



RESULTADOS

Primer Trimestre 2011

9 de mayo de 2011

INDICE

1.	Resumen de conclusiones.....	pág.3
2.	Evolución Grupo 1T2010-1T2011.....	pág.3
2.1	Principales magnitudes y evolución.....	pág.4
2.2	Respuesta de SPS a la Crisis.....	pág.5
2.3	Nuevo modelo operativo y de negocio.....	pág.6
2.4	Evolución geográfica.....	pág.6
3.	Adquisición de Holmbergs.....	pág.7
4.	Refinanciación de la deuda.....	pág.8
5.	Ampliación de Capital.....	pág.8

1. Resumen de conclusiones

Las ventas de Service Point han ascendido a 54,7 millones de euros un 4,7% superior al mismo periodo de 2010 y por encima de nuestras previsiones del 3% para el trimestre. La reciente evolución de la contratación, cartera y actividad media de nuestros clientes, el sólido avance de nuestra filial de impresión especializada financiera CFI (+40%) así como el avance de las ventas del canal online y la incorporación al perímetro de consolidación desde el mes de mayo de la adquisición de Holmbergs en Suecia nos da confianza para confirmar durante 2011 un nivel de ventas superior a los 230 millones de euros y un EBITDA superior a 20 millones de euros.

Consecuencia del avance de las ventas y el control de costes operativos el EBITDA ha avanzado hasta 4,7 millones de euros así como mejorado su margen operativo, siendo éste el mejor de los últimos siete trimestres y un 8% superior al del mismo trimestre del ejercicio 2010. A nivel EBIT se han alcanzado los 2,0 Millones de Euros lo que supone un incremento del 50,4%. En el primer trimestre Service Point, ha vuelto a los beneficios con 64 mil Euros frente a una pérdida de 334 mil Euros al final del primer trimestre de 2010.

El pasado 30 de abril, Service Point completó la adquisición de Holmbergs en Suecia. Esta aportará un incremento del 6% a las ventas y del 9% del EBITDA del grupo en 2011. La compra se ha realizado a 4.35x el EBITDA 2010.

Durante este trimestre se ha cerrado el acuerdo de refinanciación con el 100% de los bancos que componen su financiación sindicada. Las características principales del acuerdo son la extensión del vencimiento único hasta el tercer trimestre de 2013 y el establecimiento de nuevos covenants financieros dinámicos en línea con los resultados actuales y el nuevo Plan Estratégico del Grupo para el periodo 2011-2013.

El pasado 19 de abril concluyó con éxito la ampliación de capital aprobada el 21 de Febrero en Junta Extraordinaria de Accionistas quedando íntegramente suscrito el importe de 14,5 millones de euros previsto, con una sobredemanda superior a 1,4 veces la oferta y el apoyo de los accionistas de Service Point al Plan 2011-2013. Los fondos captados se destinarán a apoyar el crecimiento orgánico del grupo con énfasis en los sectores on-line y a financiar la adquisición de Holmbergs en Suecia reforzando nuestra presencia en el importante mercado Escandinavo.

2. Evolución primer trimestre 2011

2.1 Principales magnitudes y evolución;

El cuadro 1.1 muestra las principales magnitudes de Service Point durante el primer trimestre de 2011 y 2010.

