



RESULTADOS

Resultados 2009

26 de febrero de 2010

INDICE

1.	Resumen de conclusiones.....	pág. 3
2.	Evolución 2009.....	pág.4
2.1	Principales magnitudes y evolución.....	pág.4
2.2	Resultados del Plan de reestructuración.....	pág.6
2.3	Avances en servicios y clientes.....	pág.7
2.4	Evolución geográfica.....	pág.8
3.	Perspectivas de futuro.....	pág.9
3.1	Previsión.....	pág.9
3.2	Plan de crecimiento.....	pág.9
3.3	Equipo directivo.....	pág.10

1. Resumen de conclusiones

La fortaleza del modelo de Service Point junto con el importante esfuerzo realizado en costes y su diversificación geográfica y de clientes, le ha permitido obtener unos resultados por encima de la media del sector y afrontar un ejercicio 2010 con expectativas positivas, a pesar de la difícil coyuntura económica.

Service Point alcanzó unas ventas durante 2009 de 216,5 Millones de euros, un 8,9% inferiores a 2008 por la evolución del mercado y la reducción de actividad por parte de nuestros clientes. La debilidad de la libra esterlina y la corona noruega que representan el 40% de nuestra facturación ha reducido nuestras ventas consolidadas en 7,2 Millones de euros, por lo que el crecimiento de las ventas a tipo de cambio constante es solamente un 5,8% inferior a las del ejercicio anterior.

Estos resultados son mejores que la media de la industria de impresión, donde los ingresos se han reducido un 20%. Durante el ejercicio 2009 hemos fortalecido nuestra posición competitiva mediante la reducción de la estructura de costes, el lanzamiento de nuevos servicios y el incremento de los recursos comerciales.

La evolución de la nueva cartera de clientes ha compensando positivamente el menor consumo medio de nuestros clientes reflejo de la propia reducción de su actividad económica. La tasa de desaceleración experimentada respecto a la cartera antigua empieza a observar estabilización y en algunos países recuperación en su demanda.

Los resultados del ejercicio acumulado reflejan una evolución de Service Point positiva y favorable, a pesar del entorno, en Alemania, Bélgica, Holanda y Noruega, concentrándose una peor evolución de los negocios en Francia, España, Inglaterra y Estados Unidos. En estos tres últimos el negocio de gestión documental para el mundo técnico (AEC) tiene un peso importante en sus ventas.

SPS ha realizado un importante esfuerzo en la mejora de la operativa interna del grupo:

- Reducción importante de costes (anualizado para 2010 de €22M respecto 2008).
- Reducción de un 17% de la plantilla a nivel grupo.
- Fortalecimiento del modelo de negocio (esfuerzo comercial, estimulación de ventas).
- Optimización de volúmenes y actividad en nuestros centros de producción.
- Mejora en la posición financiera a largo plazo por nuevos términos.

Las distintas áreas de negocio de la mayoría de los países, empiezan a dar señales de estabilización e incluso muestran alguna cierta recuperación en los niveles de contratación con la excepción del sector AEC que sigue mostrando debilidad. El apalancamiento operativo de Service Point y la menor base de costes debe permitir en 2010 un aumento notable de los beneficios y de márgenes aun con el mismo nivel de ventas que el año 2009.

Service Point ha procedido a provisionar una vez revisados todas las valoraciones de los fondos de comercio de sus activos, una parte de la inversión realizada sobre su filial en Francia por un importe de 3,6 Millones de euros, a pesar que el cumplimiento del plan de negocio de la filial francesa no supone ningún deterioro en el fondo de comercio. Cabe resaltar que una amortización de fondo de comercio no tiene impacto en caja.

2. Evolución 2009

2.1 Principales magnitudes & evolución;

A continuación mostramos en el cuadro 1.1 las principales magnitudes de Service Point durante los ejercicios 2008 y 2009 normalizando los gastos extraordinarios.

