

## NOTA DE PRENSA

### Service Point alcanza unas ventas de 210 M€ en 2012

- La multinacional española mantiene un margen bruto del 63% sobre facturación.
- El EBITDA ha sido de 6,4 M€, un 3% de las ventas, y el resultado neto mejora en un 57%, con una gran reducción de pérdidas.
- La empresa ha avanzado en el cumplimiento de tres objetivos principales en su profunda transformación: la obtención de un resultado neto positivo en 2013, la reducción de su endeudamiento financiero y un mejor aprovechamiento de las nuevas tecnologías y recursos propios en el negocio.

---

**Madrid, 26 de febrero de 2013.-** Service Point Solutions (SPS.MC) ha cerrado el ejercicio 2012 en línea con las expectativas previstas, en un año marcado por la disminución de la actividad económica, principalmente en Europa Continental. La nueva dirección de la multinacional española está satisfecha por los importantes avances realizados en la puesta en marcha de medidas para garantizar el cumplimiento de tres de sus objetivos principales a corto plazo en la profunda transformación del Grupo: consecución de un resultado neto positivo en 2013, terminar el saneamiento organizativo y financiero, y aprovechar mejor las nuevas tecnologías y el talento interno disponible.

Las ventas de Service Point han ascendido a 209,6 M€, un 4,1% por debajo de las obtenidas en 2011. Sin embargo, el margen bruto se ha mantenido en el 63% sobre la facturación, lo que refleja una buena rentabilidad en las ventas a pesar de la competencia en precios existente en el mercado. Esto se ha logrado gracias al enfoque creciente del grupo hacia los segmentos de servicios de mayor valor añadido.

Los costes operativos han sido de 126,1 millones de euros e incluyen gastos no recurrentes relacionados con medidas de eficiencia de 3,2 millones de euros. La compañía ha avanzado mucho en 2012 en sus iniciativas de reducción del gasto, lo que producirá una significativa mejora en los resultados de 2013. El grupo tiene potencial para seguir optimizando su gestión, de forma que cabe esperar un ahorro adicional de 4 millones de euros para este año sobre los costes recurrentes de 2012.

El EBITDA de la compañía ha sido de 6,4 millones de euros. Sin considerar los costes de reestructuración, el EBITDA recurrente ha sido de 9,6 millones de euros. La disminución respecto al ejercicio anterior ha sido en gran medida debido a Europa Continental, donde Service Point Solutions concentra el 44% de sus ventas.

Las pérdidas netas del grupo han disminuido de manera muy notable respecto a 2011, cuando se registró un deterioro en el fondo de comercio en Holanda, España y Estados Unidos.

Durante el cuarto trimestre, Service Point ha firmado la refinanciación de su deuda bancaria para mejorar tanto los términos como su estructura. Esto supondrá una mejora muy importante a nivel de costes –donde se prevé una reducción significativa del gasto financiero de unos 3 millones de euros anuales- así como a nivel de balance, dado que se traslada toda la deuda a largo plazo (diciembre 2015, con una extensión adicional a diciembre 2016). A diciembre de 2012 el endeudamiento bancario neto alcanzó los 77 millones de euros, un 16% menos respecto a diciembre de 2011.

Aproximadamente el 90% de la mejora en los resultados operativos previstos para 2013 vienen de medidas de ahorro implementadas en 2012, o en proceso de ser completadas, lo que permitirá al grupo conseguir un beneficio neto positivo durante 2013.

Los puntos clave en la gestión de la compañía han sido los siguientes:

- Reducción de costes centrales en el holding del grupo. La base de costes anualizada ha disminuido en 0,4 millones de euros sobre un total de 2,4 millones. Esta mejora se corresponde principalmente con medidas de reducción de personal y de costes del Consejo de Administración y alquileres. El presupuesto de 2013 prevé una reducción adicional de 0,5 millones de euros por decisiones ya implementadas.
- Refuerzo del área de compras del grupo, centralizando la gestión de las relaciones con los principales proveedores. La compañía prevé un ahorro adicional en este área de aproximadamente el 1% de los costes (excluyendo el gasto de personal), lo que supondrá aproximadamente 1,1 millones de euros en 2013.
- Control férreo de las inversiones en equipos y en gestión del capital circulante, que han permitido una generación de caja en línea con 2011, a pesar de la disminución de EBITDA.
- A nivel organizativo y de gestión cambios en los equipos directivos, tanto a nivel central – José Manuel Arrojo, nuevo Presidente del Consejo de Administración, Jimmie Holmberg, nuevo CEO del Grupo, Matteo Buzzi, CFO y Carl Clampit, nuevo CSMO-, como a nivel de gestión de dos de los principales mercados del grupo (Reino Unido y Holanda), que cuentan con nuevos CEOs.
- Iniciativas de ventas y de marketing para reforzar las ofertas de servicios de mayor valor en el área B2B y en productos disponibles, como libros bajo demanda, “Display Graphics”, “Photo Books”, lanzamiento de nuevas iniciativas online, etc., aprovechando mejor nuevas tecnologías en el sector y el talento existente en el grupo.
- Reducción de costes de personal recurrentes, al haber reducido la plantilla en el 10% -hasta 1.877 empleados- por reestructuración y creación de sinergias en varias de las filiales del grupo, que representarán una mejora prevista en 2013.

El resultado neto recurrente, excluyendo gastos de sanear el balance y de costes de reestructuraciones, ha sido de una pérdida de 7,3 millones de euros.

### **Evolución áreas geográficas y mercados**

La diversificación geográfica con que cuenta la multinacional española le permite compensar los déficits de los países que se encuentran en la cola de la recuperación económica con los que dan síntomas de mejora o solidez. Los resultados han mostrado una evolución difícil en los mercados de Europa Continental y Reino Unido y, por otro lado, han seguido mejorando en Escandinavia y en Estados Unidos.

**Europa Central:** La división de Europa Central, que incluye España, Francia, Bélgica, Holanda y Alemania, y representa en total el 44% de los ingresos totales del Grupo, ha sido volátil. España sigue siendo el país que peor comportamiento en ventas relativo ha tenido respecto a 2011. Sin embargo, se ha compensado dicho deterioro con una buena gestión de los costes, que ha mitigado considerablemente el efecto en EBITDA y EBIT. La reducción de plantilla va a suponer un ahorro a lo largo de los próximos meses. En Alemania, durante el tercer y el cuarto trimestre, las ventas se han visto afectadas debido a la evolución de un cliente

relevante. Para reducir el riesgo de concentración de clientes, Service Point ha desarrollado ventas nuevas a través de su canal online, que está creciendo a un ritmo del 30%. En Holanda, y debido al empeoramiento del entorno económico, el volumen de ventas en servicios de impresión ha disminuido. La iniciativa planificada para Holanda relativa a la reducción de personal ha sufrido retrasos por problemas administrativos, pero se completará antes de finalizar el primer semestre del año, lo que no supondrá ningún coste no recurrente adicional, y un ahorro adicional anualizado de 4 millones de euros.

**Reino Unido:** Los resultados se han visto afectados por la reducción de transacciones financieras en el sector bancario, que ha afectado al volumen de ventas en servicios de impresión relacionados con las salidas a bolsa en la filial británica, pero con señales de recuperación en el tercer y cuarto trimestres del año. A nivel de costes, se han reducido los gastos de personal. La división británica representó el 24% de los ingresos totales del Grupo.

**Escandinavia:** Destaca el buen comportamiento general del mercado escandinavo, con crecimiento orgánico relevante en ventas y EBITDA respecto a 2011, impulsado por un fuerte dinamismo de la actividad local. Este mercado representa el 25% de los ingresos totales del Grupo. La compañía tiene previsto acelerar este crecimiento desarrollando el mercado de servicios de gestión documental para el sector energético e industria del petróleo, donde se prevén crecimientos de doble dígito durante los próximos doce meses. Durante el cuarto trimestre, el grupo ha impulsado sus inversiones en esta área con la adquisición de Novum, un operador local noruego que cuenta con una buena cartera de clientes.

