

AZKOYEN, S.A.

Y SOCIEDADES DEPENDIENTES

**INFORME DE GESTIÓN
DEL PERIODO TERMINADO
EL 30 DE SEPTIEMBRE DE 2011**

1. Evolución de los negocios al 30 de setiembre de 2011	3
1.1 Información financiera relevante.....	3
1.2 Evolución de las ventas por línea de negocio.....	4
2. Principales perspectivas.....	7

1. Evolución de los negocios al 30 de setiembre de 2011

El Grupo Azkoyen posee negocios en diferentes sectores de actividad y mercados geográficos. La generalizada crisis económica y financiera ha venido impactando con virulencia a prácticamente todos los negocios. Sin embargo, a lo largo de 2011 se está detectando una considerable mejoría en la evolución de la mayoría de ellos. Así, la cifra neta de negocios consolidada del Grupo ha experimentado un aumento del 9,2% considerando el perímetro actual de negocios, que excluye el negocio del café ("AHOSA") que fue vendido en julio 2010. Este aumento mejora los % de incremento alcanzados al finalizar los trimestres anteriores (+8,8% al finalizar el segundo trimestre, +6,9% al finalizar el primero).

Es de destacar que en la cifra de negocios acumulada por el Grupo al 30 de setiembre de 2011, un 80% de la misma se dirige fuera de España, lo que viene a acentuar la marcada vocación internacional del Grupo Azkoyen.

En lo que llevamos transcurrido de 2011 prácticamente se ha finalizado la implantación del plan de reorganización en las unidades de negocio de máquinas expendedoras y medios de pago electrónicos. En esta fase final se ha incurrido en unos costes de reestructuración adicionales de 1,2 millones de euros (que incluyen 1,0 millones de euros en gastos de personal y 0,2 millones de otros gastos) que se unen a los 5,1 millones de euros incurridos en el ejercicio 2010 (según se indicó en las notas explicativas a los Estados Financieros Semestrales al 30 de junio de 2011).

1.1 Información financiera relevante

Los datos más relevantes del Grupo Azkoyen al 30 de setiembre de 2011, comparados con el de 2010, se reflejan en el cuadro siguiente:

CONCEPTO	30/9/2011	30/9/2010	VARIACIÓN
Importe Neto de la Cifra de Negocios (1)	90.842	101.002	-10,1%
Importe Neto de la Cifra de Negocios Comparable con el perímetro actual (2)	90.842	83.219	9,2%
Resultado Bruto de explotación (EBITDA) 'antes de amortización' (3)	9.342	7.121	31,2%
% EBITDA (3) / Ventas (2)	10,3%	8,6%	
Gastos de Reestructuración del período	1.249	455	
Resultado Bruto de Explotación (EBITDA) (3) antes de la aplicación de Gastos de Reestructuración	10.591	7.576	39,8%
Resultado Neto de explotación (EBIT) (4)	3.317	-1.934	
Resultado antes de Impuestos (5)	1.069	8.805	
Resultado después de Impuestos (6)	150	2.931	
Numero medio de personas empleadas	761	984	-22,7%

Datos: en miles de euros

(1) En 2010 incluye las ventas correspondientes al negocio de "AHOSA", negocio vendido en el tercer trimestre de 2010.

- (2) El perímetro actual de negocios no incluye el negocio de café (“AHOSA”) vendido en julio 2010.
- (3) Equivale a beneficio antes de intereses, impuesto sobre beneficios y amortizaciones, antes del resultado procedente de operaciones interrumpidas.
- (4) Equivale a beneficio antes de intereses e impuesto sobre beneficios, antes del resultado procedente de operaciones interrumpidas.
- (5) El resultado antes de impuestos del ejercicio 2010 incluye unos resultados excepcionales positivos por importe de 13.891 miles de euros, importe neto entre i) la plusvalía procedente de la venta de AHOSA por valor de 20.521 miles de euros y ii) determinados deterioros excepcionales por importe de 6.630 miles de euros.
- (6) El resultado después de impuestos del ejercicio 2010 incluye unos resultados excepcionales positivos por importe de 8.491 miles de euros, importe neto entre i) la plusvalía procedente de la venta de AHOSA por valor de 20.521 miles de euros, ii) determinados deterioros excepcionales por importe de 6.630 miles de euros y iii) la reversión de créditos fiscales activados por importe de 5.400 miles de euros.

La evolución de nuestros resultados, a pesar de las incertidumbres macroeconómicas que nos rodean, ha sido positiva respecto al mismo periodo del año anterior, incluso eliminando los aspectos extraordinarios no recurrentes mencionados.

