



Junta General de Accionistas Service Point 2017

Barcelona, 28 de junio de 2017

AGENDA

2

Junta General De Accionistas 2017

Grupo Service Point 2016

El Plan Estratégico

Conclusiones

AGENDA

3

Junta General De Accionistas 2017

Grupo Service Point 2016

El Plan Estratégico

Conclusiones

SERVICE POINT EN 2016

4

HITOS RELEVANTES

- ✓ Cumplimiento del convenio de acreedores
- ✓ Entrada de Grupo Paragon como accionista mayoritario
- ✓ Restablecimiento de la situación patrimonial y capitalización del grupo
- ✓ Reestructuración financiera completada con éxito
- ✓ Medidas de ahorro y reducción de costes estructurales
- ✓ Vuelta al mercado continuo tras casi 2 años

SERVICE POINT EN 2016

GRUPO PARAGON CUENTA CON UNA PARTICIPACIÓN DEL 81,3%

- Líder europeo en la provisión de servicios tecnológicos
- Consolidada experiencia industrial
- Sólido crecimiento orgánico y adquisitivo

PARAGON 

Grandes magnitudes Paragon (Junio 2016)

Cifra de negocio consolidada:	€400m
Crecimiento ventas vs 2015:	27%
EBITDA recurrente:	€24m
Deuda/EBITDA:	1.6x
Empleados:	3.500

- Ventas en más de 40 países

Proforma 2017

€625m
56%
€38m
2.5x
5.000

- 42 países

SERVICE POINT EN 2016

6

RESULTADOS CONSOLIDADOS 2016 vs. 2015

<i>Miles de Euros</i>	2015	2016	Variación 2016 vs 2015
Ventas	9.411	9.133	-3,0%
Margen Bruto	6.575	6.353	-3,4%
EBITDA	74	329	343,0%
EBIT	(78)	190	343,5%
<i>Resultado Neto</i>	1.776	327	-81,6%
Resultado Neto sin excepcionales	(38)	67	76,1%
<i>% Margen Bruto</i>	69,9%	69,6%	-0,3 pp
<i>% EBITDA</i>	0,8%	3,6%	2,8 pp
<i>% EBIT</i>	-0,8%	2,1%	2,9 pp

2016: Consolidación del Grupo para crear una base sólida para futuro crecimiento

SERVICE POINT EN 2016

7

RESULTADOS CONSOLIDADOS 2016 vs. 2015

- La prioridad del Grupo a lo largo del ejercicio 2016 ha sido el seguimiento del plan de negocio implementado a partir del año 2015, como base para el futuro crecimiento y consolidación del Grupo.
- Se ha conseguido un ahorro en los costes asociados con la puesta en marcha del proyecto que se centra en la renovación de equipos, que permitirán aumentar la competitividad en el mercado, mejorar los márgenes, y, en consecuencia, crecimiento en la cifra de negocio, así como la mejora por las sinergias derivadas de la colaboración con Grupo Paragon.
- Los resultados del ejercicio 2016 recogen las mejoras de rentabilidad que el Grupo ha conseguido como consecuencia de las iniciativas de reestructuración de plantilla, y reducción de costes llevadas a cabo durante los últimos meses de 2014 y principios de 2015.
- El EBITDA en relación a la cifra de ventas ha aumentado en 2,8 puntos porcentuales, sobre todo por una reducción de los costes de personal (que han pasado de 4,8 millones de euros en 2015 a 4,6 millones de euros en 2016) y otros gastos de explotación.

