



RESULTADOS

Primer Trimestre 2012

11 de mayo de 2012

INDICE

1.	Resumen de conclusiones.....	3
2.	Evolución Grupo 1T 2011 – 1T 2012.....	4
	2.1 Principales magnitudes y evolución	
	2.2 Evolución geográfica	
3.	Iniciativas de negocio.....	5
4.	Refinanciación de la deuda.....	6

1. Resumen de conclusiones

Las ventas de Service Point han ascendido a €54,8m, en línea con las obtenidas en el mismo trimestre del año 2011 dentro de un contexto económico internacional muy difícil.

El primer trimestre de 2012 ha sido un trimestre de continuación en la toma de medidas para recuperar niveles de rentabilidad necesarios para una evolución positiva durante los próximos meses. Durante los primeros tres meses del año, se ha enfocado en potenciar las oportunidades de negocio futuro y el Grupo cuenta con una cartera potencial de clientes y proyectos significativa que incrementará la línea de ventas a partir del segundo trimestre. A la vez ha seguido con un estricto control de costes para intentar reducir aún más la base de costes operativos. Asimismo, se ha reducido la plantilla del Grupo de 2.111 empleados en marzo de 2011 a 1.989 en 2012.

Los resultados de este periodo se han visto afectados por la reducción de transacciones financieras en el sector bancario, que ha afectado el volumen de ventas en servicios de impresión relacionados con las salidas a bolsa en la filial británica y por el proceso de reestructuración que se está llevando a cabo en la filial holandesa.

Destaca el buen comportamiento general de los mercados escandinavo y alemán con crecimientos orgánicos relevantes en ventas y EBITDA respecto a 2011, impulsados por un fuerte dinamismo de la actividad local y de la introducción en el mercado de nuevos servicios, que serán pronto trasladados a otros países. La diversificación geográfica de Service Point nos dota de una mayor visibilidad y estabilidad en la gestión del negocio. El mercado español tiene un peso de tan sólo el 5% de las ventas totales.

Durante el primer trimestre de 2012 ha continuado reforzando la estructura de gestión en torno al desarrollo del canal online y las actividades de impresión bajo demanda a partir de iniciativas locales que aprovechan la infraestructura de Service Point en los 10 países donde tenemos plantas de producción.

Estas iniciativas han permitido mantener las pérdidas netas en 1,7 millones de euros.

Como hemos anunciado al mercado, Service Point ha negociado la refinanciación de su sindicado bancario para mejorar los términos y la estructura de su deuda. El nuevo acuerdo de refinanciación permite a la compañía desarrollar el plan estratégico. Implica además una mejora muy importante tanto a nivel de costes - dada la reducción significativa del gasto financiero (3 millones de euros anuales) - como a nivel de balance, al trasladar toda la deuda a largo plazo (diciembre 2015 con una extensión adicional a diciembre 2016). Asimismo pone a disposición de la compañía una línea de financiación adicional de 3 millones de euros. Todas estas mejoras serán visibles a partir del segundo trimestre del ejercicio.

2. Evolución primer trimestre 2012

2.1 Principales magnitudes y evolución;

A continuación mostramos en el cuadro 1.1 las principales magnitudes de Service Point durante el primer trimestre de 2012 y 2011.

Cuadro 1.1 Cuenta de resultados trimestrales

Euros ´000	2011	2012	Dif. % vs. 2011
Ventas	54.711	54.843	0,2%
Margen Bruto	34.980	35.174	0,6%
EBITDA	4.700	3.510	-25,3%
EBIT	2.028	1.141	-43,7%
BDI	64	-1.671	na

Margen Bruto	63,9%	64,1%
EBITDA	8,6%	6,4%
EBIT	3,7%	2,1%

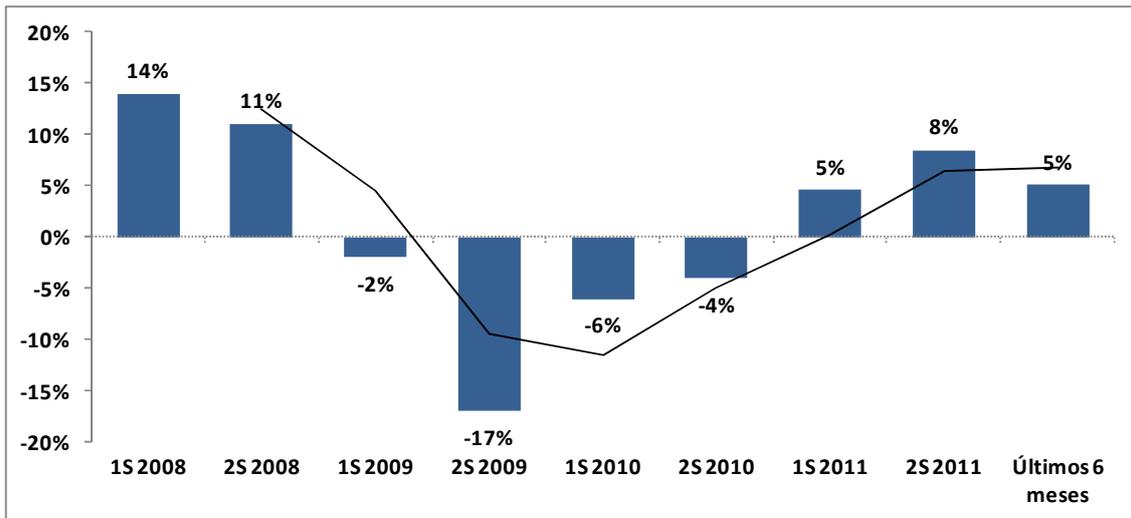
Las ventas del primer trimestre del ejercicio 2012 han alcanzado € 54,8m, un 0,2% superior que el mismo periodo del ejercicio anterior. Ha sido un trimestre en el cual se han tomado medidas adicionales, sobre todo en la filial británica y holandesa, para recuperar un nivel de rentabilidad aceptable en el futuro.

