

Service Point Solutions

Presentación a Inversores 2011



Service Point Solutions

Disclaimer

- ▶ Este documento contiene información que constituye previsiones. Estas previsiones aparecen en numerosas ocasiones en este documento y hacen referencia a la mejor estimación de la compañía sobre la evolución futura de la actual base de clientes, el crecimiento futuro de las diversas líneas de negocio, el negocio global, la cuota de mercado, los resultados financieros y otros aspectos de la actividad de la compañía.
- ▶ Las proyecciones realizadas en este documento se pueden identificar a través del uso de palabras tales como “se espera”, “se prevé”, “se piensa”, “se cree” o expresiones similares, la negativa de las anteriores o a través de afirmaciones sobre las proyecciones, estrategia, planes o intenciones de la compañía.
- ▶ Dichas proyecciones no son garantía de la evolución futura de la compañía e implican riesgos e incertidumbres que pueden desviarse materialmente de los resultados actuales como consecuencia de diversos factores.
- ▶ Se advierte a los analistas e inversores que deben analizar las proyecciones financieras presentadas en este documento con cautela, siendo válidas únicamente a la fecha de la redacción de este documento. Service Point Solutions no asume ninguna obligación sobre las desviaciones de las proyecciones presentadas en este documento, que puedan aparecer con posterioridad a la fecha de realización de esta presentación, incluyendo, sin limitación, cambios en el negocio de SPS, su estrategia de adquisiciones o la aparición de eventos inesperados. Se insta a los analistas e inversores a consultar la memoria anual así como la información periódica de la compañía disponible en la página web de la Comisión Nacional de Mercados y Valores.

El Proyecto - Service Point Solutions

Resumen ejecutivo (1 de 2)

- Única compañía europea cotizada en el fragmentado sector de servicios de impresión y gestión documental digital con presencia paneuropea, Estados Unidos y Hong Kong. Ha liderado un proceso de **crecimiento por adquisiciones** entre 2005 y 2008.
- Más de 30.000 clientes activos, entre ellos, líderes nacionales y primeras compañías internacionales; Más de un 50% de sus clientes y los ingresos de éstos ocurren bajo contrato y un 10% de sus ventas (€205M en 2010) se producen con **clientes internacionales en más de un país**. Ofrece una amplia gama de servicios de impresión y gestión documental digital a través de 100 centros de producción propios y 604 contratos de facility management (*print & mailrooms*) en los 10 países donde está presente así como a través de su creciente actividad online/e-commerce que ya representa el 6% de sus ventas.
- Durante 2005-2008 multiplicó sus ingresos por 2,4 como resultado de adquisiciones y el desarrollo orgánico de su actividad, durante 2008-2010 ha acometido un importante plan de **eficiencia operativa**, sinergias e integración de sus operaciones (reducción de plantilla y gastos de operación en un -19% y -15% respectivamente) para acompañar la reducción de actividad económica de sus clientes (-13,5% ventas en este periodo). Durante los últimos seis trimestres ha acompasado su ritmo de caída y ralentización de ingresos con la práctica totalidad de sus servicios y segmentos creciendo en 2010. Espera un crecimiento del 13% en sus ventas en 2011, incluyendo Holmbergs y del 6,2% excluyendo Holmbergs.

El Proyecto - Service Point Solutions

Resumen ejecutivo (2 de 2)

- Su modelo operativo y de negocio apuesta por: (i) **crecer orgánicamente** por mejora del entorno económico, su mayor masa crítica frente a competidores locales y el empuje de las nuevas líneas de actividad sectorial (educación y finanzas); (ii) **el potencial de crecimiento que ofrecen sus nuevas líneas de actividad “Online”** (web-to-print (*W2P*), e-commerce o photobook); (iii) **el menor coste unitario de producción** por racionalización de estos y (iv) **retomar de forma selectiva oportunidades de crecimiento/adquisición** por diversificación geográfica (Holmbergs en Suecia y resto del mercado escandinavo) y en el incipiente mercado digital online.
- **La ausencia de competidores internacionales** en el mercado de la impresión y gestión documental digital, la reducción gradual y continua del mercado offset y la migración de clientes de éste al de impresión digital, el crecimiento atractivo previsto en el mundo digital online y la alta fragmentación del número de competidores con características de empresa familiar y/o privada de entorno local favorecen la **consolidación y avance orgánico del proyecto**.
- Sus objetivos para 2011 (incluyendo Holmbergs) prevén que **su facturación supere los €230M y su EBITDA los €20M**. El Plan 2011-2013 prevé que su rango de ventas y EBITDA bajo los escenarios (i) normalizado y (ii) activo se muevan entre €260M-€280M y €31-36M respectivamente en 2013.
- La estabilización de sus magnitudes financieras en 2010, la puesta en marcha de su plan de desarrollo orgánico online, la adquisición de Holmbergs en Suecia y el fortalecimiento de su balance para acometer nuevos proyectos tras el acuerdo para la mejora técnica y la extensión del vencimiento de su crédito sindicado serán financiados con una **ampliación de capital parcialmente liberada de €14.5M** abierta a todos sus accionistas.

El Proyecto - Service Point Solutions

Resumen ejecutivo

Visión	<ul style="list-style-type: none">• Vocación de liderazgo en el sector de la impresión y gestión documental digital• Consolidador del sector en Europa. Único consolidador activo (18 adquisiciones)• Potenciar la creciente actividad online (W2P, e-commerce)
Fortalezas	<ul style="list-style-type: none">• Más de 30.000 clientes / empresas activos• Alcance multinacional (líderes en 10 países, España representa menos del 10% del total)• 50% de sus ingresos se produce bajo contrato de provisión de servicios• Gama completa de productos y servicios (6% de ventas online/W2P)• Implantación con éxito de un nuevo modelo operativo y de negocio• Reestructuración financiera acometida
Nuestra estrategia	<ul style="list-style-type: none">• Crecer orgánicamente aprovechando capacidades y foco sectorial• Potenciar nuevas líneas de actividad (educación, finanzas) y negocios (W2P, e-commerce)• Racionalización de gastos y menores gastos unitarios del sector• Adquisiciones selectivas (Holmbergs para consolidar liderazgo en Escandinavia)
Objetivos 2011-2013	<ul style="list-style-type: none">• Guideline 2011 (incluyendo Holmbergs): Ventas de €205M en 2010 a +€230 en 2011 y EBITDA recurrente de €14.5M en 2010 a +€20M en 2011• Visión del Plan 2011-2013: Ventas de €260-280M y EBITDA de €31-36M en 2013

Service Point Solutions

1	¿Qué hace Service Point?	<i>Posición Competitiva</i>
2	El proyecto de Service Point	<i>Nuevo Modelo de Negocio</i>
3	¿Cómo vamos a generar valor?	<i>Palancas de creación de valor</i>
4	Nuestros objetivos	<i>Plan 2011-2013</i>
5	Transacción propuesta	<i>Ampliación y adquisición</i>
6	Resumen	<i>Oportunidad de inversión</i>

Service Point Solutions es una compañía multinacional, líder en el sector de la impresión y gestión documental digital

1

Presencia en 10 países



- 5 → 10 países (2011)
- €99M → €219M de facturación incluyendo Holmbergs (2006 – 2010).
- +90% de la facturación fuera de España.
- 604 centros de servicio en instalaciones del cliente (FM/OSS).
- 100 centros de producción en todo el mundo.
- Alcance Global: GlobalGrafixNet (42 países y 512 centros).

Líder europeo



- Tamaño 10 veces mayor que sus competidores locales.
- Market share significativo en 7 países.
- Fuerte liderazgo en los sectores de Finanzas y Educación.
- Única empresa cotizada europea en un sector muy fragmentado.
- Foco en servicios Online.

