



Unipapel

+



nace un nuevo líder

Madrid, 1 de julio de 2009



1

Qué es UNIPAPEL

2

Qué es ADIMPO

3

Por qué la compra

4

El nuevo Grupo UNIPAPEL



1.

Qué es UNIPAPEL



- **Compañía española creada en 1976.**
 - Surge de la unión de Vascongada de Sobres y Bolsas (Guipúzcoa), Segundo Moreno (Madrid) y Papyrus (Logroño).
 - Cotiza en Bolsa desde **1986**.
 - Gran tradición y elevada reputación.

Unipapel cuenta por sus orígenes con una **amplia experiencia y capacidad industrial.**



El desarrollo



- En **1980** inaugura la primera fábrica en Tres Cantos.
- En **1983** comienza a fraguarse lo que es hoy Unipapel: se inicia la **distribución de productos de terceros**.



El desarrollo

- En **1989** Unipapel crea una joint-venture al 50% con la francesa Lyreco para **lanzar Ofiservice**, empresa especializada en el suministro de material de oficina, consumibles informáticos y papel.





- En **2005** se aprueba el plan estratégico hasta 2010.
Los objetivos marcados son ya una realidad:
 - **2006**: Inauguración **nueva fábrica** en **Logroño**.
 - **2008**: Ingreso en la **Alianza Europea de Suministro de Oficinas (EOSA)**.
 - **2009**: Adquisición de **Adimpo**.



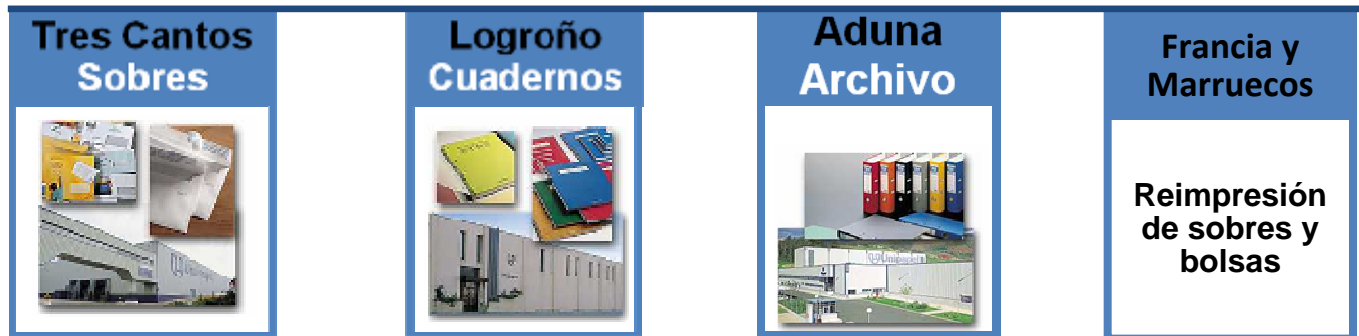
**Hoy somos líderes en transformación y
distribución de material de
correspondencia, escolar y de oficina.**



Negocios de Unipapel

- **Tres líneas principales de actividad:**

1. **Fabricación:** Unipapel Industrial.



2. **Mayorista:** Unipapel Distribución.

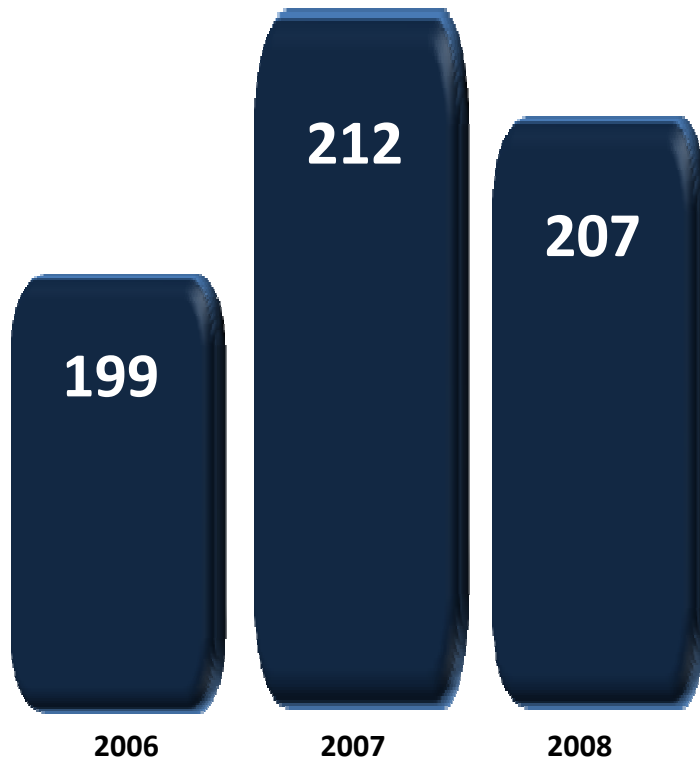
3. **Distribución minorista:** Ofiservice (50%).