2016: Consolidación del Grupo para crear una base sólida para futuro crecimiento

SERVICE POINT EN 2016

8

BALANCE DE SITUACIÓN CONSOLIDADO 2016 vs. 2015

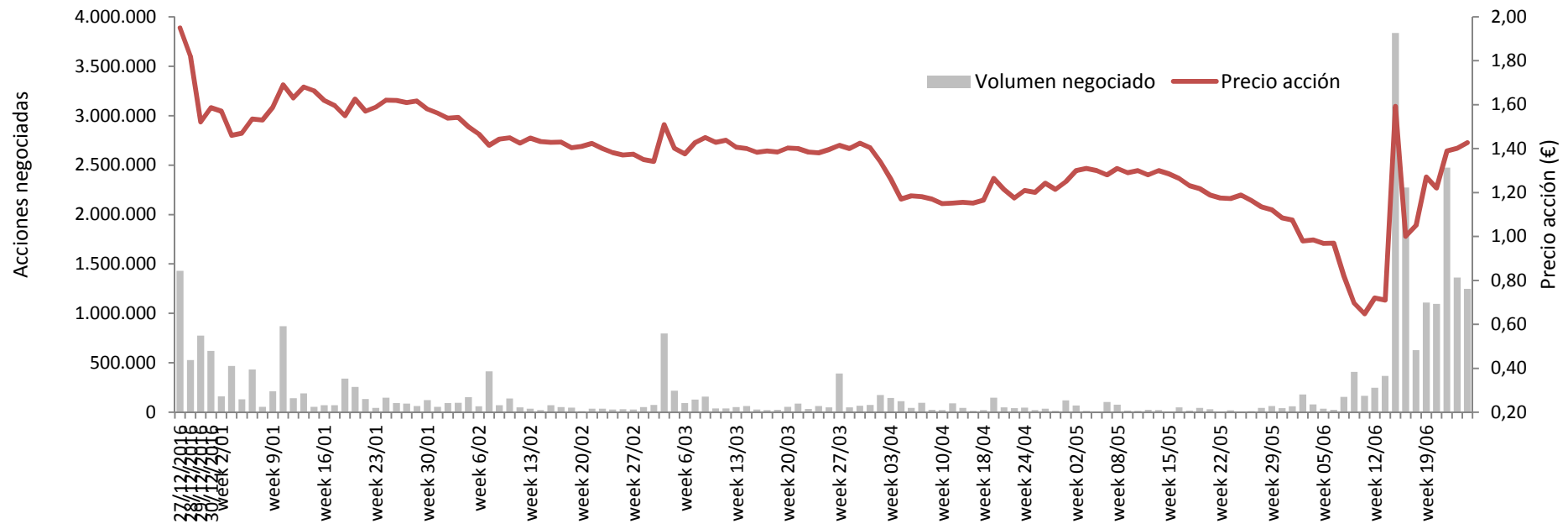
<i>Miles de Euros</i>	2015	2016	Variación 2016 vs 2015
Total Activo Corriente	2.190	2.323	6,1%
Total Activo No Corriente	304	512	68,5%
TOTAL ACTIVO	2.494	2.836	13,7%
Pasivo financiero corriente	28.380	384	-98,6%
Pasivo financiero derivado de convenio de acreedores	2.485	129	-94,8%
Otro Pasivo Corriente	2.673	2.563	-4,1%
Total Pasivo Corriente	33.538	3.076	-90,8%
Total Pasivo No Corriente	170	1.128	562,5%
Patrimonio Neto	(31.214)	(1.368)	95,6%
TOTAL PASIVO	2.494	2.836	13,7%