1.2 Evolución de las ventas por línea de negocio

CONCEPTO	30/9/2011	30/9/2010	VARIACIÓN
Máquinas Expendedoras	27.303	25.343	7,7%
Medios de Pago Electrónicos	28.000	25.625	9,3%
Sistemas Electrónicos de Seguridad	35.539	32.251	10,2%
Total Ventas sin Café	90.842	83.219	9,2%
Café y Consumibles (AHOSA)	-	17.783	-100,0%
TOTAL	90.842	101.002	-10,1%

Magnitudes consolidadas (en miles de Euros)

Máquinas Expendedoras: Tabaco y Vending

El volumen de ventas de máquinas expendedoras (de tabaco y vending conjuntamente), ha experimentado un aumento del 7,7% en comparación con la cifra del año anterior:

Tabaco

Con fecha 30 de diciembre de 2010, las Cortes Generales de España aprobaron la denominada “Nueva Ley sobre el Tabaco” (Ley 42/2010 que modifica la anterior Ley 28/20085 reguladora, entre otras cosas, de la venta, suministro, consumo y publicidad de los productos del tabaco). La Dirección del Grupo considera que su aprobación está contribuyendo a disipar el elevado grado de incertidumbre que existía en el sector, lo que unido a la posibilidad de instalación de máquinas

expendedoras en tiendas de conveniencia, está permitiendo una clara recuperación de las ventas de esta línea de negocio en el mercado nacional a lo largo del 2011.

Esta mejoría ya está constatada en otros países del área mediterránea donde la presencia de Azkoyen ha sido tradicionalmente relevante. En esta área, la introducción de la nueva máquina “NGS” se espera que sea determinante para un crecimiento continuado de las ventas.

En este nicho de mercado de máquinas expendedoras de tabaco, continuamos siendo la compañía líder del mercado europeo y el referente para las grandes compañías tabaqueras multinacionales con las que estamos trabajando actualmente en diversos proyectos en el ámbito internacional.

Vending

En el negocio de vending el aumento de ventas ha sido del 15,3%.

Por mercados cabe destacar la continuidad de la buena marcha de las ventas en el Reino Unido (mejora del 15,4%) donde nuestra marca Coffetek está mostrando una fuerte capacidad de penetración. Por medio de esta misma marca, las ventas en los países escandinavos y del Benelux se han multiplicado por 3 en comparación con el mismo periodo del ejercicio anterior.

La facturación en los mercados tradicionales también ha experimentado una fuerte mejoría (mejora del 16,3%) gracias a la apertura de interesantes canales comerciales en el Este Europeo y Sudamérica.

A lo largo del segundo y tercer trimestres se ha experimentado una cierta mejoría en la facturación del mercado nacional e igualmente se han abierto interesantes perspectivas fuera del continente europeo.

En este ejercicio 2011 la compañía está dedicando importantes recursos para la renovación de su gama de productos de vending. De esta forma, en el primer trimestre del ejercicio fue lanzada la nueva Vitale (máquina de sobremesa para el mercado OCS); y en la Feria AVEX celebrada en junio 2011 en Birmingham, Coffetek ha presentado al mercado su nueva gama de máquinas de café tipo “fresh-brew” modelos Torino (“Free Standing”) y Vitro (“Table Top”). A lo largo del tercer trimestre se presentó igualmente la nueva máquina de café expreso (modelo “Novara” en Feria Eu’Vend, Colonia), todo ello con el objetivo de incorporar a nuestras máquinas las últimas tecnologías existentes en el mercado y de situarlas en vanguardia del mercado.

Medios de Pago Electrónicos Industriales y para Vending (Coges)

Las ventas han aumentado un 9,3% respecto al año anterior, habiéndose producido un cambio en el comportamiento de los mercados donde nuestros productos tienen mayor participación: medios de pago industriales -gaming, automatización de servicios y retail- y medios de pago para máquinas de vending (Coges):

Industriales

Durante el tercer trimestre de 2011 las ventas han aumentado un 11,6% respecto al año anterior. Las ventas de “gaming” o recreativo en el mercado nacional han experimentado un fuerte aumento del 27,8%; por el contrario, la situación de incertidumbre legislativa ha retraído los mercados alemán e italiano, si bien se confía en que esta situación se disipe en los próximos meses.

Los esfuerzos comerciales de la compañía se centran en abrir mercados fuera de la Unión Europea. Así, estas ventas han pasado de representar un 3,1% del total Ampasa en 2010 a un 3,6% en el tercer trimestre de 2011, destacando particularmente las incipientes ventas en 2 grandes mercados potenciales: Estados Unidos y China.