Cuadro 1.1 Pérdidas y ganancias

Euros ´000	2008	2009	Dif.
Ventas	237,524	216,492	-8,9%
Margen Bruto	167,408	146,144	-21,3
EBITDA normalizado	21,664	19,398	-2,3
Ajustes Ext.	-	5,676	-
EBITDA	21,664	13,722	-7,9
EBIT normalizado	6,138	5,943	-0,2
EBIT	6,138	0,267	-5,9
Bº Neto normalizado	(0,209)	0,644	0,8
Bº Neto (1)	(0,209)	(6,957)	-6,7
Margen Bruto	70,5%	67,5%	
EBITDA normalizado	9,1%	8,6%	
EBIT normalizado	2,6%	2,7%	
Free cash Flow Operativo (2)	7,9	12,7	

Tipos de cambio	2008	2009	Dif.
USD	1,47	1,39	5,4%
GBP	0,80	0,89	-11,3%
NOK	8,22	8,73	-6,2%

(1) Incluye provisión fondo de comercio Francia por 3,6 M sin impacto en caja

(2) Ebitda normalizado - capex

Las ventas en 2009 alcanzan los 216,5 Millones de euros lo que supone un retroceso del 8,9% respecto al mismo periodo del ejercicio anterior (-5,8% a tasa constante). El rendimiento de Service Point ha sido favorable en el entorno económico actual, después de los gastos de reestructuración llevados a cabo durante el primer semestre del año, y la posterior ampliación del plan de ahorro de costes, que han impactado la cuenta de resultados contable de la compañía en 5,7 Millones de euros.

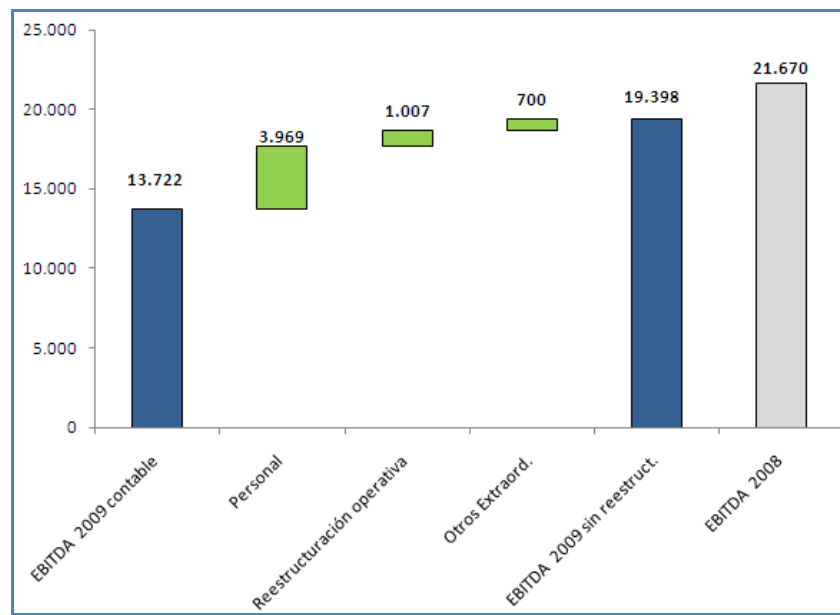
Gracias al estricto control de las inversiones en equipamiento y tecnología (capex) llevadas a cabo por el grupo en los últimos tres ejercicios, la compañía ha sido capaz de reducir éstas en un 51% respecto al ejercicio 2008 sin comprometer su capacidad de innovación y servicios. Durante el presente ejercicio se prevé que el capex no será superior al incurrido en 2009, lo que generará mayores recursos líquidos.

Cuadro 1.2 Capex

Euros m	2006	2007	2008	2009
Capex	10,1	18,5	13,7	6,7
Capex / Ebitda	52%	64%	63%	35%

El comportamiento de la Libra Esterlina y de la Corona Noruega ha repercutido negativamente en aproximadamente 7,2 Millones de euros en la cifra total de ventas del periodo 2009 respecto a 2008 y en 0,6 Millones de euros el EBITDA.

Conciliación EBITDA 2009-2008: (Euros m)



La divisa ha tenido un impacto importante en el 2009:

- Los ingresos de explotación, a tipo de cambio constante, descienden únicamente un 5,8%.
- El EBITDA descontando gastos no recurrentes y a tipo de cambio constante, experimenta una caída del 7,6% respecto al mismo periodo del 2008.
- El EBITDA descontando gastos no recurrentes menos las inversiones en equipamiento y tecnología han sido de 12,7 Millones de euros.
- El Beneficio neto excluyendo gastos de reestructuración se situaría en los 0,6 Millones de euros.
- Estos resultados incorporan un “one-off” relativo a los planes de pensiones por un importe de 0,6 Millones de euros.