2016: Restablecimiento de la situación patrimonial y capitalización del grupo

EVOLUCIÓN EN BOLSA

DESDE LA VUELTA A COTIZACIÓN

Evolución bursátil: 27 de Diciembre 2016 – Junio 2017



El objetivo de Service Point es generar valor para sus accionistas

AGENDA

10

Junta General De Accionistas 2017

Grupo Service Point 2016

El Plan Estratégico

Conclusiones

VIABILIDAD DEL NEGOCIO

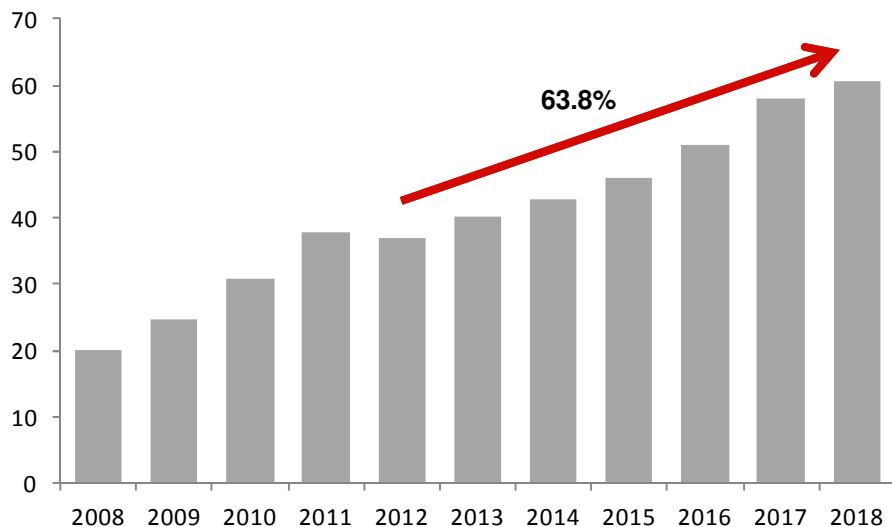
FACTORES CLAVES DEL SECTOR



VIABILIDAD DEL NEGOCIO

Productos potenciados por la impresión digital

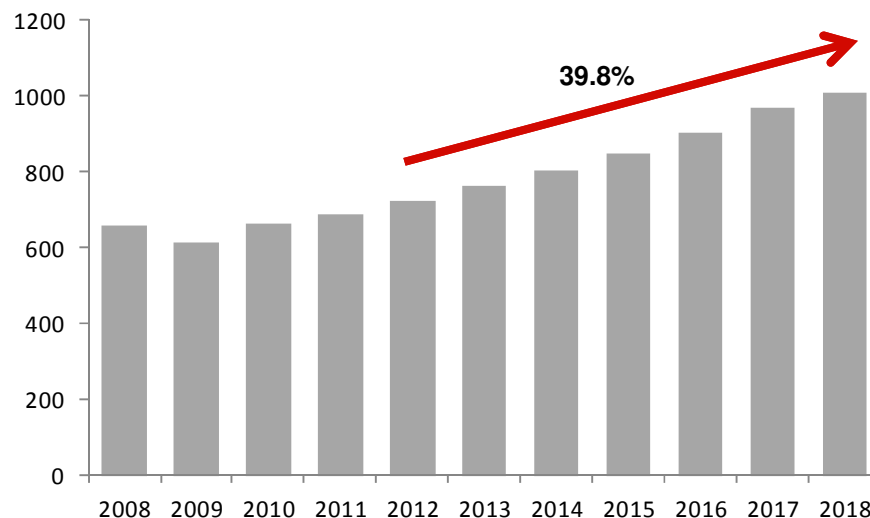
Crecimiento global en volumen de impresión digital de libros (billones)



Fuente: Smithers Pira "The Future of Offset vs. Digital Printing to 2018"

- Casi un 80% de impresión digital de libros es para imprimir menos de 500 copias.

Crecimiento global en volumen de impresión digital comercial (billones)





















Fuente: Smithers Pira "The Future of Offset vs. Digital Printing to 2018"

- Impresión para el sector comercial genera márgenes altos.

La impresión bajo demanda de libros ofrece posibilidades de crecimiento importantes en España

EL PLAN ESTRATÉGICO

DESARROLLO ORGÁNICO

	Market	Product/Service /Channel	Value Proposition	Solutions Focus
	<p>Large and Medium sized B2B companies (product-based offer)</p>	<ul style="list-style-type: none">  Digital Printing  HD Colour  Display Graphics  Cross Media  Print on Demand 	<p>High-quality print products delivered on-demand, fast, with global multinational agreements + Higher returns on marketing investment</p>	 
	<p>Large B2B companies or government organisations (service-based offer)</p>	<ul style="list-style-type: none">  Document Management  Managed Print Services  Print Management 	<p>Improve the efficiency of workflows + Reduce costs, transform from fixed to variable + Focus on core competences</p>	 BPOPoint
	<p>SOHO/SME B2B2C Retail consumers (channel-based offer)</p>	<ul style="list-style-type: none">  SP Stores / Business Centres  B2B E-Commerce (1x1 POD) 	<p>Supplier of high quality print & digital products for the untapped SOHO/SME market and consumers (offer tailored to each market segment)</p>	<ul style="list-style-type: none">  SP Stores / Business Centres  B2B E-Commerce (1x1 POD)

EL PLAN ESTRATÉGICO

DESARROLLO ORGÁNICO: FACTORES CLAVES 2017

Los últimos años han supuesto un cambio significativo en el sector, pasando de la impresión offset a la impresión digital, que permite tiradas más cortas, y de la impresión en papel a la digitalización de documentos.