Principales magnitudes

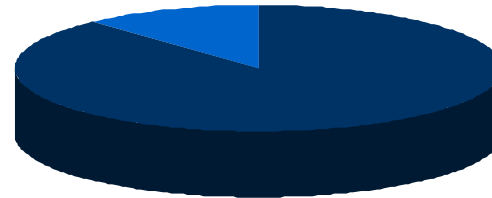
Ventas

Millones de euros

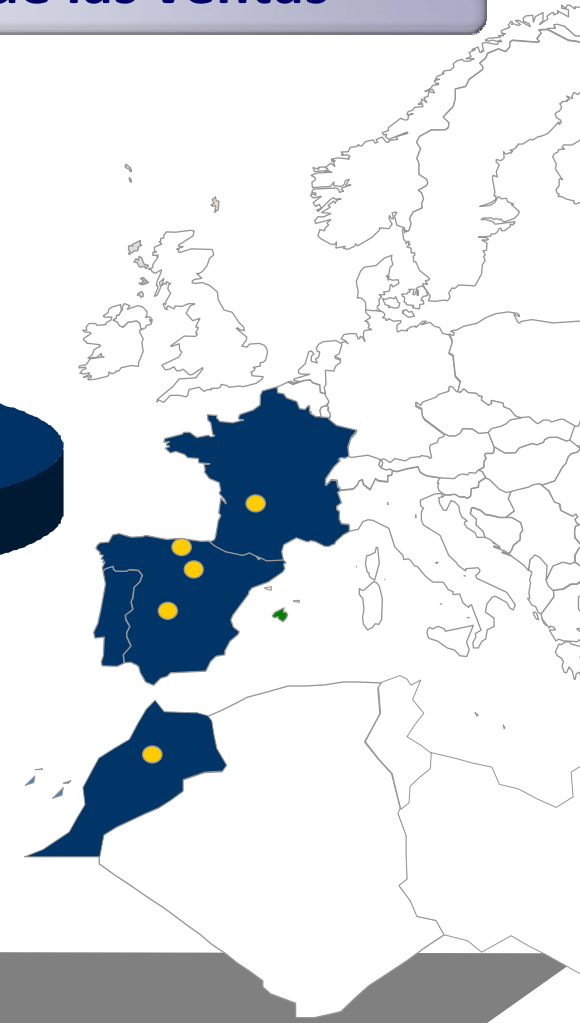


Destino de las ventas

Internacional
12%



Nacional
88%





Principales magnitudes

Beneficio neto: **6,4** millones de euros

Deuda financiera neta: **-36,1** millones de euros

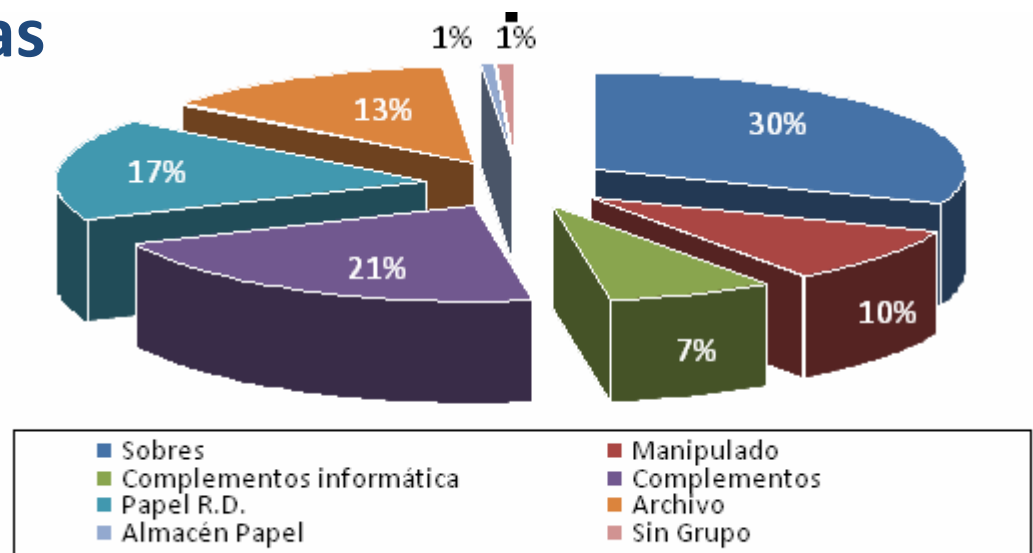


Gama de productos

- Unipapel tiene gran penetración en segmentos tradicionales y maduros (sobres, cuadernos y clasificación y archivo):

60% de las ventas

- Escasa presencia en complementos de informática y mobiliario de oficina: **el 8%**





Algunas marcas de Unipapel





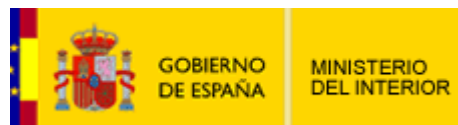
La última incorporación



- Adquirida en mayo de 2009



Algunos clientes





2.

Qué es ADIMPO



Los orígenes



- **Compañía española creada en 1978.**
 - Sede en Albacete.
 - Con amplia presencia internacional.

Mayorista especializado en la **distribución de consumibles y material de IT.**



El desarrollo



Sede Adimpo. Albacete



Almacén Adimpo Francia



- En **1992** se convierte en mayorista oficial de HP para el mercado español. En **1993** lo extiende a Europa.
- En **2001** inicia su implantación directa en Europa.
- A partir de **2006** inicia un plan de inversiones:
 - Nuevas instalaciones Albacete.
 - Entrada en Italia y nuevo almacén en Francia.



- En **2008** firma acuerdos con **HP y Brother** para suministro de hardware, lo que ampliará su presencia en este segmento de mercado.
- En **2009** se integra en el Grupo Unipapel .



- Hoy es **líder** indiscutible en **distribución** de consumibles de informática en España.

46% de cuota de mercado.

Cuatro veces más que el siguiente competidor.





Adimpo en el mercado

- El tamaño del **mercado español** de consumibles está valorado entre **650 y 680 millones**.
- Mercado muy concentrado: tres compañías representan el **75%** de las ventas.
- Adimpo es el referente en suministro de consumibles, que representan el **91%** de las ventas totales de la compañía en **2008**.