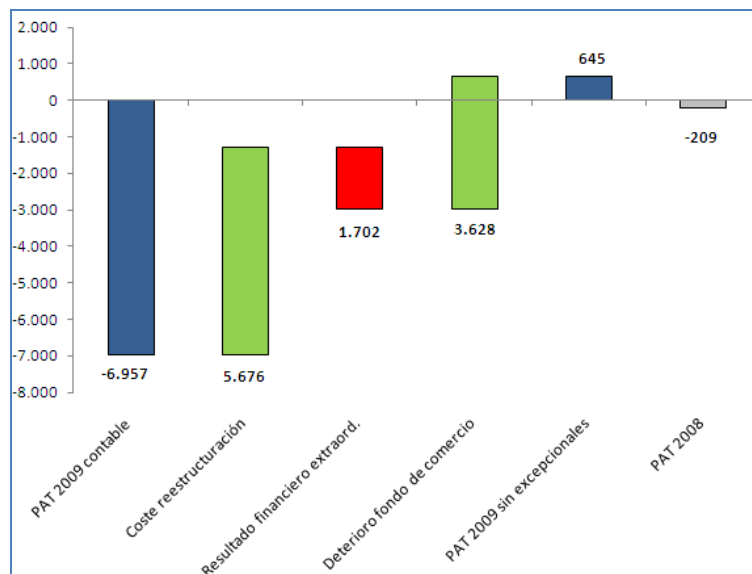
La evolución 2008- 2009 normalizada excluyendo el impacto de los gastos reestructuración, fondo de comercio y a cambio constante es la siguiente:

Cuadro 1.3 Normalizado excluyendo extraordinarios y a tipo constante

Euros ´000	2008	2009	Dif.
Ventas	237,524	223,745	-5,8%
Margen Bruto	167,408	151,266	-16,1
EBITDA	21,664	20,027	-1,6
EBIT	6,138	6,235	0,1
Bº Neto	(0,209)	0,780	1,0
Margen Bruto	70,5%	67,6%	
EBITDA	9,1%	8,9%	
EBIT	2,5%	2,4%	

La fortaleza del negocio de Service Point a pesar de la coyuntura se observa en la variedad de su diversificación tanto geográfica así como del mantenimiento y renovación de su base de clientes. Las distintas medidas de reducción de costes se empiezan a observar a nivel de la cuenta de resultados que muestran que a menor nivel de ingresos y Ebitda se obtiene unos mejores resultados.

Conciliación de PAT 2009-2008: (Euros m)

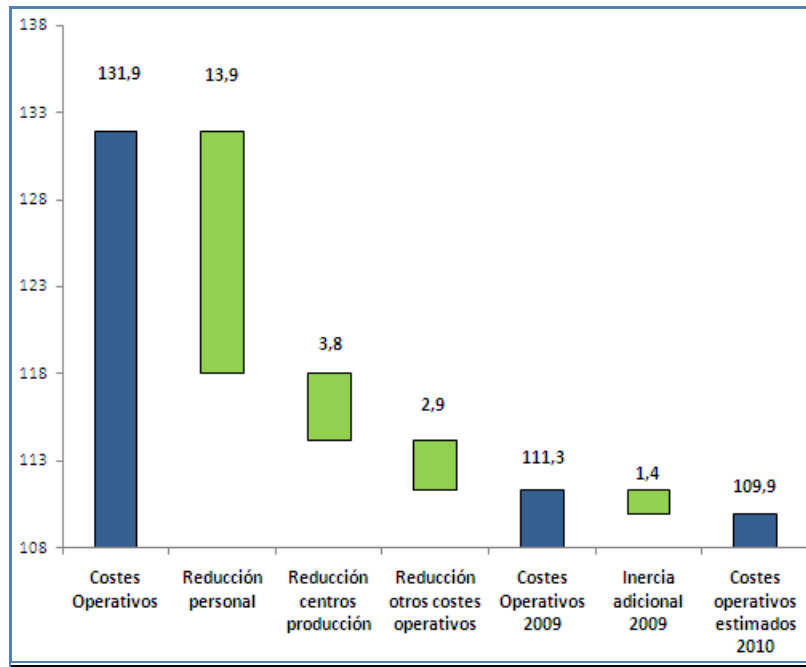


2.2 Resultados del Plan de reestructuración;

Desde finales de 2008 y de manera más drástica y profunda en 2009 a medida que el entorno económico se fue debilitando, Service Point tomó decisiones importantes para blindar su generación de caja y maximizar su rentabilidad y resultados futuros.