Que cuenta con una amplia y equilibrada gama de productos y servicios

1

Líneas de producto y servicios



Split Ventas 2010 %:

8%

62%*

24%

6%

* Incluye Franqueo y otros

SPS tiene un modelo de negocio distintivo y con potencial de crecimiento

1

Estrategia de crecimiento en un sector con potencial

■ Modelo de negocio:

- **Gama completa de soluciones** de gestión de la información y del documento para el cliente final B2B.
- **Ingresos recurrentes de calidad**, diversificados por líneas de negocio y zonas geográficas con cada vez mayor porcentaje de ingresos relacionados con contratos de servicios.
- **Gestión centralizada de costes y procesos:** Compras globales, consolidación de fábricas y plataforma común de IT.
- **Estrategia de expansión:** potenciando servicios online y adquisiciones estratégicas.

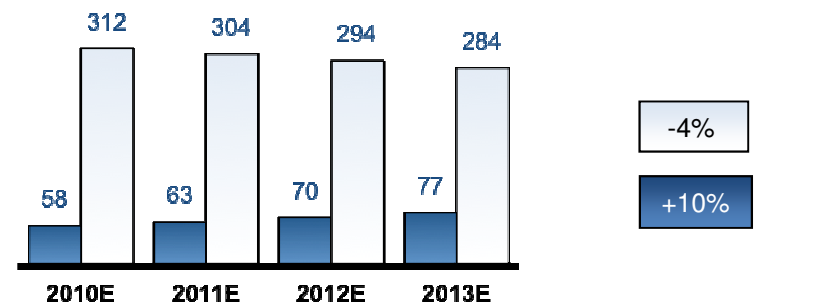
■ Evolución del negocio



■ Operando en un sector fragmentado y con potencial de crecimiento:

- **Foco en sector de impresión digital en crecimiento** (+10% vs. -4% en impresión offset)
- **Liderando el proceso de consolidación del sector** (18 adquisiciones en 2005-2008)
- **Know-how en integración de adquisiciones** (sinergias de costes e ingresos, exportación de modelo y transferencias de mejores prácticas)

■ Mercado de impresión global (KPMG) EE.UU. y Europa Occidental Miles de millones de USD



Que cuenta actualmente con claras fortalezas estratégicas

1

Fortalezas estratégicas del Proyecto Service Point

- **Diversificación en sectores y negocios (para posicionar SPS en las áreas de mayor crecimiento)**
Nuevo mix sectorial (del +80% al 25% en AEC). Negocio recurrente en generación de caja (Facility Management y Gestión Documental). Apuesta por negocios en crecimiento (Online, W2P y Photobook).
- **Sólida base de clientes (Más de 30.000 clientes B2B)**
Foco en clientes de gran tamaño. Oferta de servicios a clientes multinacionales de manera global. Ventas múltiples países €27M 2010, +21% vs 2009.
- **Alcance global (10 países red propia y 42 con GlobalGrafixNet)**
Única red global de impresión digital (42 países y 512 centros). Negocios globales como CFI (impresión digital de informes financieros).
- **Liderazgo frente a competidores locales**
Único proveedor de todos los servicios al cliente final. Ventaja competitiva vs. fabricantes de equipos y otros competidores locales.

Photobook: 6º Productor en Europa, 3ª Alemania
Web-to-Print: >80 grandes clientes B2B 2010
Service Point Online: €13M en 2010



Morgan Stanley



Standard Chartered

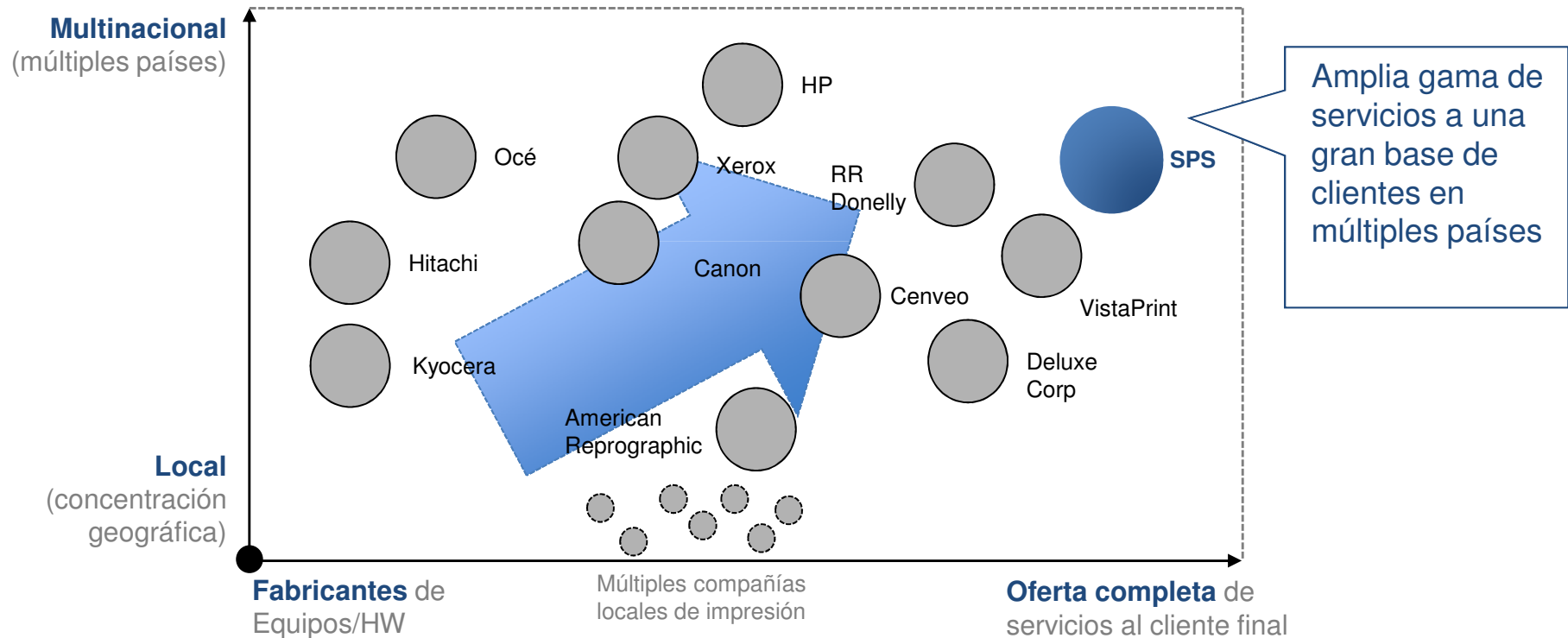
CFI (Equity Research Printing)
CAGR >20% (EEUU, UK, Rusia, Hong Kong)

10x Tamaño vs. competidores locales

La posición competitiva de SPS es “única” en cuanto a cobertura geográfica y oferta de productos y servicios al cliente final

1

Posición competitiva



* Fuente: Elaboración propia

Service Point Solutions

1	¿Qué hace Service Point?	<i>Posición Competitiva</i>
2	El proyecto de Service Point	<i>Nuevo Modelo de Negocio</i>
3	¿Cómo vamos a generar valor?	<i>Palancas de creación de valor</i>
4	Nuestros objetivos	<i>Plan 2011-2013</i>
5	Transacción propuesta	<i>Ampliación y adquisición</i>
6	Resumen	<i>Oportunidad de inversión</i>

Service Point ha sido una historia de crecimiento con gran foco en la gestión de la operación en los dos últimos años