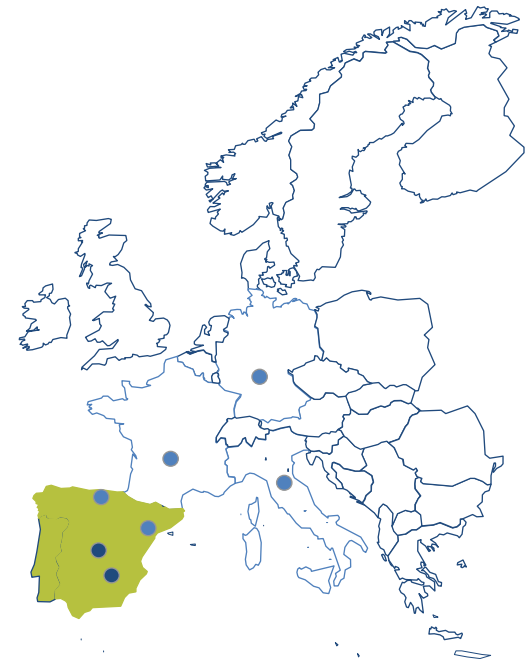
Albacete

Centro Logístico

Dispone de más de **7.000 referencias**

Realiza más de **30.000 envíos**
mensuales

Superficie: **8.600 m²**

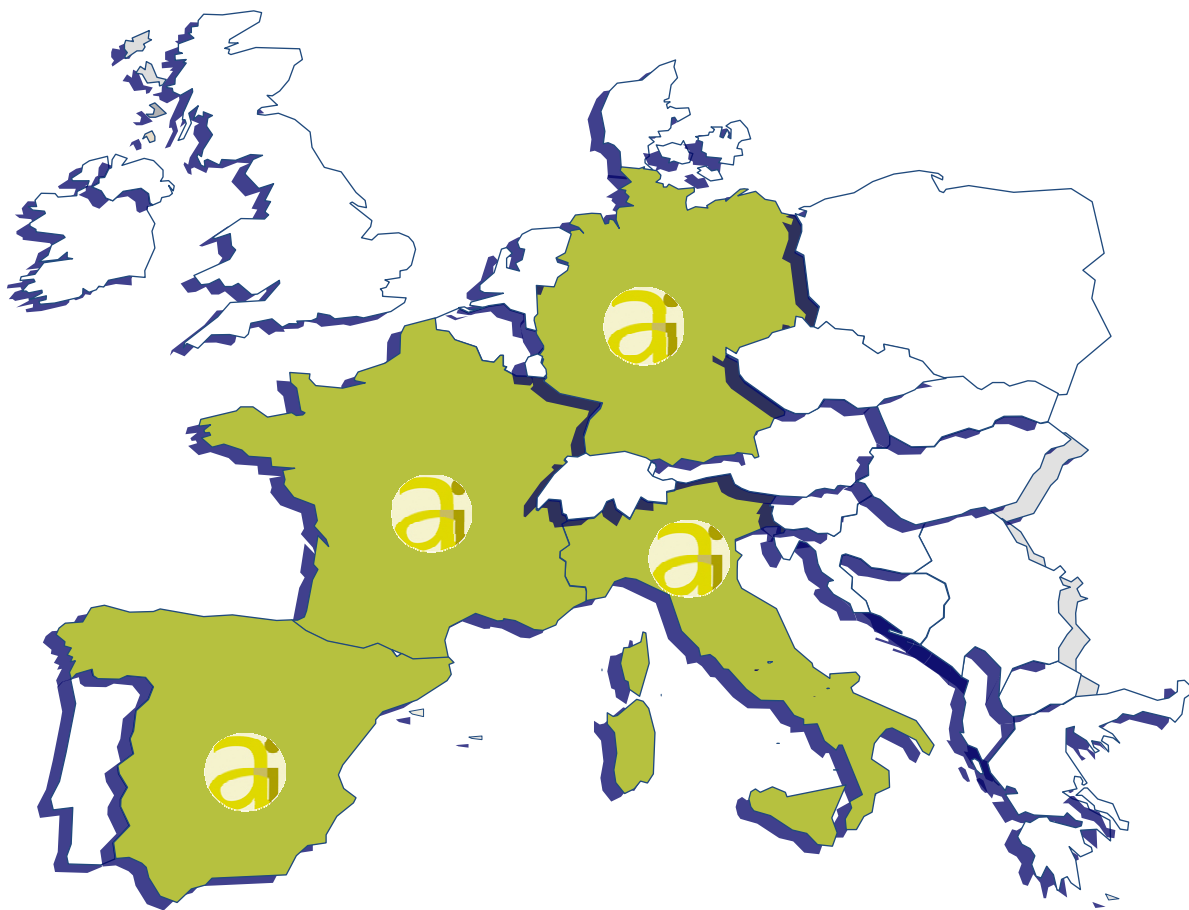




Adimpo en Europa

Alto potencial de crecimiento en mercados de fuerte desarrollo.

