



RESULTADOS

Resultados 2011

29 de febrero de 2012

INDICE

1.	Resumen de conclusiones.....	pág. 3
2.	Evolución 2011.....	pág.4
3.	Iniciativas de negocio.....	pág.7
4.	Negociación sindicado y conclusiones.....	pág.8

1. Resumen de conclusiones

Las ventas de Service Point alcanzaron €218,6m, un 6,4% superiores a las obtenidas en 2010 dentro de un contexto económico internacional muy difícil.

Se ha ganado cuota de mercado en la mayoría de países donde estamos presentes y se han desarrollado nuevos servicios y segmentos de negocio con especial énfasis en el canal online y los servicios de impresión bajo demanda donde se han alcanzado unos ingresos totales de €50m, un 21% superiores a los obtenidos en 2010.

El avance de los ingresos, el control de los márgenes brutos y la gestión estricta de los costes operativos han situado el EBITDA un 64% por encima del obtenido en 2010, alcanzando los 14 millones de euros. El beneficio operativo ha vuelto a los números positivos registrando €1,8m frente a las pérdidas operativas de €2,5m en 2010. Los costes operativos han vuelto a reducirse por cuarto año consecutivo hasta los €123,9m (15% de reducción desde 2008).

Destaca el buen comportamiento general de los mercados escandinavo y alemán con crecimientos orgánicos relevantes en ventas y EBITDA respecto a 2010 impulsados por un fuerte dinamismo de la actividad local. La diversificación geográfica de Service Point nos dota de una mayor visibilidad y estabilidad en la gestión del negocio. El mercado español tiene un peso de tan sólo el 5% de las ventas totales.

Durante 2011 se ha reforzado la estructura de gestión en torno al desarrollo del canal online y las actividades de impresión bajo demanda a partir de iniciativas locales que aprovechan la infraestructura de Service Point en los diez países donde tenemos plantas de producción y la puesta en marcha de la plataforma Oasis Print para atacar el atractivo canal de impresión online B2C.

La adquisición de Holmbergs se ha integrado con éxito durante 2011 y ha sido un paso decisivo para consolidar nuestra presencia como la principal compañía de impresión digital en el mercado escandinavo. Hemos reestructurado con éxito nuestra filial francesa Reprotechnique participada al 51% por Service Point.

En 2011, hemos saneado fondos de comercio históricos de España, Estados Unidos y Holanda por un total de €27,5m para ajustar las valoraciones contables de nuestras inversiones en estos tres mercados al desarrollo previsible de sus planes de negocio a medio plazo. La amortización de los fondos de comercio es un registro contable que no afecta a la marcha operativa del negocio, ni su posición de caja ni la solvencia y que se considera a efectos de resultado como extraordinario.

Como hemos anunciado al mercado, Service Point negocia actualmente la refinanciación de su sindicado bancario cuyo vencimiento es julio de 2013 en una nueva estructura financiera con nuevos términos a más largo plazo.

2. Evolución 2011

2.1 Principales magnitudes y evolución;

A continuación mostramos en el cuadro 1.1 las principales magnitudes de Service Point durante los ejercicios 2011, 2010 y 2009.