2

Evolución histórica

2005-2008

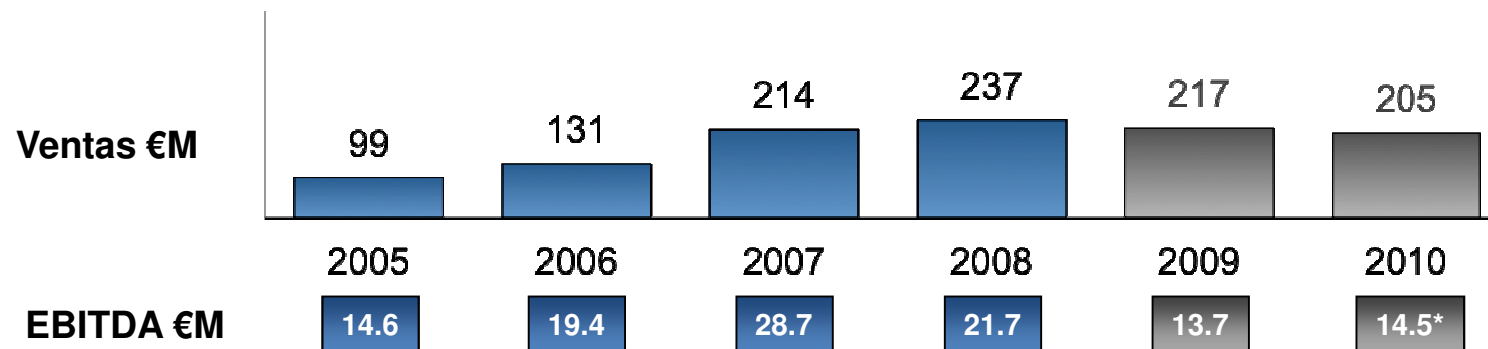
Crecimiento vía adquisiciones

- Expansión de 3 a 9 países.
- Ventas por 2,4x.
- 4 Adquisiciones de media al año.
- Crecimiento orgánico entorno al 5% anual.
- Capitalización bursátil alcanza máximo de €425M.
- AEC +80% en 2005 al 40% de las ventas en 2008.

2008-2010

Impacto de la crisis

- Caída de ventas consecuencia de la crisis. Especialmente en venta absoluta AEC (-44% del 2008 al 2010).
- Menor caída de ventas que el sector por diversificación internacional.
- Alto impacto en EBITDA por el apalancamiento operativo del negocio y gastos de reestructuración (€9.5M).



* Excluye gastos de reestructuración y excluye Francia

Entre 2005 y 2008 SPS realizó 18 adquisiciones en 9 países

2

Proceso de adquisiciones: Buy & Build

2004 / 2005	2006	2007	2008
 Zorita Jan - 2004	 Imagetek Mar - 2006	 CBF Jun - 2007	 UCAD Feb - 2008
 Reprocopy May - 2005	 Docscan Mar - 2006	 Allkopi Jun - 2007	 Reprotechnique (51%) May - 2008
	 Micprint May - 2006	 GlobalGrafixNet (50% restantes) Jun - 2007	 KSB June - 2008
	 Open Archive May - 2006	 Quality Impress Sept - 2007	 Xtreme Print (75%) June - 2008
	 Koebcke (51%) Jun - 2006	 Koebcke (49%) Dec - 2007	 CFI Aug - 2008
	 Cendris Oct - 2006	 Copymax Nov - 2007	
Ventas: 99	131	214	237

Proyecto SPS (2005-2008)

- Creación de la compañía líder en gestión documental e impresión digital en Europa
- 4 adquisiciones de media al año
- Cobertura geográfica de 3 a 9 países
- Ventas multiplicadas por 2,4 y EBITDA por 1,5 veces
- De +80% del negocio en Arquitectura e Ingeniería (AEC) en 2005 al 25% en 2010
- **Cotización máxima: 3,44 euros por acción (07/07)**

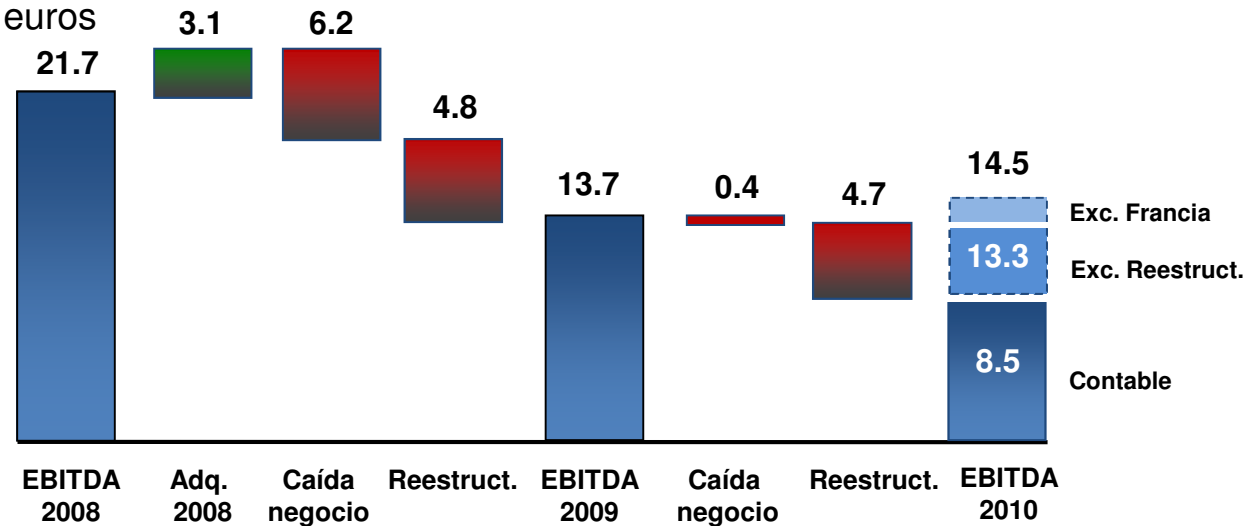
La caída de 13% en ventas por la crisis ha tenido un fuerte impacto en la rentabilidad por el apalancamiento operativo y financiero del negocio

2

Evolución reciente (crisis 2008-2010)

Evolución EBITDA

Millones de euros



- Retención y renovación de clientes, pero la gran mayoría ha reducido su demanda durante la crisis
- Caída de ingresos centrada en el sector construcción (AEC) de -25% anual entre 2008 y 2010 (44% caída absoluta)
- Muchos competidores han cerrado con caídas de ingresos entre 15% y el 30% anuales
- Las ventas de SPS han sufrido el impacto negativo del efecto divisa (caída USD, GBP y NOK)
- Los gastos de reestructuración (incluyendo Francia) explican la mayor parte de nuestra caída de EBITDA
- Empeoramiento de ratios de apalancamiento (Deuda/EBITDA) y cobertura de la Deuda por menor EBITDA

Para contrarrestar el impacto de la crisis, SPS ha trabajado entre 2008 y 2010 en tres frentes

2

Respuesta de SPS a la crisis

Objetivos	Iniciativas	Impacto 2008-2010	
Reducir la base de costes	<ul style="list-style-type: none"> Reestructuración laboral Reducción de costes Nuevo modelo operativo industrial basado en consolidación de centros de producción 	Costes personal	-19%
		Otros costes operativos	-15%
		Total ahorro Opex	€22.7M
Preservar el balance y la caja	<ul style="list-style-type: none"> Optimización de inversiones (Capex) Mejor gestión del circulante Reestructuración deuda 	Inversiones	-51%
		Fondo Maniobra	+61%
		Acuerdo con Bancos	✓
Reorientar y diversificar los ingresos	<ul style="list-style-type: none"> Foco en los sectores con mejores fundamentales (de AEC a Finanzas y Educación y Publishing) Desarrollo de iniciativas E-commerce/W2P Nuevo modelo de negocio 	AEC vs. Resto	40% a 25%
		Ingresos Online	+€13M
		Implantado	✓

Adicionalmente, se ha implantado un nuevo modelo operativo y de negocio

2

Modelo de gestión actual



Que facilita la exportación y materialización de sinergias en el Grupo...