En el segmento del Retail (o venta minorista), la compañía está desarrollando un dispositivo de alta tecnología para la gestión automatizada y segura de todos los flujos de efectivo, y ello de forma integrada con los Terminales de Punto de Venta. La comercialización de este dispositivo se iniciará en las próximas semanas bajo la marca CASHLOGY, encontrándose actualmente en fase final de pruebas de campo.

Vending (Coges)

Nuestra empresa italiana de medios de pago para vending, Coges, ha tenido una evolución positiva en ventas del 7,5% por la gran aceptación en el mercado de su amplia gama de productos “cashless” y de “telemetría” en ambos casos con tecnología propia. Particularmente exitosa está siendo la penetración en el mercado alemán, mercado en el que el crecimiento ha sido del 86,7% respecto al mismo periodo del ejercicio anterior.

En este negocio, los esfuerzos comerciales también se están concentrando en la apertura de mercados fuera de la Unión Europea.

En el tercer trimestre de este ejercicio 2011, como estaba previsto, se ha lanzado al mercado el nuevo lector de billetes multiestandar con sistema óptico de nueva generación (“Lithos”) y, en el cuarto trimestre, se hará lo propio con el selector de monedas específico para soluciones vending de pequeñas dimensiones, “Caesium”.

Sistemas Electrónicos de Seguridad: Primion

Las ventas acumuladas para el tercer trimestre de 2011 han aumentado un 10,2% sobre las del mismo periodo del año anterior.

Las cifras de este ejercicio se han visto afectadas por el deterioro registrado en las ventas asociadas a proyectos de larga implantación lanzados en el ejercicio 2009 y procedentes de la antigua filial “Jans Sicherheitssysteme” (actualmente integrada dentro de la matriz “Primion AG”) por importe de 670 miles de euros. De no haber existido este ajuste, la facturación del tercer trimestre habría sido un 12,3% superior a la del mismo periodo del ejercicio anterior.

Por mercados, el crecimiento ha sido particularmente positivo en Alemania (+8,7%), mercado en el que es de destacar por su envergadura el proyecto conseguido en el segundo trimestre en el Aeropuerto de Berlín (BBI). En cuantías absolutas más modestas, la mejora relativa de las ventas en Francia (a través de la filial francesa “Primion SAS”) ha sido muy significativa y esperanzadora cara al futuro (+40,4%).

En este ejercicio Primion ha acabado el desarrollo e iniciado la implantación de un avanzado software de gestión de la seguridad, el comercialmente denominado “PSM 2200”, programa que unifica diferentes subsistemas de seguridad (diferentes edificios, sistemas antiincendios, sistemas anti intrusión, sistemas de video-vigilancia, etc.) en un único sistema, lo que permite la centralización de la monitorización y las operaciones. Este software de integración de seguridad ya ha sido implantado con éxito en diversos clientes, especialmente en Bélgica a través de la filial GET.

Desde un punto de vista corporativo, en el tercer trimestre de 2011 se ha anunciado la salida voluntaria de Heinz Roth del Consejo de Supervisión de la compañía. En el momento de publicar el presente Informe de Gestión, este puesto se encuentra temporalmente vacante y se está en proceso de selección de un profesional de reconocido prestigio, con el objetivo de continuar con el proceso de mejora y profesionalización de la compañía.

Café y Consumibles: Ahosa

Con fecha 29 de julio de 2010 fue vendida la división de Café y Consumibles de AHOSA al Grupo Leche Pascual.

2. Principales perspectivas

Con fecha 24 de junio de 2011, la Junta General de Accionistas de Azkoyen ha aprobado la fusión por absorción entre “Azkoyen Industrial, S.A. Unipersonal”, “Azkoyen Medios de Pago, S.A. Unipersonal” (como sociedades absorbidas) y “Azkoyen, S.A.” (como sociedad absorbente). Con esta medida, que será implantada y efectiva a lo largo del cuarto trimestre de 2011, se pretende optimizar todos los procesos administrativos e informáticos y facilitar la implantación del Centro de Servicios Compartidos de Finanzas.

En la actualidad, el entorno y la situación económica continúan incidiendo significativamente en el desarrollo de los tres negocios del Grupo mencionados, lo que exige ser realistas con las expectativas de cara a los próximos meses. No obstante, Azkoyen está haciendo frente a esta situación con un férreo control de gastos y llevando a cabo una agresiva política comercial en todos sus negocios de manera que esa situación se supere lo antes posible.

Adicionalmente, en relación con Primion, se está en fase de definir y lanzar un Plan de Acción específico para Primion y sus filiales GET (Bélgica), Digitek (España) y Primion SAS (Francia); Plan que estará estrictamente enfocado al desarrollo comercial y tecnológico de la empresa y a la recuperación de la rentabilidad que este negocio ha tenido históricamente.