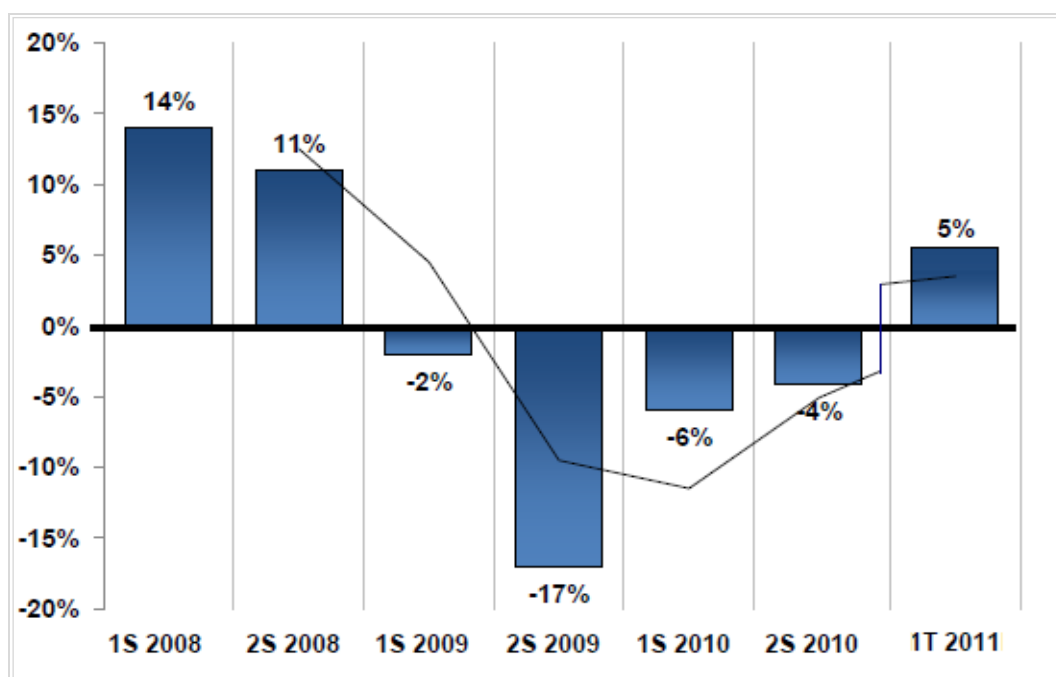
Cuadro 1.1 Pérdidas y ganancias

Euros ´000	1T2010	1T2011	Dif. %
Ventas	52,256	54,711	5
Margen Bruto	35,396	34,980	(1)
EBITDA	4,357	4,700	8
EBIT	1,348	2,028	50
Bº Neto	(334)	64	n.a.

Margen Bruto	67,7%	63,9%
EBITDA	8,3%	8,6%
EBIT	2,6%	3,7%

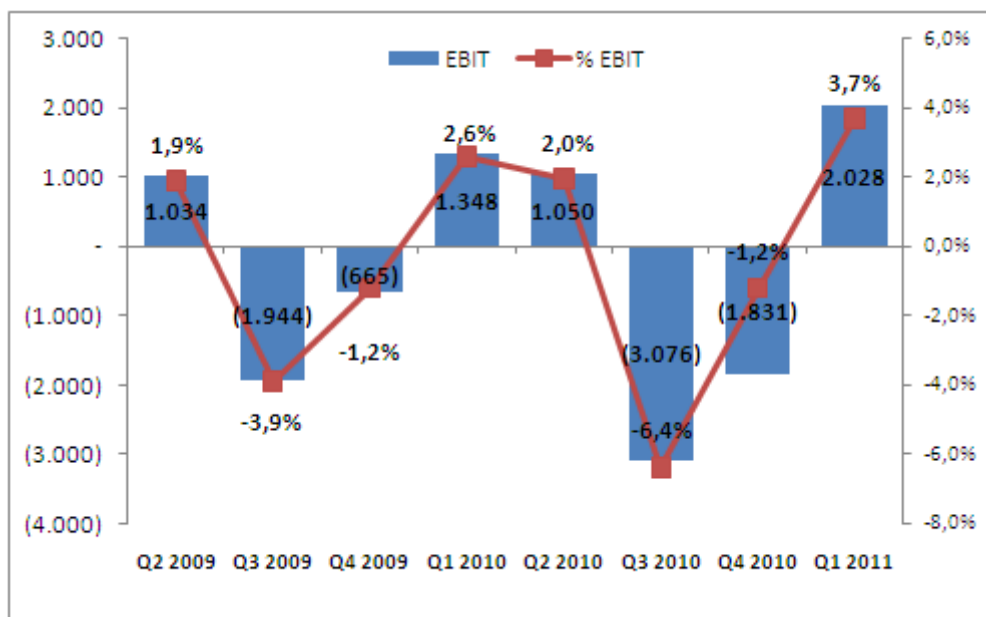
El rendimiento de Service Point ha progresado siendo el EBITDA del primer trimestre un 8% superior al obtenido en el primer trimestre del ejercicio 2010 (€4,4 mil). Esta mejora es trasladable a nivel de márgenes tanto sobre EBITDA como sobre EBIT.

Cuadro 1.2 Evolución Ventas hasta 1T2011



La diversificación de la línea de ingresos de Service Point y la apuesta estratégica por el desarrollo del canal on-line mitigan la debilidad que continua persistiendo en el segmento de ventas técnico (AEC). El esfuerzo continuo en el control y gestión de los costes operativos que se prevé vuelvan a ser inferiores en 2011 a los ocurridos en 2010, permiten una mejora del EBIT de la compañía en valor absoluto y relativo de avance notable respecto los últimos ocho trimestres.