2

Pipeline de sinergias entre países



...así como, la centralización de procesos y la consolidación de la producción

2

Foco en Costes Operativos

Iniciativas	Impacto
Modelo productivo optimizado	Ahorro de costes operativos aprovechando nuestro tamaño y economías de escala En los últimos 2 años, el Grupo ha sido capaz de materializar > €22M en ahorros de gastos estructurales.
Plataforma IT y MIS integrada	Sistemas comunes de soporte al negocio en todo el Grupo: coherencia de nuestras operaciones y herramientas comunes de venta y gestión del negocio Plataforma MIS para monitorizar las ventas y las operaciones en todo el Grupo. Importante reducción del coste de mantenimiento y apoyo operacional de su infraestructura de IT.
Producción en hubs regionales	Plantas de impresión a nivel mundial: centros regionales que integran los servicios en "centros de operaciones" para capturar economías de escala y alcance. Continuar consolidando las operaciones a nivel nacional y promover algunos centros para prestar servicios especializados a nivel mundial.
Global Procurement	Gestión centralizada de proveedores y compras: importante potencial de ahorro de costes Más de €100M se gestionan ya hoy de forma centralizada.

Service Point Solutions

1	¿Qué hace Service Point?	<i>Posición Competitiva</i>
2	El proyecto de Service Point	<i>Nuevo Modelo de Negocio</i>
3	¿Cómo vamos a generar valor?	<i>Palancas de creación de valor</i>
4	Nuestros objetivos	<i>Plan 2011-2013</i>
5	Transacción propuesta	<i>Ampliación y adquisición</i>
6	Resumen	<i>Oportunidad de inversión</i>

El Plan 2011-2013 de Service Point tiene cuatro ejes de creación de valor

3

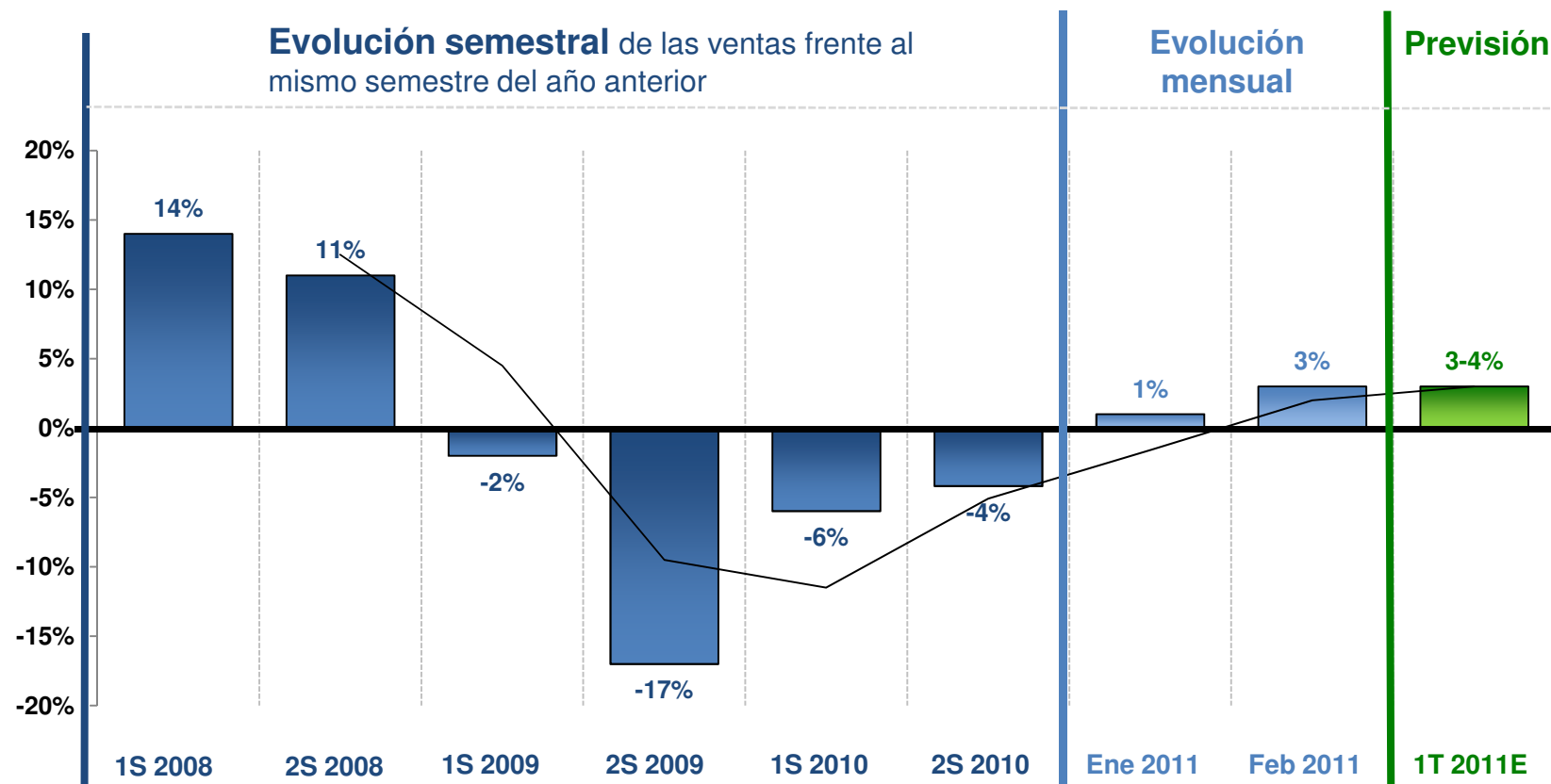
Plan de negocio 2011-2013

Palancas de creación de valor	Acciones clave	Impacto
1 Vuelta al crecimiento orgánico	<ul style="list-style-type: none">• Nuevo foco sectorial• Mejora de capacidades comerciales	Crecimiento positivo con mantenimiento de márgenes
2 Mayor crecimiento por negocios online	<ul style="list-style-type: none">• Nuevos negocios online con alto potencial• Potenciación de e-commerce/web-to-print	Nuevos ingresos con mejores márgenes
3 Menores costes por nuevo modelo operativo y apalancamiento operativo	<ul style="list-style-type: none">• Control y reducción de costes y capex• Nuevo modelo operativo centralizado	Costes operativos “planos”. Mayor conversión de EBITDA en caja
4 Crecimiento por adquisiciones	<ul style="list-style-type: none">• Aportación de escala y sinergias• Exportación del modelo SPS a otras empresas	Aumento de ingresos, EBITDA y sinergias

La mejora del entorno económico está permitiendo revertir la evolución de los ingresos

3

Inflexión en la evolución de ventas



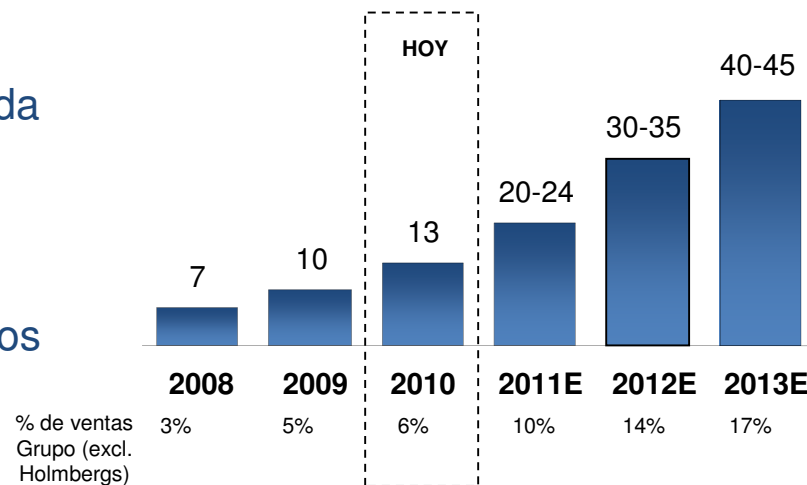
Service Point espera crecer exponencialmente en el canal online, donde hoy tiene el 6% de su facturación total