Operaciones en **Francia, Alemania e Italia**, último país en desembarcar





Adimpo Internacional

Francia

4º operador en el mercado francés.
Almacén en Lyon
Superficie **3.600 m²**

Alemania

6º operador en el mercado alemán.
Almacén en Nuremberg.
Superficie **2.400 m²**

Italia

8º operador en mercado italiano.
Almacén en Milán
Superficie **2.500 m²**

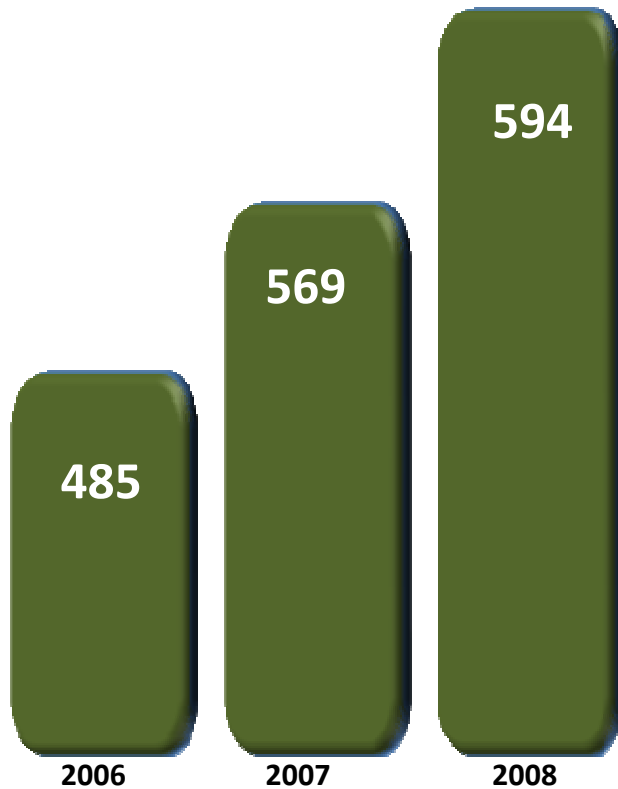




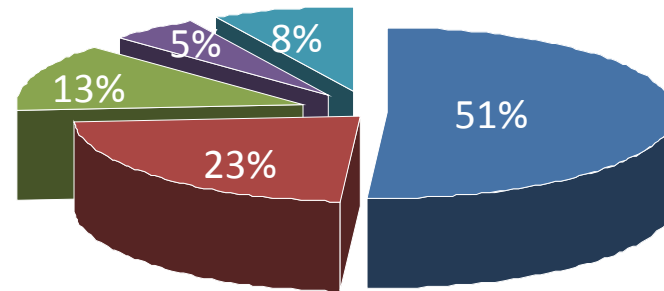
Principales magnitudes

Ventas

Millones de euros



Destino de las ventas



■ España ■ Francia ■ Alemania ■ Italia ■ Importación



Algunas marcas comercializadas



...y otras 37 marcas más



Algunos de los productos



Más de 7.000 referencias



Cientes líderes en toda Europa





3.

Por qué la compra



Ocho razones

- Es una operación lógica
- Significa ampliar mercado
- Ofrece sinergias
- Supone una complementariedad del know-how
- Es una operación segura
- Implica mayor presencia internacional
- Está bien financiada
- Es buena para los accionistas



Es una operación lógica

- Entrada en un segmento de mercado de gran crecimiento con los mejores especialistas:
 - Bases de clientes
 - Relaciones con proveedores
 - Equipo altamente especializado
- Aceleramos el ritmo de cambio y adaptación al mercado
- Ofrece amplia complementariedad:
 - Desarrollo de una actividad, hasta ahora, residual para Unipapel
 - Elevada complementariedad de competencias y clientes
 - Genera sinergias y valor para el accionista



Significa ampliar mercado

- Mayores ventas a clientes actuales:
 - Venta cruzada en el canal de suministradores de oficina
 - Incremento de ventas de consumibles de informática al canal de papelería
 - Ventas de hardware a imprentas
 - Optimización de la venta conjunta en agrupaciones de compras
 - Aumento de la ventas de servicios logísticos
- Ventas a nuevos clientes gracias a la combinación del portafolio y la nueva capacidad comercial y logística



Ofrece sinergias

- Reducción de costes logísticos, operativos, de estructura, de aprovisionamiento
- Mejora de condiciones de circulante
- 2012 es el año estimado para materializar el 100% de las sinergias, valoradas en...