Cuadro 1.3 Evolución EBIT Q2-2009/1T-2011



2.2 Respuesta de SPS a un entorno desafiante;

Desde finales de 2008 y de manera más drástica y profunda en 2009 y 2010 a medida que el entorno económico se fue debilitando, Service Point tomó medidas dirigidas a mejorar su generación de caja y maximizar su rentabilidad y resultados futuros controlando al máximo sus costes. Las principales medidas adoptadas y logros fueron:

Reducción de la base de costes: El diseño e implantación de un nuevo modelo operativo basado en la consolidación de centros de producción, eliminación de contratos de Facility Management deficitarios y personal generó unos ahorros de 22,7 Millones de Euros en 2010, reduciendo los costes operativos en un 15% y los de personal en un 19% respecto los incurridos en 2009. Se espera que a divisa comparable el gasto total operativo de Service Point se reduzca un 3% adicional.

Reorientación y diversificación de los ingresos primando ingresos recurrentes de calidad (Facility Management y Print Management): Se ha implantado un nuevo modelo de negocio enfocado a aquellos sectores que ofrecen unos mejores fundamentales y han demostrado ser

más robustos en condiciones adversas, al mismo tiempo que se ha hecho una apuesta decidida por el e-commerce y la impresión a través de internet (W2P) que en 2010 generó 13 Millones de Euros y se espera supere los €20 millones en 2011.

2.3 Nuevo modelo operativo y de negocio;

El plan de negocio 2011-2013 potenciará la gama de nuevos servicios que aprovechan la posición competitiva de nuestras operaciones mediante el lanzamiento de nuevos sistemas enfocados principalmente al canal “e-commerce”.

La Organización queda orientada hacia ventas B2B y marketing online organizada en torno a cuatro divisiones:

- Clientes Sectoriales; actualmente consta de 30.000 clientes B2B, con un foco en Educación y Publishing, AEC y Corporativo.
- Management Print Services; 800 instalaciones de Facility Management, con unos ingresos recurrentes que suponen el 26% de la cifra de ventas.
- Investigación Financiera (a través nuestra filial CFI); orientada a bancos y sociedades de servicios financieros en Reino Unido, Estados Unidos, Rusia (actividad establecida durante 2010) y Hong Kong que se espera que en 2012 generen 20 Millones de euros con un crecimiento anual superior al 20%.
- Comercio Electrónico; servicios de comercio electrónico online. En 2010 generó un 6% de la cifra de negocio total y en la que se esperan crecimientos anuales superiores al 50%.

El canal B2B de “e-commerce” está establecido entre los principales clientes de Service Point y en los 130 centros de producción en los ocho países en los que opera la compañía. En un futuro próximo, también se establecerá en más de 400 centros de otros 40 países que se gestionan a través de la red de negocio GlobalgrafixNet.

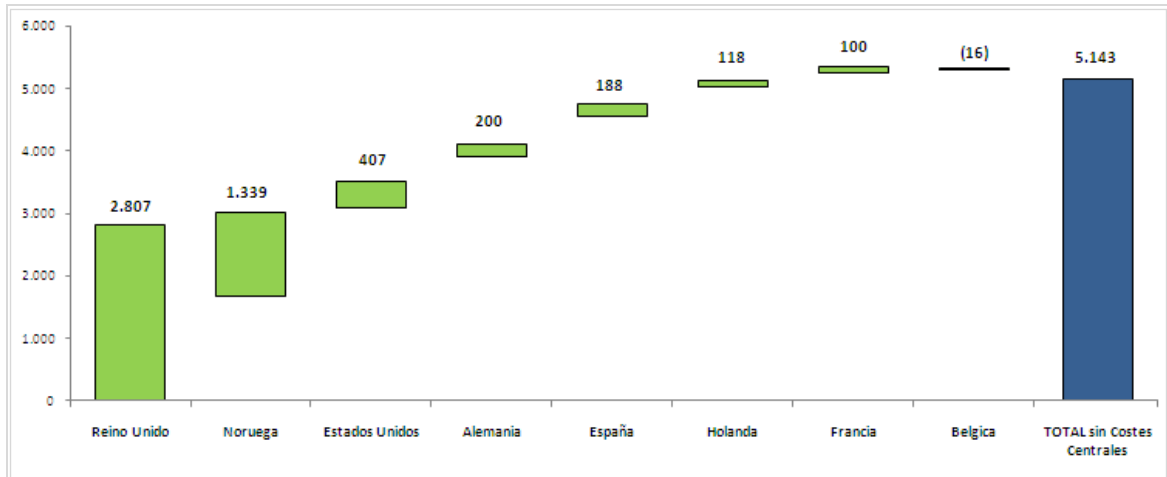
2.4 Evolución geográfica;

