este punto ha sido nuevamente incluido en el orden del día de la próxima Junta General de Accionistas de fecha 28 de Junio de 2002 para su aprobación.
- e) 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 total o parcialmente los porcentajes en algunas de las filiales actualmente incluidas en su perímetro de consolidación para continuar con su expansión en el negocio de la reprografía digital y gestión documental.
- f) En la próxima Junta General de Accionistas de los días 27 y 28 de Junio entre otros puntos del orden del día se tratarán los siguientes temas:
- Aprobación de las cuentas anuales individuales y consolidadas de la compañía correspondientes al ejercicio 2001
 - Aplicación de las reservas legal y voluntarias, y reducción del capital social para compensar pérdidas mediante disminución del valor nominal de las acciones, con el fin de restablecer el equilibrio patrimonial de la compañía.
 - Autorización al Consejo de Administración para que en su caso pueda modificar o cancelar los actuales planes de opciones de los empleados de la compañía
 - Autorización y delegación en el Consejo de Administración para emitir obligaciones simples, bonos, Warrants, y / u otros valores similares, obligaciones y bonos convertibles y/o canjeables por acciones de la compañía.
 - Autorización al Consejo de Administración para acordar un aumento de capital social al amparo del artículo 153.1 b) de la Ley de Sociedades Anónimas.

RIESGOS Y OTROS HECHOS SIGNIFICATIVOS ASOCIADOS A LA ACTIVIDAD DE LA SOCIEDAD

Como cada compañía cotizada en el Nuevo Mercado, existe una serie de riesgos potenciales que pueden existir y que los inversores deben tener en consideración a la hora de analizar la compañía. A continuación se detallan los riesgos más relevantes a criterio del equipo directivo:

1) Operaciones empresariales

Como parte del plan de expansión diseñado en su momento por GPP, la compañía ha realizado en el pasado y puede continuar realizando en el futuro adquisiciones e inversiones, llevar acabo alianzas estratégicas, constituir sociedades conjuntas o establecer relaciones empresariales con otras sociedades en sectores de negocio complementarios con las actividades de GPP. Todas estas y cualesquiera otras operaciones entrañan ciertos riesgos, incluyendo la dificultad de ponderar la valoración, ventajas e inconvenientes de las adquisiciones o de las oportunidades de inversión, y de integrar y gestionar los nuevos negocios adquiridos y mejorar su eficiencia operativa. Además, estas operaciones pueden consumir recursos y parte significativa del esfuerzo del equipo de gestión de GPP

2) Nuevas tecnologías de Ola 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 esta haciendo que en estos momentos se este 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 mas del 80% de la facturación de la compañía del sector de la Economía Tradicional. La posible próxima salida de Ola Internet de Grupo Picking Pack permitirá reducir este riesgo y concentrar el 100% de la atención de los inversores sobre la economía tradicional, sector de generación de los beneficios de GPP.

Hay que considerar al mismo tiempo que el modelo de negocio actual de Ola Internet de reseller de servicios tecnológicos, reduce este riesgo al enfocarse la compañía sobre el área de marketing y comercial y no sobre las tecnologías, ya que estas últimas son suministradas por terceros. Esto reduce drásticamente al mismo tiempo las inversiones necesarias de la compañía.

3) 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 esta 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. Durante el ejercicio 2002 la compañía mantiene a unos volumen de liquidez óptimos, con una media de aproximadamente el 1% del capital.

4) 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 apatía económica en los Estados Unidos que ya ha impactado en la zona euro.y que la compañía prevé mejore durante los próximos meses

5) Situación Patrimonial y Financiera de la compañía

La compañía cree correcta la situación patrimonial y de deuda actual de la compañía. La evolución de las inversiones de GPP, así como los niveles de perdidas a nivel operativo de la compañía debidas a Ola Internet principalmente, y hasta que llegue su momento de "break even" esperado para el 2002 o su salida definitiva del grupo, y para hacer frente a posibles adquisiciones sinérgicas dentro de sus divisiones estratégicas de reprografía digital y gestión de documentos, 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.