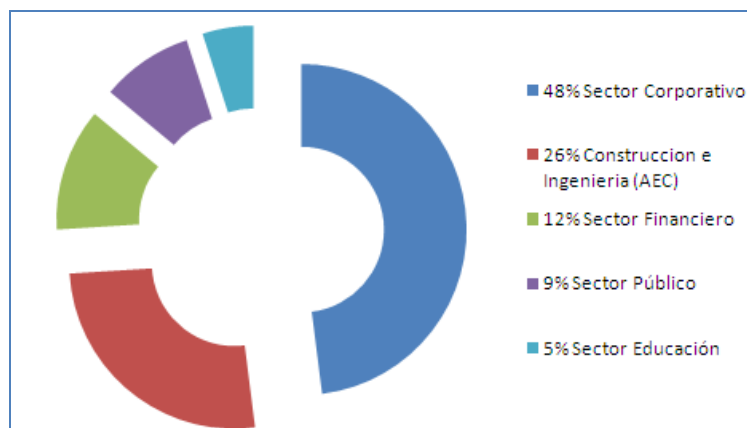
En el gráfico que mostramos a continuación se observan los detalles del esfuerzo llevado a cabo en 2009 al igual que el objetivo para el año 2010. La reducción que supondrá reducir la base de costes en 22 Millones de euros o un 16,7% respecto a la inicial del año 2009 permitirá un aumento notable de los beneficios y de los márgenes aun con el mismo nivel de ventas que el año 2009.

Conciliación OPEX 2009-2010 a perímetro constante: (Euros M)



2.3 Avances en servicios y cliente;

Durante el año 2009 se ha doblado la fuerza de ventas de la compañía de cara a fortalecer el crecimiento orgánico y amortiguar la reducción de la actividad de la cartera de clientes. Gracias a estas medidas se ha cerrado el ejercicio con un crecimiento neto de clientes. En la actualidad un 48% de los clientes provienen del sector corporativo, un 26% en negocio técnico son infraestructuras, construcción e ingenierías (AEC), sector financiero un 12%, sector público un 9% y por último sector educación un 5%.



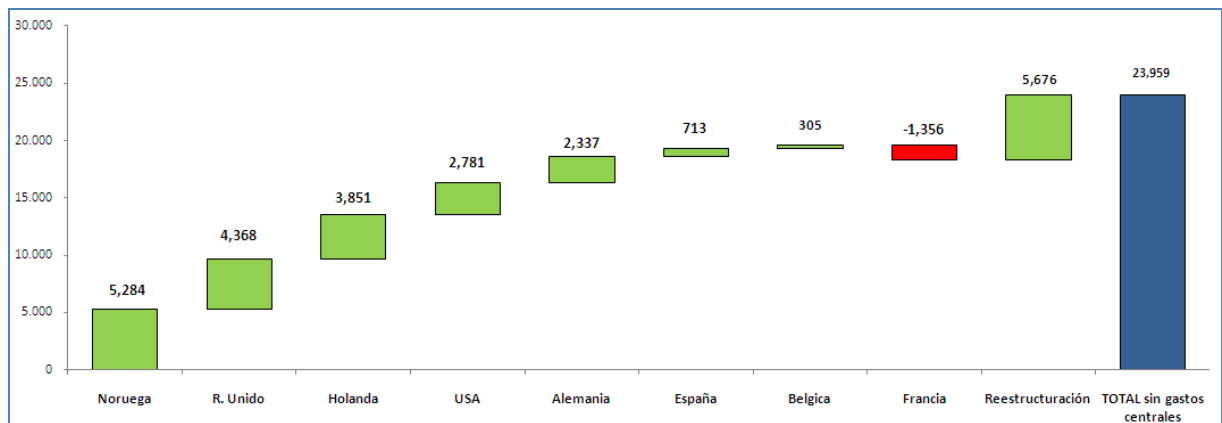
Se ha potenciado la gama de nuevos servicios que aprovechan la posición competitiva de nuestras operaciones mediante el lanzamiento de nuevos sistemas enfocados principalmente en la impresión bajo demanda y los servicios de color. El canal “e-commerce” que en la actualidad equivale a un 5% de la facturación ha sido reforzado para que supere el 30% en los próximos 3 años con planes de actuación concretos para los 25 principales clientes de cada país.