- I. Impresión bajo demanda (“Print on Demand”) - el Grupo está muy bien posicionado en el mercado de libros (“Book on Demand”), catálogos y manuales, que es un mercado en crecimiento continuo.
- II. Gestión de la información en procesos (“Business Process Outsourcing”).
- III. Asimismo, durante los últimos meses la filial española ha implementado una nueva línea de servicios para potenciar su posición en el negocio de Print Management, con la incorporación de un equipo comercial y de producción con amplia visión internacional, y que cuenta con más de 15 años de experiencia desarrollando e implementando soluciones y ahorros para sus clientes.

MAYOR VALOR

MEJOR POSICIÓN
COMPETITIVA Y
ESTRATÉGICA

SOLUCIONES
TECNOLÓGICAS

MAYOR VALOR
PARA NUESTROS
CLIENTES

2017: Desarrollo y crecimiento de negocio

EL PLAN ESTRATÉGICO

DESARROLLO DEL NEGOCIO

15

Service Point cuenta con unas bases sólidas para afrontar nuevos retos estratégicos:

- Service Point tiene como objetivo crecer de manera orgánica, aumentando sus ventas y mejorando sustancialmente el resultado
- Además se prevé crecer vía adquisiciones llevando a cabo en los próximos años varias operaciones corporativas.

Sinergias

Optimización a través de la automatización de los procesos (PEP) y otras sinergias con Paragon.



Fortalecer Desarrollo

Desarrollo y la ampliación de la oferta hacia nuevos servicios tecnológicos en el mundo de la gestión e impresión de información.

Adquisiciones

Adquisiciones de compañías en línea con el plan de negocio y la misión industrial del grupo, contando con el apoyo y sólida experiencia de Paragon en los procesos de M&A, integraciones y sinergias.

La visión de Service Point es convertirse en los próximos años en un grupo de referencia en el sector

EL PLAN ESTRATÉGICO

CRECIMIENTO VÍA ADQUISICIONES

- El objetivo es hacer en los próximos años varias operaciones corporativas con el fin de penetrar en nuevos segmentos como en nuevos mercados.
- El objetivo es comenzar con adquisiciones más cercanas al “core business” del negocio actual y culminar en un cambio transformacional que consolide la posición de liderazgo de Service Point en el sector.

Generar valor a corto plazo

- Realizar inversiones que comiencen a generar valor en el corto plazo, que sean coherentes con la estrategia de Service Point y que presenten unos niveles mínimos de rentabilidad y solvencia.
- Se está en contacto con posibles candidatos que presenten una clara oportunidad a nivel de mejoras de gestión, incrementando productividad y sinergias.

Múltiplos inferiores a los cotizados

- Análisis de operaciones en las que exista una oportunidad clara de generar plusvalías por el valor al que se adquieran las compañías.
- La experiencia adquirida por equipo de Paragon durante los últimos años permite generar valor en el sector.

AGENDA

17

Junta General De Accionistas 2017

Grupo Service Point 2016

El Plan Estratégico

Conclusiones



- Apoyo de Paragon, accionista mayoritario de SPS, ha sido fundamental para cumplir la ejecución del plan de negocio y para dar la viabilidad al Grupo Service Point de cara al futuro
- Grupo Service Point ha mejorado su rentabilidad
- Más del 99,4% de los créditos concursales pagados quedando pendientes los saldos a pagar en efectivo a acreedores públicos conforme al plan de pago establecido
- Restablecimiento de la situación patrimonial de la matriz, y un balance de situación más saneado
- Levantamiento de suspensión de la negociación de las acciones de SPS en diciembre de 2016
- Clave para el futuro: crecimiento orgánico y vía adquisiciones

Gracias por su atención