3

Iniciativas Online / W2P / E-Commerce

- Aumento de ventas en clientes actuales
- Incremento de nuevos clientes
- Apoyo al sistema de producción centralizada
- Desarrollo de nuevos negocios Online
- Transferencia de mejores practicas/negocios a los países

Evolución del canal Online de SPS
2008-2013E, Millones de euros



Los nuevos negocios de impresión online tienen una mayor valoración por su alto crecimiento y rentabilidad

CAGR: >50%

El cliente percibe los beneficios del comercio electrónico y SPS ya tiene iniciativas exitosas en esta área

3



VENTAS 2010



€4.8M



€4.0M



€1.8M



€0.8M



€0.7M



€0.4M

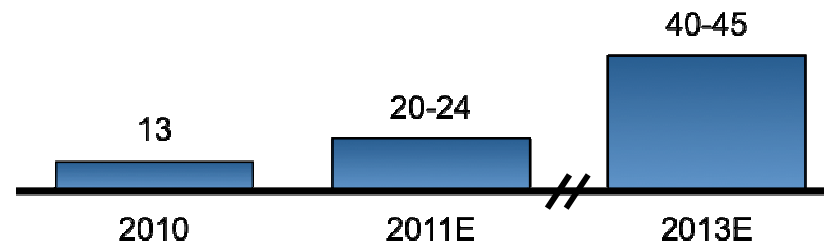
SPS prevé alcanzar entre €40-45M de ingresos en E-commerce/W2P al final del Plan 2011-2013

3

Previsión de evolución de ventas Online

- Aumento de ingresos en clientes actuales y captación de nuevos clientes
- Creciendo desde €13M en 2010 a €20-24M en 2011
- Nuevos negocios E-commerce con alto potencial (€3.6M Photobook en Alemania en 2010)
- Crecimiento esperado de mercado superior al 20%

Evolución del canal online de SPS*
Millones de euros

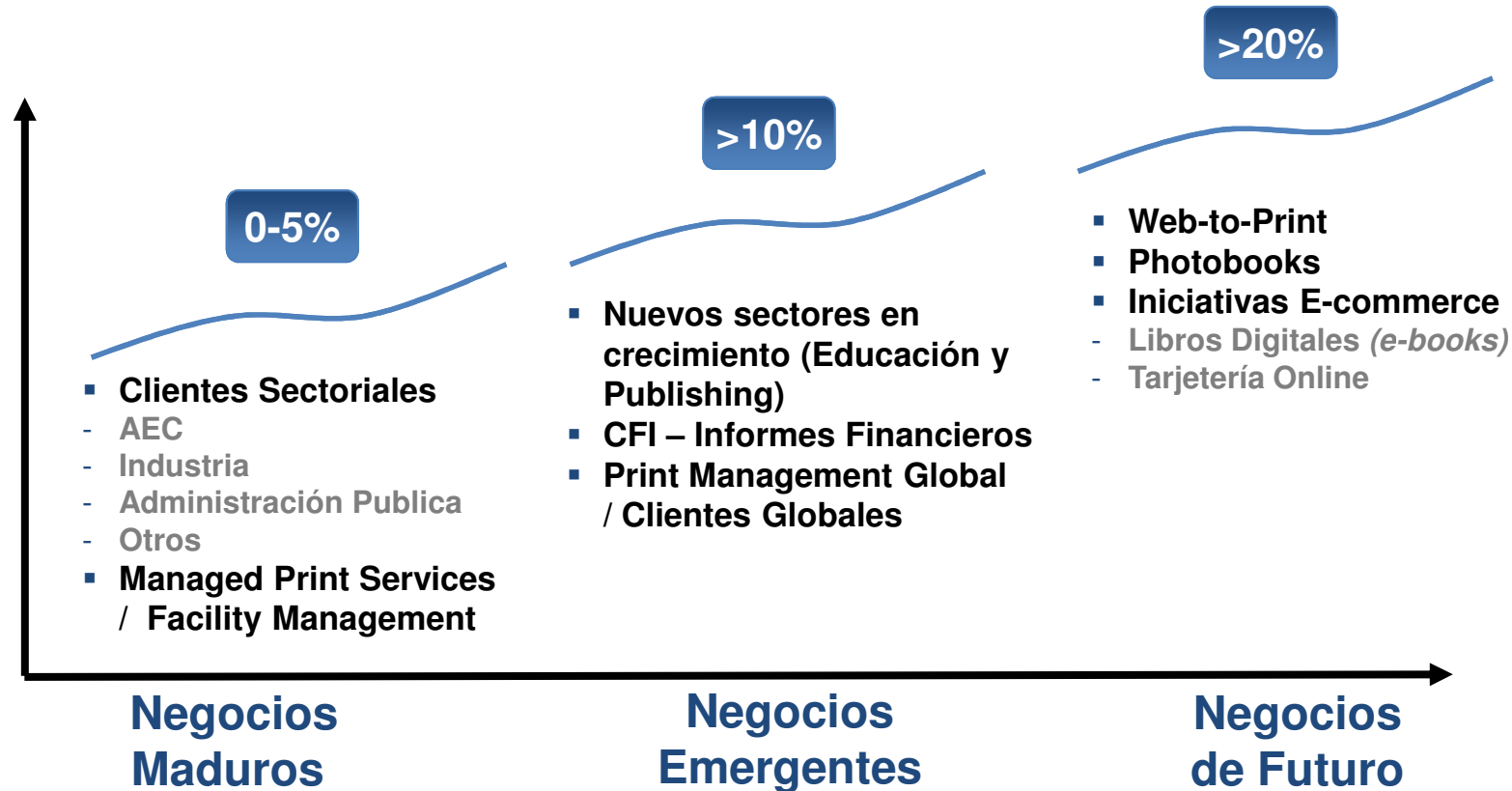


* Evolución ya incluida en los crecimientos del apartado anterior

Como consecuencia, SPS muestra un equilibrio adecuado entre negocios maduros, recurrentes y oportunidades de crecimiento

3

Horizontes de crecimiento

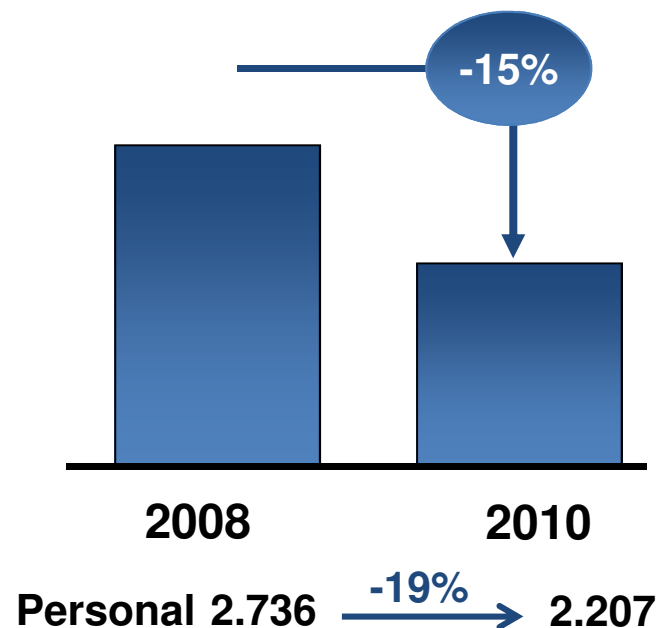


En el frente de costes, la base de costes del Grupo se ha reducido en €22.7M entre 2008 y 2010