El canal B2B de “e-commerce” está establecido entre los principales clientes de Service Point y 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 35 países que se gestionan a través de la red de negocio GlobalgrafixNet.

Service Point considera que su modelo de negocio y activos líderes le van a permitir mostrar una evolución de ventas muy positiva en los segmentos que está posicionada y experimentar un crecimiento importante en el mundo de la educación y finanzas donde ya cuenta con clientes internacionales significativos.

2.4 Evolución geográfica;

Contribución Ebitda por país 2009: (Euros M)



Los resultados del ejercicio acumulado reflejan una evolución de Service Point favorable, ya que todas las filiales a excepción de la filial francesa tienen una contribución positiva al Ebitda de la compañía a pesar del entorno de deterioro económico donde estimamos caídas medias de los ingresos del 20%.

Las filiales de Holanda, Bélgica, Noruega y Alemania han tenido el mejor rendimiento. Las ventas del grupo muestran el equilibrio de la compañía gracias a la diversificación geográfica con la que cuenta que permite compensar los países que se han visto más afectados por la coyuntura económica, siendo estos resultados mejores que la media de la industria de impresión.

La menor actividad de Estados Unidos, Reino Unido y España ha venido marcada por su mayor exposición al sector técnico (AEC). Los malos resultados de nuestra filial en Francia se debe al

debilitamiento del mercado y la necesidad de imprimir una presión aún superior a sus costes operativos.

3. Perspectivas de futuro

3.1 Previsión;

A pesar de un entorno todavía débil y donde esperamos todavía tasas de crecimiento negativas en el sector AEC, en 2010 esperamos obtener unas ventas por encima de 2009 moduladas en su recuperación a lo largo de los próximos trimestres. En el resto de segmentos en la mayoría de países donde estamos, empezamos a ver señales de estabilización con muestras de recuperación en los niveles de contratación de nuestros clientes.

La labor comercial de nuevo negocio está siendo muy agresiva y focalizada en los cinco segmentos que la compañía ha definido como prioritarios y constituye el foco de gestión operativa de la compañía en el 2010.

A nivel Ebitda nuestro objetivo para el 2010 es conseguir a partir de la mejora en la línea de ingresos y una menor base de costes relativa volver a posicionar Service Point en el nivel de EBITDA contable de 2008. El apalancamiento operativo de Service Point debería permitirnos un aumento de los beneficios y de los márgenes a un mismo nivel de ventas que 2009.

3.2 Plan de crecimiento;

Service Point pretende recuperar en paralelo a su gestión operativa que es la clave diaria de sus resultados el proceso de consolidación del sector que lideró entre 2005 y 2008. Durante este periodo de tiempo se realizaron 16 adquisiciones que permitieron doblar los ingresos de la compañía, aumentar aún más su EBITDA y estar presente en 8 países.

Hemos reanudado conversaciones con las compañías prioritarias que nos interesan , desde un punto de vista geográfico, centraremos nuestros objetivos en ser líderes en Escandinavia y aumentar nuestra presencia en Alemania, regiones éstas que como hemos expuesto anteriormente han mostrado un mejor comportamiento en el pasado ejercicio y donde Service Point sabe competir, ganar clientes y obtener resultados para sus accionistas.

Esperamos estar en disposición de alcanzar acuerdos de adquisición en los próximos trimestres.

Service Point está estudiando la mejor estructura de capital para acometer esta fase de crecimiento y de entrega de valor al accionista.

La capilaridad europea de Service Point frente a una competencia fragmentada nos permite poder generar vías de crecimiento a las que nuestra competencia local no puede aspirar por falta de recursos financieros o de masa crítica.

3.3 Equipo directivo

Reflejando la naturaleza internacional de nuestro negocio, la compañía tiene previsto incorporar con carácter inmediato un director general ejecutivo de grupo con base en Londres cuyo foco principal será la ejecución de políticas comerciales, de cliente y servicios transversales en el grupo y en cada país que hagan crecer las ventas en los segmentos que hemos elegido por encima de la media de nuestro sector con políticas específicas acordes.