En los países que han mostrado crecimiento, como Noruega, Suecia, Alemania y Bélgica, se han introducido en el mercado nuevos servicios especializados, enfocados en impresión bajo demanda y canal online, que serán pronto trasladados al resto de países del grupo.

En todas las geografías, en el primer trimestre se ha enfocado en potenciar las oportunidades comerciales futuras y en cerrar nuevos contratos, para mostrar una tendencia positiva en el segundo trimestre. La compañía ha seguido aumentando su cuota de mercado, consiguiendo un incremento en el número de sus clientes.

La evolución semestral de nuestros ingresos presenta la siguiente evolución durante el periodo 2008-2012:

Cuadro 1.3 Inflexión en la evolución de ventas 2008-2012



El Margen Bruto se ha situado en línea a nuestros objetivos con la excepción del negocio en Holanda donde el peso de la actividad de franqueo y la menor actividad de impresión de nuestros clientes han empeorado levemente el objetivo de Margen Bruto de la filial. El Margen Bruto ha sido del 64,1% frente al 63,9% obtenido en el primer trimestre de 2011 (excluyendo la línea del franqueo en los Países Bajos el Margen Bruto en el primer trimestre de 2012 sería 69,5% frente a 69,4% en el mismo periodo de 2011).

3. Iniciativas de negocio

Durante el último semestre, la compañía ha fortalecido su estructura de gestión al focalizar la dirección de los negocios en las áreas estratégicas y de creación de valor.

En el último trimestre del ejercicio 2011, se establecieron cuatro direcciones geográficas para poder afrontar mejor las dinámicas de los mercados en los países donde opera Service Point (Escandinavia, Europa Continental, Reino Unido y Estados Unidos).

A nivel geográfico esta estructura ha empezado a fortalecer el foco y la obtención de sinergias y de eficiencias tanto a nivel operativo como a nivel de clientes internacionales.

El grupo ha seguido potenciando las iniciativas on-line, y las oportunidades ofrecidas por el dinamismo del negocio de foto álbumes.

A niveles de costes, se han reducido los gastos de personal, al haber eliminado 50 posiciones en el mercado británico al final del trimestre, y al haber diseñado un plan de reducción adicional para Holanda, entre otras medidas. Estas iniciativas permitirán reducir la base de costes fijos en aproximadamente 5 millones de euros anuales, con un impacto positivo en los resultados sobre todo a partir del segundo semestre de 2012.

4. Refinanciación de la deuda

A finales de abril de 2012 Service Point ha llegado a un acuerdo con el 100% de los bancos que constituyen su préstamo sindicado para mejorar los términos y la estructura de su deuda. La refinanciación se incluye las siguientes características principales:

- Extensión del vencimiento hasta diciembre de 2015, con posibilidad de un año adicional bajo el cumplimiento de condiciones financieras razonables.
- Reestructuración de la deuda en dos instrumentos: 70 millones de euros como deuda a largo plazo pagadera en un 95% al vencimiento y 25 millones de euros en deuda convertible en acciones (sin intereses).
- Cancelación del tramo de financiación (20 millones de euros) más caro de la deuda de la compañía.
- Se permite el acceso a una línea de financiación adicional por importe de 3 millones de euros.

Tras esta refinanciación, que se prevé formalizar tras la aprobación por parte de la Junta de la compañía durante el mes de Junio, el grupo podrá obtener una relevante mejora en sus ratios de balance y en su generación de recursos financieros.

El nuevo acuerdo de refinanciación permite a la compañía desarrollar el plan estratégico. Implica además una mejora muy importante tanto a nivel de costes, dada la reducción significativa del gasto financiero (3 millones de euros anuales). Todas estas mejoras serán visibles a partir del segundo trimestre del ejercicio.