

## NOTA DE PRENSA

### Service Point mejora sus resultados en el segundo trimestre del ejercicio

- El grupo confirma su objetivo de alcanzar beneficio neto positivo en 2013
- La compañía ha puesto en marcha un plan de ahorro relevante en el área de centralización de operaciones y “*Back Office*” de sus filiales
- Se consolida como proveedor de grandes empresas en Europa.
- La compañía sigue de manera positiva en su proceso iniciado en abril para recapitalizar y continuar reestructurando el grupo.

---

**Barcelona, 28 de junio de 2013.-** Service Point Solutions (SPS.MC) continúa avanzando en el cumplimiento de sus tres principales objetivos a corto plazo: terminar el saneamiento operativo y financiero, conseguir un resultado neto positivo en 2013 y aprovechar mejor las nuevas tecnologías y el talento interno disponible. En la reducción de costes se conseguirá una mejora significativa en los resultados de 2013, ya que el Grupo tiene potencial para seguir optimizando su gestión, por lo que cabe esperar un ahorro adicional de 4 millones para 2013 sobre los costes recurrentes de 2012.

A lo largo del último año, Service Point se ha consolidado en el sector de la impresión y gestión documental como la gran empresa multinacional capaz de dar soluciones a las grandes compañías de Europa. El posicionamiento de Service Point como “proveedor de grandes empresas”, le da el prestigio necesario para extender su marca a otros mercados con otros productos, avalado por su reconocida experiencia y profesionalidad. Además, tiene la ventaja del gran potencial que le proporcionan los avances tecnológicos y de distribución, que le permite optimizar las operaciones tanto a nivel de producción como de administración interna. Esta optimización hace posible la inversión en estrategias de crecimiento financiadas por las mejoras que se logran en eficiencia interna.

El plan estratégico de Service Point para los próximos 5 años tiene tres ejes principales:

#### **Estrategia comercial y de marketing**

La estrategia comercial de Service Point es cada vez más coordinada, más global y más online. A raíz de la buena percepción existente en el mercado europeo de la marca, los nuevos productos y servicios consiguen un gran nivel de aceptación en el mercado.

Como consecuencia de ello, Service Point está centrando su plan comercial y de marketing hacia los productos, mercados y canales con más demanda y con más futuro, al mismo tiempo que irá desinvirtiendo en los denominados “productos tradicionales”, amenazados por cambios de tecnología y su poco potencial para aportar valor añadido.

## Estrategia operativa

El equipo directivo de Service Point, dentro de su Estrategia de Integración Global de las operaciones, ha puesto en marcha un plan de optimización y centralización de todo el "Back Office" de sus filiales, con el objetivo de estandarizar y gestionar todas las tareas no relacionadas con la venta y la producción desde sus oficinas centrales en Barcelona. De forma paralela, se está llevando a cabo un proceso de centralización de las operaciones en grandes centros de producción, que inicialmente se realizará a nivel de cada país para posteriormente crear centros con capacidad de servicio internacional.

Para ello se cerrarán un número relevante de centros a pie de calle y el resto pasarán de ser centros operacionales a "Stores": puntos de venta en ubicaciones singulares y con una imagen muy cuidada en las que se presentará al mercado todas las capacidades de servicios y productos que Service Point puede ofrecer a sus clientes.

El objetivo es conseguir un ahorro en torno a los 11 millones de euros anuales, todo ello sobre la base de una mayor concentración y utilización de los recursos actuales, optimización y centralización de procesos y el aprovechamiento máximo de las sinergias existentes.

## Estrategia financiera

En el último trimestre de 2012 se firmó un acuerdo de reestructuración de la financiación sindicada con una mejora importante a nivel de costes financieros y balance, al trasladar toda la deuda a largo plazo hasta 2015, con una extensión adicional a diciembre 2016. Actualmente, Service Point está inmersa en un proceso de búsqueda de inversores con el objetivo de reforzar sustancialmente la estructura de capital del Grupo e incrementar la capacidad de generación de caja. Este proceso de "desapalancamiento" se acordó con las entidades financieras que forman parte de la financiación sindicada a finales de abril de 2013, y se espera concluir a lo largo del año actual.

## Evolución del ejercicio 2012 y primera parte del 2013

Por áreas geográficas:

**Europa Central (44% de los ingresos del grupo):** La división de Europa Central incluye España, Francia, Bélgica, Holanda y Alemania.

1. España sigue siendo el país que peor comportamiento tuvo en ventas en 2012 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.
2. En Alemania, durante el tercer y el cuarto trimestre, las ventas fueron impactadas por la evolución de un cliente relevante. Para reducir el riesgo de concentración de clientes, Service Point ha impulsado el desarrollo de su canal on-line que está creciendo en un 30% anual.
3. En Holanda, y debido al empeoramiento del entorno económico, el volumen de ventas en servicios de impresión ha disminuido. La estrategia diseñada para Holanda, que consistía en la reducción de aproximadamente un 20% del personal, ha sufrido ciertos retrasos administrativos, y en 2012 solo se ha implementado parcialmente. Se tiene previsto completar de inmediato una reducción adicional de un 18%, sin ningún coste añadido, lo que generará un ahorro adicional anualizado de 4 millones de euros.
4. En Francia, se decidió discontinuar las operaciones directas ante la imposibilidad de rentabilizar la inversión, operación que ya estaba completamente provisionada.

**Reino Unido (24% de los ingresos del grupo):** 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. Sin embargo, se han apreciado señales de recuperación en el tercer y cuarto trimestre del año, que han sido confirmadas en la primera parte del 2013.

**Escandinavia (25% de los ingresos del grupo):** 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. La compañía está impulsando este crecimiento desarrollando el mercado de servicios de gestión documental para el sector energético e industria del petróleo en 2013, donde se prevén crecimientos de doble dígito durante los próximos doce meses.

**Estados Unidos (7% de los totales del grupo):** El negocio en Estados Unidos mostró a lo largo del año 2012 claras señales de recuperación, exceptuando los meses de noviembre y diciembre, donde la actividad en Nueva Jersey ha sido impactada 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 y a la gestión de capital circulante, y puede conseguir un EBITDA de 2,5 millones de euros en el año en curso.

**Para más información:**

Luis G. Canomanuel  
LUCA Comunicación Corporativa  
Tel.: +34 91 435 17 12  
[lucanomanuel@lucacom.com](mailto:lucanomanuel@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. Con 1.900 profesionales en nueve países (Alemania, Bélgica, España, Estados Unidos, 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)