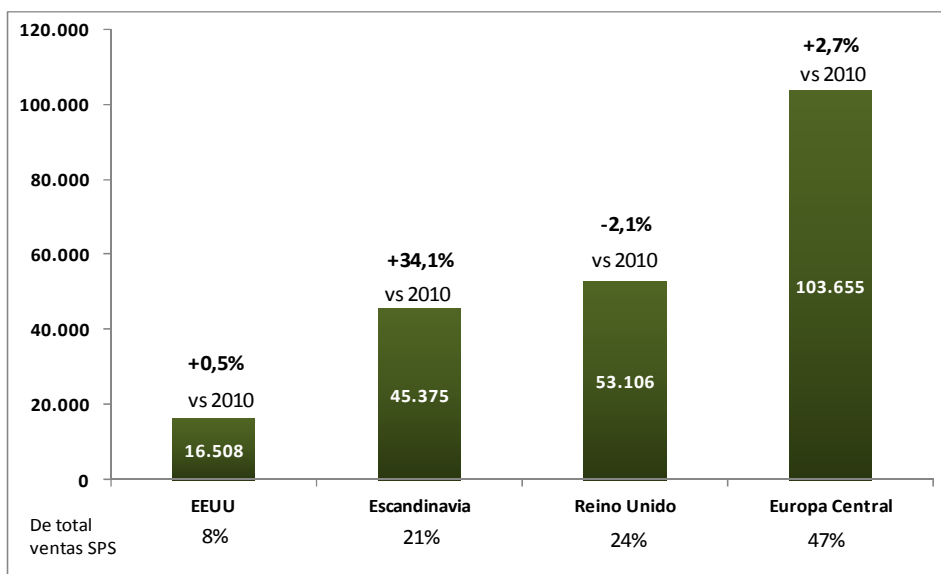
Cuadro 1.1 Pérdidas y ganancias

Euros '000	2009	2010	2011	Dif. % vs. 2009	Dif. % vs. 2010
Ventas	216.493	205.400	218.645	1,0%	6,4%
Margen Bruto	146.144	136.876	137.882	-5,7%	0,7%
EBITDA	13.722	8.548	14.029	2,2%	64,1%
EBIT	267	-2.509	1.833	na	-173,1%
Gastos Financieros	-5.485	-8.420	-10.661		
Excepcionales	-294	-2.042	-3.780		
Deterioro Fondo de Comercio	-3.628	-3.368	-27.512		
Impuestos	711	17	-207		
Minoritarios	1.471	3.381	564		
BDI	-6.957	-12.942	-39.764	na	na

Margen Bruto	67,5%	66,6%	63,1%
EBITDA	6,3%	4,2%	6,4%
EBIT	0,1%	-1,2%	0,8%

Las ventas en 2011 alcanzaron los 218,6 millones de euros lo que supone un aumento del 6,4% respecto al ejercicio anterior. La diversificación geográfica es una de las claves que explican el mejor comportamiento de nuestra compañía en su sector y su capacidad de resistir mejor los vaivenes del mercado. Las magnitudes más relevantes durante el 2010 en las diferentes regiones geográficas donde Service Point tiene presencia han sido:

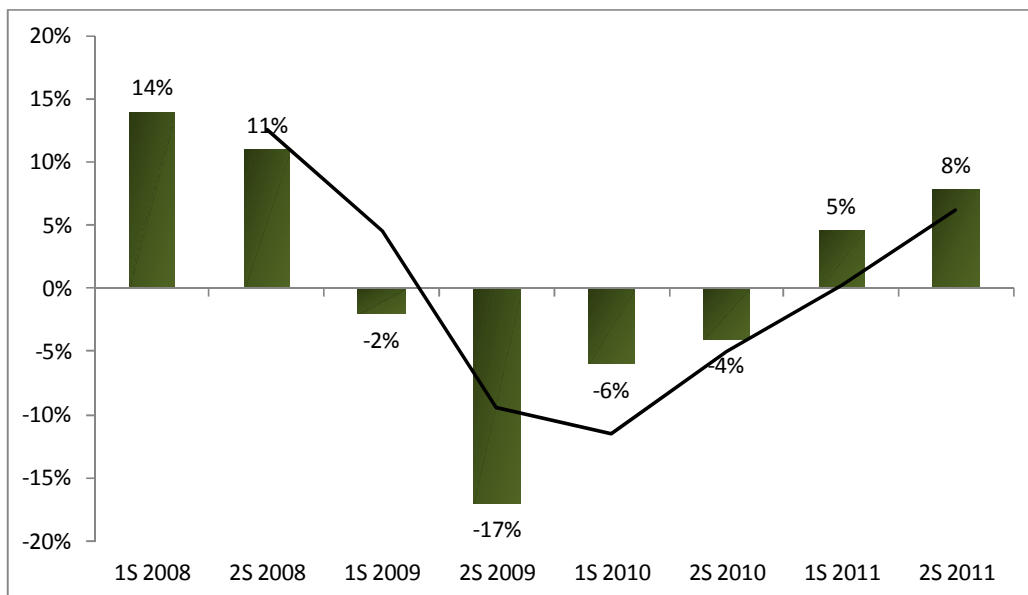
Cuadro 1.2 Ventas 2011 por zona geográfica, variación respecto a 2010 y % de las ventas totales