3

Gestión de costes realizada

- Centralización de centros de producción y administrativos
- Industrialización de los centros productivos
- Implementación de procesos de mejora continua (LEAN Management)
- Sinergias en el área de compras, mediante su centralización
- Implantación de Arquitectura de Sistemas Global e integración con sistemas de producción



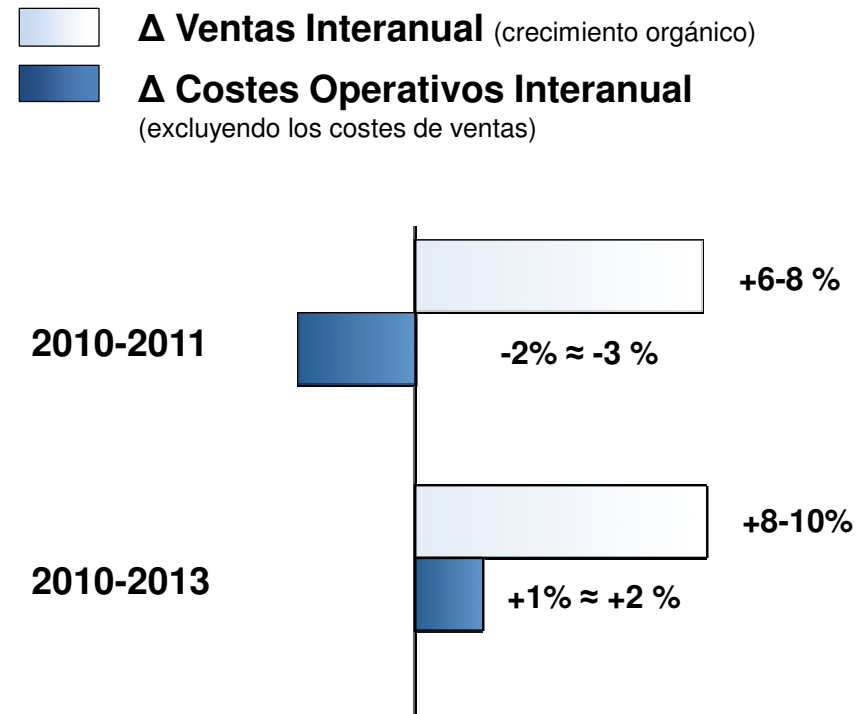
La focalización en la **mejora continua y productividad** nos permite **incrementar la producción** (+ EBITDA) y las ventas **sin un incremento de costes** estructurales.

Las nuevas iniciativas derivadas del nuevo modelo operativo prevén un crecimiento de costes operativos claramente por debajo del crecimiento de los ingresos

3

Objetivos de Eficiencia Operativa 2010-2013 (“Costes Planos”)

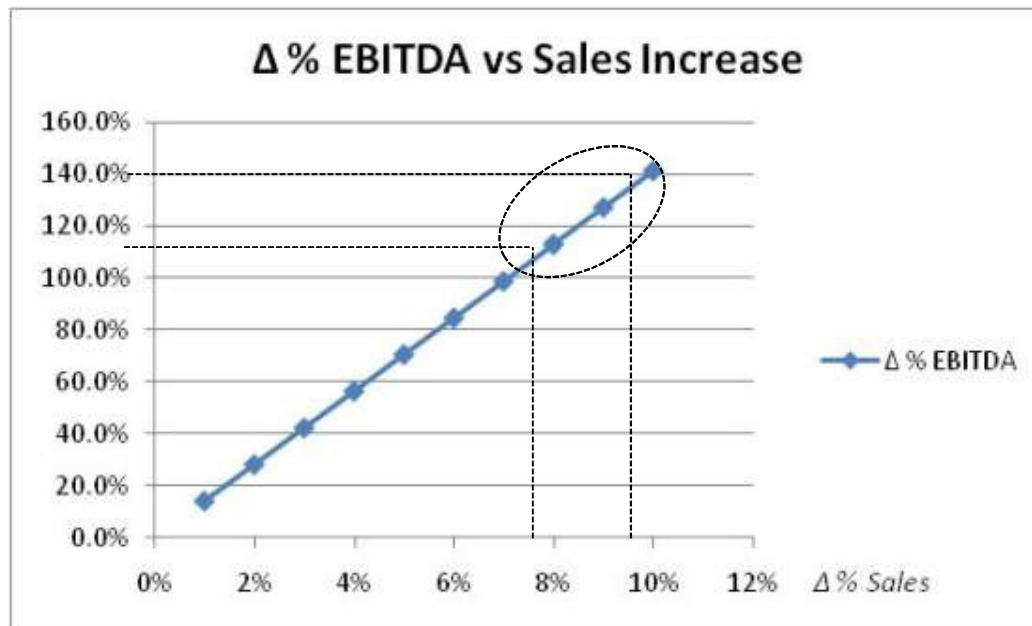
- Centralización de producción en: Países Bajos, Escandinavia y USA
- Implantación de ERP, CRM y sistema online de gestión único en SPS
- Centralización de procesos e implantación de LEAN en todos los países
- Centralización de compras y gestión de proveedores
- Reducción de los costes administrativos en todos los países



Además, la menor base de costes conseguida, permite importantes mejoras de los resultados por el elevado apalancamiento operativo del negocio

3

Impacto en EBITDA por aumento de ventas (apalancamiento operativo)



- Un aumento de las ventas entre el 8% y el 10% con mantenimiento de márgenes produciría un aumento del EBITDA entre 115% y el 140%.
- Esto se debe a la elevada relación de costes de ventas sobre los ingresos por la naturaleza muy operativa del negocio de impresión y gestión documental digital.

Adicionalmente, Service Point retoma su estrategia de crecimiento vía adquisiciones

3

Operaciones corporativas

- Vuelta a estrategia original de SPS de crecimiento vía adquisiciones (SPS ha realizado 18 adquisiciones en los últimos 5 años)
- Enfoque orientado a la creación de valor y a la rápida integración en el Grupo

<i>Crterios</i>		
■ Estratégicos	■ Financieros	■ Operativos
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Potencial del país/ mercado ▪ Aportación de productos/Know-how 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Creación de valor inmediata ▪ Pago en acciones 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Plan de integración de 100 días ▪ Materialización de sinergias
		

Adquiere Holmbergs, compañía sueca con un perfecto encaje estratégico en el grupo SPS

3

Adquisición Holmbergs: *Racional de la transacción*

- Compañía atractiva, bien gestionada muy complementaria a SPS
- Transacción con fuerte racional industrial
- Generación valor económico y financiero
- Oportunidades de mejora en la gestión
- Zona geográfica a la vanguardia en utilización de nuevas tecnologías (e-commerce, POD, etc.)
- Precio de adquisición, 5x EBITDA recurrente 2010, una vez finalizada auditoria. El pago €6M en efectivo y el resto en acciones SPS, con el compromiso de Lock-Up .