**Estados Unidos:** El negocio en Estados Unidos, que representa el 7% de los ingresos totales del Grupo, ha mostrado a lo largo del año claras señales de recuperación, exceptuando los meses de noviembre y diciembre, donde la actividad en Nueva Jersey ha sido afectada directamente por el huracán Sandy. A pesar de ello, la filial americana ha contribuido en el conjunto del año a la generación de caja neta positiva gracias a reducción en costes, personal y a la gestión de capital circulante.

### **Nueva Estrategia de Negocio 2013**

La compañía cuenta con objetivos claros para 2013 en la estrategia de la nueva dirección del Grupo: 1. Consecución de resultados netos positivos. 2. Reducción del endeudamiento financiero. 3. Intensificar el aprovechamiento de las sinergias existentes en el grupo y a nivel compras. 4. Seguir reforzando posicionamiento B2B, con las nuevas tecnologías disponibles en el sector, la nueva marca y el branding, potenciando la valiosa experiencia B2C existente llevándola a nuevos mercados.

El grupo prevé una sustancial mejora hasta alcanzar un resultado en 2013 de entre 14 y 16 millones de euros a nivel EBITDA anualizado. De esta mejora, hay que resaltar que el 90% representan el efecto de anualizar los ahorros de costes con medidas ya tomadas en 2012, que no han tenido efecto completo durante el año pasado y de medidas adicionales. El resto de mejoras están previstos por una gestión de las compras más eficaz y un mejor "mix" de ventas hacia servicios de mayor valor y penetración, con productos de éxito en otros mercados.

A nivel de resultado neto, además de la mejora prevista por las actuaciones anteriores, se producirá un ahorro financiero de 3 millones de euros por la renegociación de los términos de la refinanciación, que tuvo lugar durante el cuarto trimestre de 2012. Todo ello permitirá conseguir un beneficio neto positivo durante 2013, y una generación de caja positiva a lo largo del año.

La nueva estrategia de la compañía, que da mayor peso a las áreas de marketing y ventas, continúa tras el nuevo diseño de marca, con su aplicación y nuevos productos y servicios. El objetivo de la nueva marca es apoyar de forma más eficiente la actividad comercial, potenciar la imagen, desarrollar el branding y trasladarla a los diferentes soportes y puntos de servicios de las filiales. Los nuevos productos y servicios, que se ofrecen desde la nueva página web, aportan soluciones en la gestión de la información de empresas y particulares, y permiten una gestión más proactiva de los clientes clave a nivel grupo, lo que sitúa a Service Point Solutions en la mejor posición para responder a las demandas actuales y futuras de los clientes. El

objetivo final es reforzar el liderazgo de Service Point en impresión digital, que terminará reemplazando a la offset.

En un entorno de mercado aún incierto, la multinacional española tiene confianza en la consecución de estos objetivos, ya que la mejora prevista para 2013 viene en gran medida por iniciativas de gestión sobre los costes, las inversiones y el mejor aprovechamiento de los recursos propios, no por una esperada recuperación de los mercados.

#### **Cuentas de resultados anuales (miles de euros)**

Miles de euros	2011	2012	Diferencia
Ventas	218.645	209.574	-4,1%
Margen Bruto	137.882	132.472	-3,9%
EBITDA	14.029	6.377	-54,5%
EBIT	1.833	(5.873)	NA
Resultado Neto	(39.764)	(18.200)	+54,3%

#### **Para más información:**

Luis G. Canomanuel

LUCA Comunicación Corporativa

Tel.: +34 91 435 17 12

[lqcanomanuel@lucacom.com](mailto:lqcanomanuel@lucacom.com)

#### **Acerca de Service Point Solutions**

**Service Point Solutions (SPS.MC)**, empresa española multinacional proveedora de servicios empresariales, proporciona soluciones para la gestión de información, comunicación e impresión a través de canales físicos y digitales. Nuestros 1.900 profesionales en diez países (Alemania, Bélgica, España, Estados Unidos, Francia, Holanda, Noruega, Reino Unido, Rusia y Suecia) proporcionan productos y servicios a través de una red de 130 puntos de servicio y 490 programas de gestión. Service Point Solutions tiene su sede central en España y cotiza en las bolsas de Madrid y Barcelona.

[www.servicepoint.net](http://www.servicepoint.net)