2,9 millones de euros



Complementa el know how

Unipapel



Capacidad y experiencia industrial

Conocimiento del mercado de complementos de oficina y material escolar

Capilaridad de la fuerza de ventas

Infraestructura logística y de sistemas

Historia, tradición y reputación
Desarrollo empresarial

Capacidad para crecer internacionalmente

Conocimiento del mercado de consumible de informática e IT

Especialización de la fuerza de ventas

Acceso a múltiples canales de distribución

Desarrollo de e-business
Dinamismo y cultura emprendedora



Es una operación segura

- Mejoramos ratios y mantenemos la deuda controlada
 - A pesar de la situación económica actual, en el primer trimestre del año, los resultados de Adimpo fueron superiores a los del primer trimestre de 2008:
 - Ingresos +13,4%
 - EBITDA +86,5%
 - Adimpo posee cobertura de seguro de crédito de todos los clientes, que le garantiza, al menos, el 85% de recuperación de la venta en el caso de impago.



Mayor presencia internacional

- Presencia directa en **7 mercados** europeos y Norte de África y **exportación a otros 22 países.**
- Fuerte **potencial de desarrollo internacional** gracias a la plataforma desarrollada por Adimpo.



Países con presencia directa

Exportación



Operación bien financiada

Precio : 45,5 mill.€

— Bancos:

30 mill.€

— Autocartera:

3,8 mill.€

— Tesorería :

11,7 mill.€



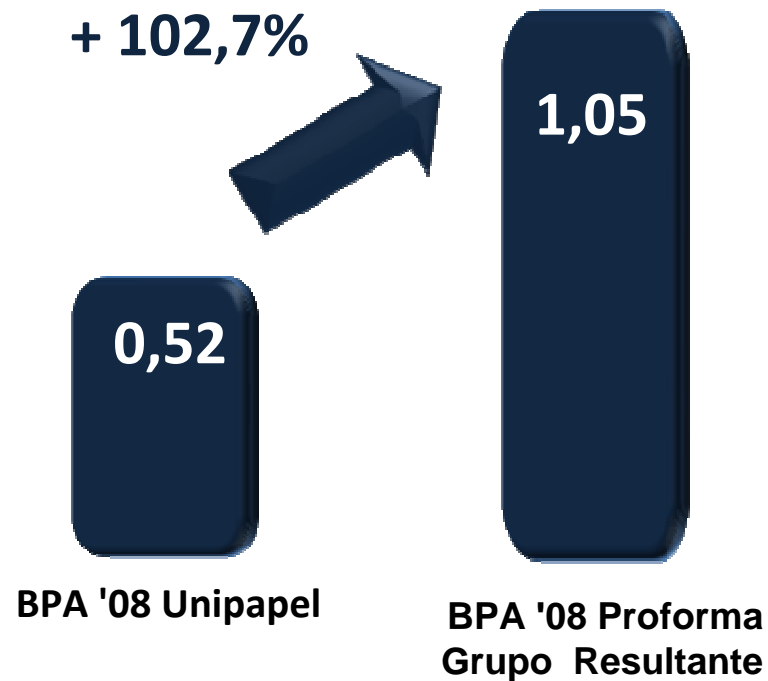
Genera valor para el accionista

- Múltiplos de la Operación:
 - Valor empresa/Ebitda '08: **7x**.
Media sectorial 6,3x.
Prima del 11% sobre media del sector
 - PER '08: **5,8x**
Media sectorial 8,8x (rango 6,6x-14,0x).
Descuento del 34% sobre la media del sector
 - Precio/Valor en libros '08 **<1,0x**
Media sectorial 1,0x (rango 0,8x-2,0x).
Ligero descuento sobre la media del sector



Genera valor para el accionista

Mantenimiento de la política de **retribución al accionista**





4



El nuevo Grupo
UNIPAPEL



El grupo resultante



Nace el **grupo líder** en el mercado de distribución mayorista de material de oficina, escolar y consumibles de informática, con una cuota de mercado en España del **20%**