Una vez más, las ventas del grupo se han beneficiado de la diversificación geográfica con la que cuenta, permitiendo compensar los países que se encuentran en la cola de la recuperación económica con los que ya han dado síntomas de mejora y solidez. Hay que destacar que España ha sido el país que peor comportamiento en ventas relativo ha tenido respecto al primer trimestre 2010 que no obstante ha compensado con una óptima gestión de los costes que ha resultado con un EBITDA alineado con la previsión para el primer trimestre 2011. El peso de la filial española en Service Point es del 6,5% de las ventas consolidadas.

Todas las filiales tienen una contribución positiva al EBITDA de la compañía durante el primer trimestre del ejercicio, exceptuando marginalmente y por estacionalidad la filial en belga en línea con su previsión.

Cabe destacar el buen comportamiento de la filial de servicios al sector financiero (CFI) de Service Point que aumentó las ventas un 42% en el primer trimestre de 2011 siendo uno de los principales proveedores mundiales de servicios de impresión sofisticados al mercado de análisis financiero y banca de negocios.

Cuadro 1.6 Contribución por país EBITDA 1T2011



3. Adquisición de Holmbergs

Durante el primer trimestre Service Point acordó la adquisición de Holmbergs en Suecia la cual se ha completado el 30 de abril. La compañía es líder en el sur de Suecia (Malmo y Lund) y norte de Dinamarca (Copenhague) en servicios de impresión digital de información y gestión documental.

Las principales características de la adquisición son:

- La adquisición se realizará a 4.35 veces el EBITDA 2010.
- Se financia con un pago cash de 5 millones de Euros y un pago en acciones de nueva emisión de Service Point durante el segundo semestre de 2011.
- Se establece un pago diferido (earnout) condicionado a la generación de EBITDA y retención de caja contra el desempeño excepcional del negocio.
- Se incorpora al perímetro de consolidación de Service Point desde mayo.

Los objetivos perseguidos por SPS con esta transacción son los siguientes:

- Reforzar la plataforma de Service Point en Escandinavia con clientes internacionales de primera magnitud a partir de nuestra presencia actual en Noruega.

- Consolidar la propuesta de valor en los sectores de educación, corporativo y la actividad de impresión bajo demanda.
- Adquirir un negocio con alta generación de caja e ingresos recurrentes.
- Aspirar a un negocio de €100m en Escandinavia por desarrollo orgánico y adquisiciones.
- La adquisición permite un incremento del 6% en las ventas y del 9% del EBITDA en 2011, dentro de los objetivos de Service Point e incrementa de manera importante la contribución de beneficio por acción.

3. Refinanciación de la deuda

Service Point ha llegado a un acuerdo con sus bancos para extender y mejorar determinadas condiciones de su financiación sindicada, reforzando el balance de la Compañía y permitiéndole poder disponer de disponibilidad adicional bajo algunos parámetros.

El nuevo acuerdo ha sido suscrito por la totalidad de las entidades financieras que componen el sindicado y se ha basado en el marco del nuevo Plan Estratégico 2011-2013 de la Compañía.

El sindicado de siete bancos liderado por Lloyds Banking Group, nombró a un asesor externo e independiente que validó el plan de negocio de Service Point y su capacidad de generar caja a futuro. Los nuevos términos y condiciones principales son los siguientes: extensión del vencimiento único al tercer trimestre de 2013 y el establecimiento de nuevos covenants financieros dinámicos en línea con los resultados actuales y el nuevo Plan Estratégico del Grupo para el periodo 2011-2013.

4. Ampliación de Capital

En paralelo a su refinanciación bancaria, la Junta Extraordinaria de Accionistas que se celebró en Barcelona el 21 de Febrero aprobó una ampliación de capital semiliberada (2 acciones nuevas por 7 antiguas a €0,3950 de desembolso por cada nueva acción) por un total de €14,5m.

La ampliación de capital quedó íntegramente suscrita durante el Periodo de Asignación Gratuita y Suscripción Preferente de los accionistas. Se espera que las acciones procedentes de dicha ampliación comiencen a cotizar inmediatamente.