GPP tiene actualmente una deuda neta que asciende a los 101,7 millones de euros, lo que supone un ratio de endeudamiento de deuda neta sobre fondos propios que se sitúa en el 66,5%. El objetivo de Grupo Picking Pack para continuar con su crecimiento es refinanciar parte de esta deuda y al mismo tiempo ir reduciéndola paulatinamente con la generación de flujos de caja de las filiales actuales de GPP. Si el plan de negocio de GPP no cumple las previsiones de generación de caja y continua el entorno crediticio actual reacio a compañías relacionadas con nuevas tecnologías , podría surgir la necesidad de nuevas ampliaciones de capital o venta de participaciones en filiales u otros instrumentos financieros que reduzcan los niveles de deuda actuales de la compañía

6) Tipo de cambio

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 88% de la facturación estimada para el año 2002 procederá de los Estados Unidos y del Reino Unido. Este riesgo es contrarrestado por GPP con políticas de cobertura de tipo de cambio.

7) 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 reduce 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.

8) No se repartirán dividendos en el futuro próximo

Hasta la fecha GPP no ha repartido dividendos a los titulares de acciones ordinarias, la Sociedad tiene la intención de retener por el momento cualquier ingreso para poder financiar sus operaciones, expandir su red de puntos de servicio, rebajar su deuda financiera actual y financiar potenciales adquisiciones. La compañía no descarta reparto de dividendos en un futuro.

9) La compañía posee perdidas fiscales a compensar con beneficios futuros de la compañía por un importe aproximado de 160 millones de euros

10) GPP SA Individual no realiza operaciones por sí misma y depende totalmente de los flujos de sus filiales para atender al pago de sus obligaciones

GPP es una sociedad holding y no presta ningún tipo de servicios a terceros por sí mismo, constituyendo la parte más significativa de su patrimonio las participaciones accionariales que ostenta en sus sociedades filiales y participadas. GPP depende totalmente de los flujos financieros producidos en sus filiales y las líneas bancarias a corto / medio plazo para hacer el pago de sus obligaciones

11) Salida de gestores clave de la organización

El riesgo de salida del equipo directivo, esta 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 (Danka, Ono, Telefónica, Kodak, Antena 3 etc). El organigrama siguiente muestra el equipo gestor actual de la compañía. A excepción de Juan José Nieto (Presidente de GPP) y Rafael L. Aparicio (Director de Operaciones), las últimas incorporaciones del grupo, el resto del equipo directivo a este nivel no se ha modificado.

12) Fondo de Comercio: Como ya comunicado públicamente, GPP sigue el criterio de amortizar sistemáticamente contra reservas los fondos de comercio resultantes de las adquisiciones de participaciones efectuadas con posterioridad al 31 de diciembre de 1997. Dicho criterio, si bien ha supuesto una salvedad desde en las cuentas consolidadas de la compañía desde su aplicación, no supone impacto alguno sobre los recursos procedentes de las operaciones consolidadas ni sobre los fondos propios consolidados. Resaltar que dicha salvedad esta reflejada en la auditoria consolidada, no existiendo salvedad alguna por este concepto en la auditoria individual.

13) Enfoque de GPP en su negocio tradicional: si bien GPP siempre ha tenido mas del 80% de los negocios concentrados en sus actividades históricas de reprografía digital y material especializado de oficina, existe el riesgo de que tanto el mercado como las entidades financieras continúen actualmente dándole demasiado peso e importancia a las divisiones de telecomunicaciones, con las potenciales consecuencias negativas que ello pudiera llevar consigo

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. Se sugiere que los potenciales inversores de la compañía consulten la información pública suministrada por la compañía a la CNMV (www.cnmv.es) y sean asesorados por firmas independientes

Fdo:



D. Ugo Giorcelli
Director Financiero GPP



D. Matteo Buzzi
Relaciones con Inversores