- Área con fuerte crecimiento económico
- Creación de líder indiscutible en Escandinavia.
- Objetivo SPS a medio plazo: €100M en ventas
- Gran imagen de marca
- Oportunidad de expansión en Dinamarca y Finlandia desde Suecia



La adquisición de Holmbergs aportará al Grupo SPS en 2011 más de €15M de ventas

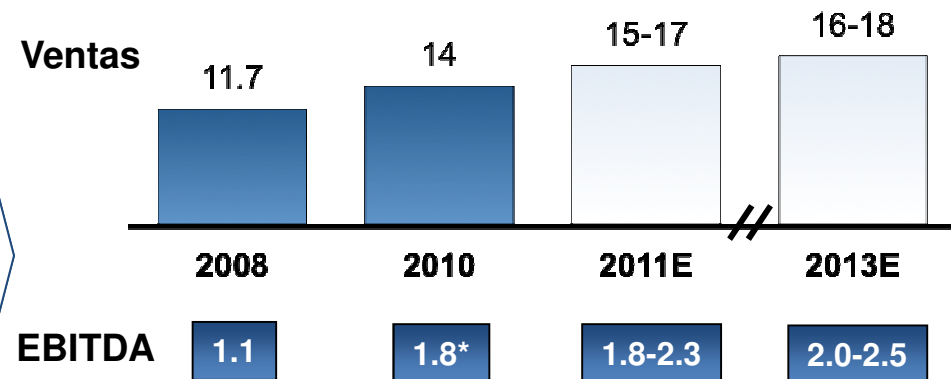
3

Aportación de la adquisición de Holmbergs

- Consolidada trayectoria histórica
- Líder en servicios de gestión información
- Importante cartera de clientes nacionales e internacionales
- Excelente equipo gestor
- Potencial en POD y “online”
- Capacidad de reducción de costes
- Saldo de caja superior a €1M

Evolución histórica y prevista de Holmbergs (sin sinergias)

Millones de euros



* Tipo de cambio 8.86



Service Point Solutions

1	¿Qué hace Service Point?	<i>Posición Competitiva</i>
2	El proyecto de Service Point	<i>Nuevo Modelo de Negocio</i>
3	¿Cómo vamos a generar valor?	<i>Palancas de creación de valor</i>
4	Nuestros objetivos	<i>Plan 2011-2013</i>
5	Transacción propuesta	<i>Ampliación y adquisición</i>
6	Resumen	<i>Oportunidad de inversión</i>

Las hipótesis del Plan de Negocio recogen la materialización del impacto económico de las iniciativas lanzadas por Service Point

4

Principales hipótesis 2011-2013

Palancas de creación de valor		Hipótesis 2011-2013	Indicadores clave
1	Vuelta al crecimiento orgánico	+10-12% anual*	Crecimiento de ventas global, por país y sectores clave
2	Mayor crecimiento por negocios online	€40-45M en 2013 (>50% anual)	Tamaño de los negocios online del Grupo
3	Menores costes por nuevo modelo operativo y apalancamiento operativo	+2-3% anual frente al mayor ritmo de las ventas	Crecimiento de costes vs. crecimiento de ingresos
4	Crecimiento por adquisiciones	Holmbergs 2013 €16-18M en Ventas €2-2.5M en EBITDA	Evolución de resultados y sinergias de las adquisiciones

* Incluye los negocios online

La combinación de crecimiento orgánico y adquisiciones selectivas permitirán al Grupo alcanzar una cifra de ventas en 2013 entre €260-280M

4

Plan de Negocio 2011 - 2013

Millones de euros

	2010	2011	2012	2013
Ventas	205	230-240	250-260	260-280
%		12-17%	----- +10-12% -----	
EBITDA	14.5	20-22	25-29	31-36
%			----- x2,5 ----- Desde 2010	

↑
Excluye: Gastos de Reestructuración, Francia y Holmbergs

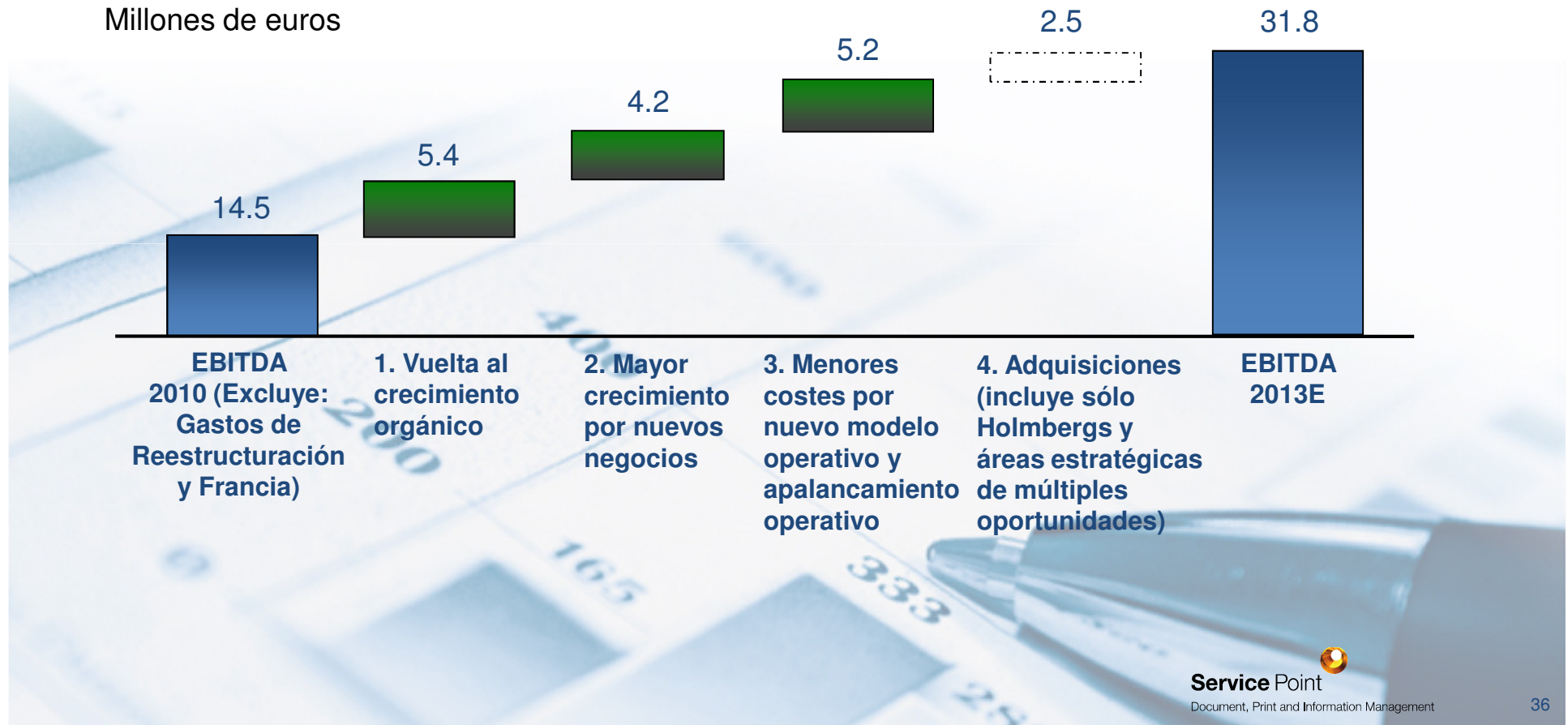
↑
Incluye la adquisición de Holmbergs

El EBITDA 2013 previsto entre €31-36M será una consecuencia de los resultados obtenidos en las cuatro palancas de creación de valor del Plan 2011-2013

4

Plan de Negocio 2011 - 2013

Millones de euros



Además, este Plan incluye un importante esfuerzo y foco en la generación de caja...