Estados Unidos ha mostrado una evolución de “menos a más” a lo largo del año, con un cuarto trimestre significativamente mejor que el mismo periodo de 2010, lo que es buena señal de cara a la evolución en 2012. Escandinavia incluye la entrada de Holmbergs en el perímetro de consolidación y un crecimiento sostenido de en torno al 4% en Noruega. El comportamiento de la filial inglesa en línea con la evolución del mercado y con unos resultados por encima de los competidores del país. En Europa Central la evolución ha sido mixta. España ha seguido perdiendo volumen de ventas por menor demanda de los clientes, mientras que Alemania ha crecido por el dinamismo del negocio de foto álbumes y Holanda ha aumentado el negocio en los servicios relacionados a la actividad de gestión de correo (mailroom y franqueo).

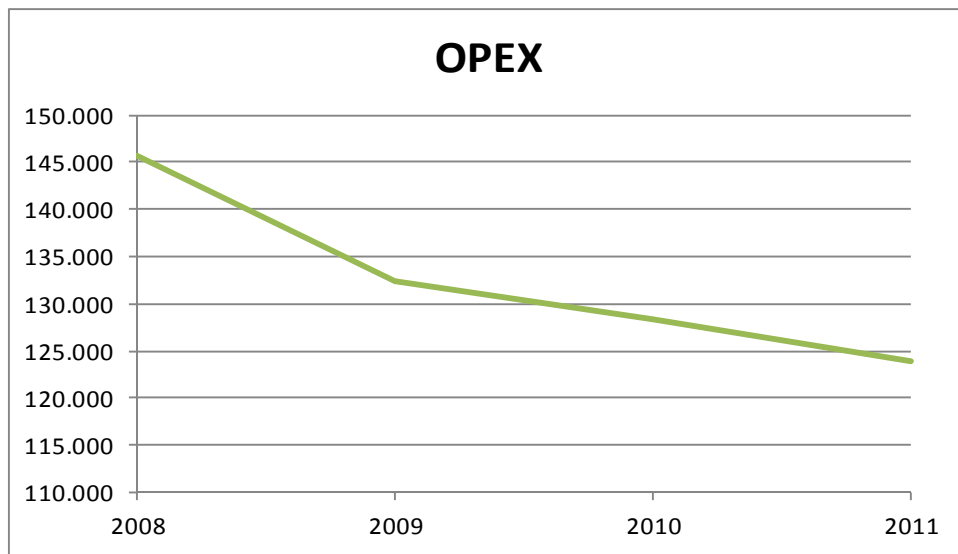
Desde el 1 de mayo se incluye la adquisición de nuestra filial sueca Holmbergs en el perímetro de consolidación, de haberse incluido desde el 1 de enero las ventas de Service Point hubieran sido de €223,4m y su EBITDA de €14,5m. La evolución semestral de nuestros ingresos presenta una evolución muy positiva durante 2011.