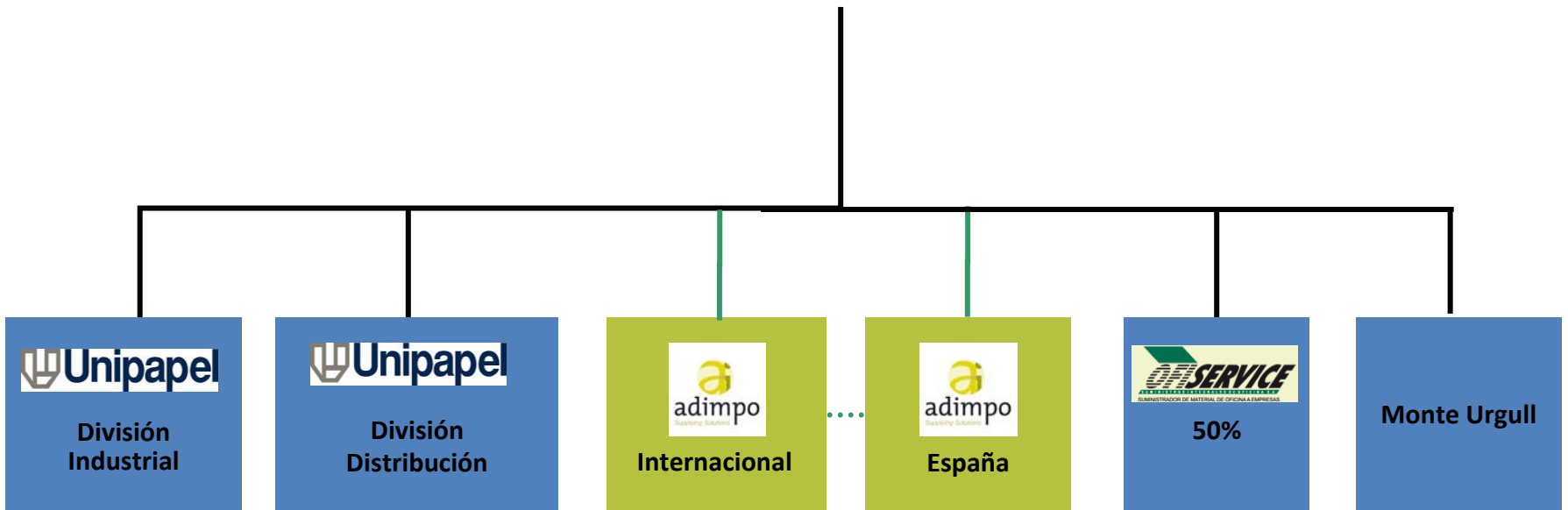


El grupo resultante

- Formado por tres grandes divisiones:
 - Fabricación: Unipapel industrial
 - Mayorista: Unipapel distribución y Adimpo
 - Distribución minorista: Ofiservice (50%)



La estructura operativa





Principales magnitudes

2008 proforma (€Mn)	Grupo Unipapel	Adimpo	Grupo Resultante
VENTAS	207,2	621,3	828,5
EBITDA	12,0	18,7	30,7
BºNETO	6,4	7,8	12,9
Margen EBITDA	5,8%	3,0	3,7
FFPP	137,5	41,3	140,7
ACTIVOS	185,4	175,7	352,9
DFN	(36,1)	70,5	78,8
DFN/EBITDA	(3,0)x	4,4x	2,8x



Mejora de las ventas internacionales

Destino de las ventas 2008





Un nuevo líder mundial



Nº 3 Mundial

Nº 1 Europa

Nº 1 España



- Se crea el grupo líder en el mercado europeo de distribución mayorista de material de oficina y consumibles de IT
- Operación con sinergias significativas y alta complementariedad de mercado, geográfica, de producto, clientes, competencias, etc.
- Creación de valor para el accionista
 - Aumento del BPA de Grupo Unipapel en un 103%
 - Generación de sinergias de €2,9 mn anuales
 - Mantenimiento de política de remuneración al accionista de Grupo Unipapel



GRACIAS