4

Generación de Caja

- Mejorar el ratio de conversión de efectivo:
 - Capex / EBITDA 2010 55%
 - Capex / EBITDA 2011 40%
 - Capex / EBITDA 2012 30%
 - Objetivo Capex / EBITDA 2013 25%
- Mejorar la gestión del capital circulante
 - Seguir mejorando los cobros mediante la reducción de DSO en 2 días
 - Mejorar la gestión de cuentas a pagar a través de negociaciones con los proveedores y la centralización de los pagos
- Maximizar la eficacia fiscal
 - Optimizar los €303M de pérdidas fiscales acumuladas
- Extraer valor de las iniciativas de compras globales y adquisiciones a nivel mundial
 - Obtener 1% de reducción en costes para el año 2011 (base €100M) y 2% en 2012
- Maximizar la generación de caja de Holmbergs
- Cumplir con todos los parámetros financieros y ratios de nuestro plan de negocio



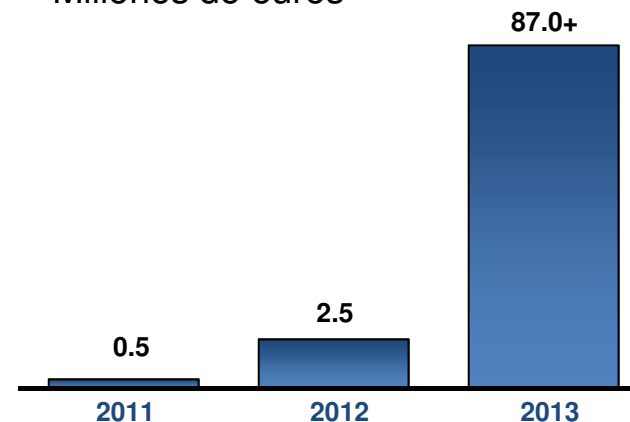
...y cuenta con el apoyo unánime de los bancos

4

Situación de Deuda

- Aprobación de la Adquisición de Holmbergs
- Refuerzo del balance mediante la extensión de los vencimientos hasta Julio de 2013
- Acceso a liquidez adicional de su financiación sindicada (€10M) con el ratio de endeudamiento por debajo de 3,0x
- Tipo de interés en línea con nuevas emisiones de deuda en el mercado
- Covenants financieros dinámicos en base a resultados actuales y al nuevo Plan Estratégico del Grupo
- Plan de Negocio validado por un asesor externo e independiente nombrado por el sindicato bancario

Calendario de Amortización
Millones de euros



Service Point Solutions

1	¿Qué hace Service Point?	<i>Posición Competitiva</i>
2	El proyecto de Service Point	<i>Nuevo Modelo de Negocio</i>
3	¿Cómo vamos a generar valor?	<i>Palancas de creación de valor</i>
4	Nuestros objetivos	<i>Plan 2011-2013</i>
5	Transacción propuesta	<i>Ampliación y adquisición</i>
6	Resumen	<i>Oportunidad de inversión</i>

SPS prepara su ampliación de capital para fortalecer su desarrollo y financiar la adquisición de Holmbergs

5

Operación Propuesta: *Ampliación de Capital Semi-Liberada*

- **Importe de la emisión:**
 - En efectivo: €14.5M
 - Distribución reservas €7.5M
 - Importe total: €22.1M
- **Precio de la emisión:**
 - En efectivo: €0,395
 - Distribución reservas €0,205
 - Importe total: €0,60
- **Número de acciones a emitir: €36.8M**
- **Descuento (pre-ampliación): 24%**
- **Compromiso del consejo en suscribir €3.1M de la ampliación, lo que representa el 21% de la emisión.**
- **Derecho de suscripción preferente:**

La emisión se realiza con derecho de suscripción preferente
- **Admisión a cotización:**

Las nuevas acciones serán admitidos a negociación en la Bolsa de Madrid y Barcelona



Calendario operación

Actuación	Fecha
Registro Documento por la CNMV	24 de marzo de 2011
Publicación anuncio en el BORME	28 de marzo de 2011
Inicio del Periodo de Suscripción y solicitud Acciones Adicionales	29 de marzo de 2011
Fin del Primer Período de Suscripción y solicitud de Acciones Adicionales	12 de abril de 2011
Período de Asignación Adicional de Acciones	13-19 de abril de 2011
Ultimo Periodo de Asignación	20-26 de abril de 2011
Cierre del aumento de capital	2 de mayo de 2011
Otrorgamiento de escritura	4 de mayo de 2011
Inscripción del aumento de capital en el R. Mercantil	6 de mayo de 2011
Admisión a negociación oficial de las Acciones	12 de mayo de 2011



SPS utilizará los fondos para impulsar su Plan de Negocio, financiar la adquisición de Holmbergs y reforzar su balance

5

Operación Propuesta: *Utilización de fondos*



1) Reforzar Balance

2) Financiar la adquisición estratégica en Escandinavia (Holmbergs)

3) Gastos de emisión

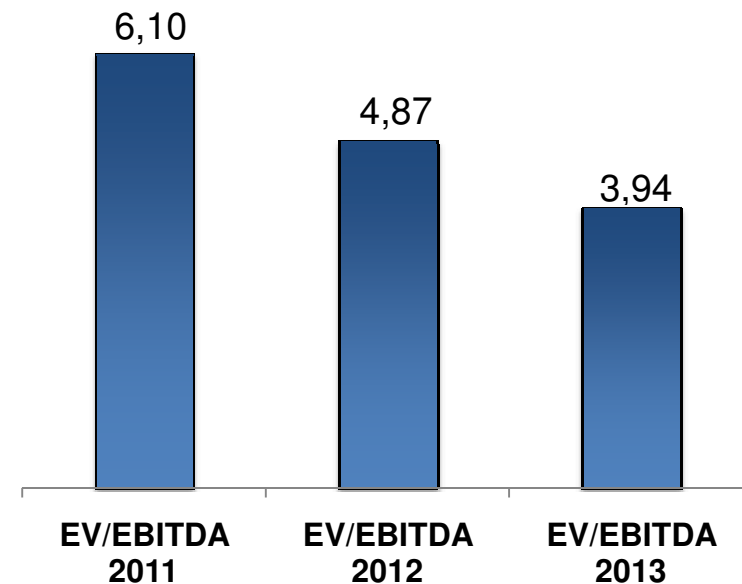
	IMPORTE €M	%
1) Reforzar Balance	7.1	49%
2) Financiar la adquisición estratégica en Escandinavia (Holmbergs)	6.0	41%
3) Gastos de emisión	1.4	10%
TOTAL	14.5	

Además, la ampliación se produce a unos múltiplos atractivos para el accionista

5

Múltiplos de la transacción (múltiplo entrada sobre EBITDA plan de negocio)

- Precio de emisión (efectivo): €0,395
- Número acciones post emisión: 165.7M
- Equity Total a precio de entrada: €65M
- Deuda Neta Post ampliación: €84.5M
- Valoración Escudo Fiscal: €20M
- Entity Value neto Escudo Fiscal*: €129.9M



* SPS mantiene un crédito fiscal de €303M. Las bases imponibles negativas tienen plazos de recuperación hasta el año 2023.

Service Point Solutions

1	¿Qué hace Service Point?	<i>Posición Competitiva</i>
2	El proyecto de Service Point	<i>Nuevo Modelo de Negocio</i>
3	¿Cómo vamos a generar valor?	<i>Palancas de creación de valor</i>
4	Nuestros objetivos	<i>Plan 2011-2013</i>
5	Transacción propuesta	<i>Ampliación y adquisición</i>
6	Resumen	<i>Oportunidad de inversión</i>

Un Proyecto con clara oportunidad de creación de valor por vuelta del ciclo económico, apalancamiento operativo y estrategia en el desarrollo del negocio.

6

Resumen

- 1** Sólida posición competitiva (empresa única líder en el sector de gestión documental e impresión digital)
- 2** Claro proyecto de futuro (modelo operativo y negocio integrado a nivel Grupo)
 - Valor estratégico (scarcity value, fortalezas competitivas, track record de build up...)
 - Valor económico (crecimiento en sectores mas rentables, nuevos negocios online, menor base de costes, Holmbergs...)
 - Valor financiero (saneamiento, restructuración deuda, apoyo Bancos y ampliación de capital...)
- 3** Potencial de creación de valor para el accionista (vuelta al crecimiento, negocios online, control permanente de costes, y adquisiciones)