Cuadro 1.3 Inflexión en la evolución de ventas 2008-2011



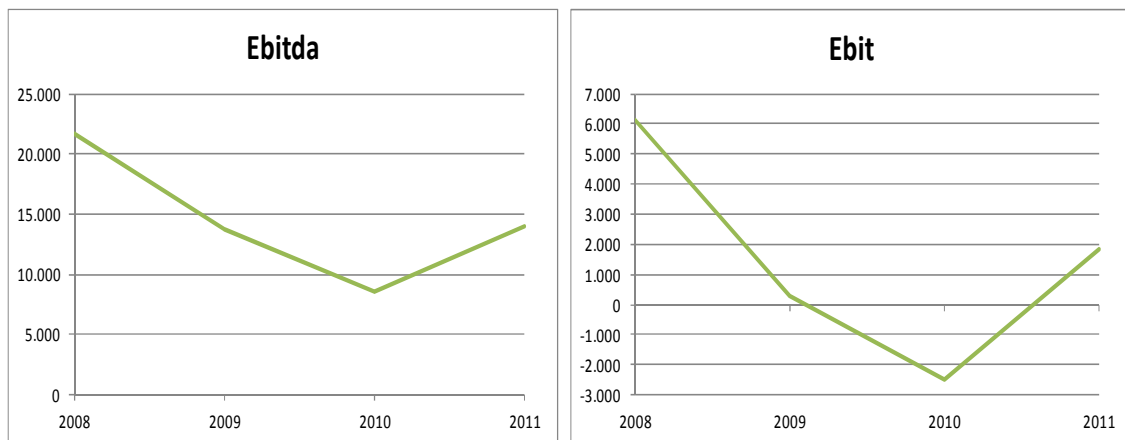
El Margen Bruto se ha situado en línea a nuestros objetivos con la excepción del negocio en Holanda donde el peso de la actividad de franqueo y la menor actividad de impresión de nuestros clientes han empeorado levemente el objetivo de Margen Bruto de la filial. El Margen Bruto ha sido del 63,1% frente al 66,6% obtenido en 2010 (excluyendo la línea del franqueo en los Países Bajos el Margen Bruto en 2011 sería 68,6% frente a 71,0% en 2010). La compañía ha seguido con su política exigente de reducción de costes operativos que ha compensado la reducción de Margen Bruto la base de costes operativos se ha reducido en €4,5 millones de euros en términos comparables respecto 2010.

Cuadro 1.4 Evolución de OPEX 2008-2011



El EBITDA ha crecido un 64% respecto al obtenido en 2010, alcanzando los 14 millones de euros y suponiendo una mejora de 5,5 millones de euros. El beneficio operativo ha sido de 1,8 millones de euros frente a una pérdida operativa de 2,5 millones del ejercicio anterior.

Cuadro 1.5 Evolución de EBITDA y EBIT 2008-2011



Teniendo en cuenta el entorno y las previsiones negativas para 2012 de la mayoría de economías desarrolladas hemos optado, siguiendo un criterio de prudencia, por acometer un saneamiento de parte de los fondos de comercio de nuestras inversiones en España, Estados Unidos y Holanda para reflejar correctamente su valor contable neto en relación a la previsión de resultados de sus planes de negocio en el medio plazo saneando fondos de comercio por un total de €27,5m. La amortización de los fondos de comercio es un registro contable que no afecta a la marcha operativa del negocio, ni su posición de caja, ni la solvencia y que se considera a efectos de resultado como extraordinario.

3. Evolución y Desarrollo del Modelo de Negocio

Durante el último trimestre del ejercicio, la compañía ha fortalecido su estructura de gestión al focalizar la dirección de los negocios en las áreas estratégicas y de creación de valor.

Se ha creado una dirección mundial para las actividades de comercio electrónico y online que ha crecido un 30% en 2011; se han establecido cuatro direcciones geográficas para poder afrontar mejor las dinámicas de los mercados en los países donde opera Service Point (Escandinavia, Europa Continental, Reino Unido y Estados Unidos) y se han fortalecido las funciones centrales con una nueva dirección de marketing global y una función de compras internacionales.

A nivel geográfico esta estructura va a fortalecer el foco y la obtención de sinergias y de eficiencias tanto a nivel operativo como a nivel de clientes internacionales.

4. Negociaciones Sindicado y Conclusiones

Service Point se encuentra actualmente negociando con los bancos que componen su sindicado una estructura financiera a largo plazo que reemplace a la actual cuyo vencimiento está previsto en julio de 2013. A fecha de hoy, las negociaciones avanzan de manera positiva y la compañía espera concluir las en los próximos dos meses.