



**Service Point**

Junta General de Accionistas ' 07

Discurso de Don Rafael López-Aparicio

Consejero Delegado



Muy buenos días Señoras y señores accionistas.

Les agradecemos un año más el interés en Service Point y les invito a que analicemos la evolución de su Compañía durante los últimos 18 meses y a que evalúen el excelente progreso alcanzado, no sólo en términos financieros sino, lo que es más importante, en el posicionamiento del negocio de cara al futuro. Todo lo anterior es consistente con la estrategia que venimos comunicando, con los compromisos de creación de valor contraídos con todos ustedes, aquí, hace un año..

Dicha creación de valor, se está llevando a cabo a través de una combinación de crecimiento orgánico y adquisiciones selectivas; en 2006, alcanzamos un crecimiento de los ingresos de casi el 34 %, del que un 7 % se generó orgánicamente de las actividades continuadas, mientras que el 27 % restante fue resultado de adquisiciones.

Teniendo en cuenta que las 6 adquisiciones realizadas en 2006 se produjeron espaciadamente a lo largo del año, y la mayor de ellas (Cendris Document Management, en Holanda) en octubre, los ingresos anuales pro-forma (es decir bajo un mismo perímetro de consolidación) habrían crecido en un 86 % respecto al ejercicio anterior. De hecho, en el último trimestre de 2006, los ingresos crecieron en un 92 % en comparación con el mismo período de 2005, crecimiento que se mantuvo en el primer trimestre del 2007.

El ejercicio 2006 también arroja un saldo favorable en términos de rentabilidad; el Beneficio Operativo creció un 67% y el Beneficio neto alcanzó los 4,8 millones de Euros. Esto refleja el apalancamiento de los recursos centrales a medida que crecemos, así como la rentabilidad de las adquisiciones llevadas a cabo, y que ya fueron integradas en las cuentas consolidadas en 2006.

Apoyado por la solidez de los márgenes, el flujo de caja se beneficia asimismo de un mix de negocio mejorado y el menor peso de la partida de Inversión y Amortizaciones correspondientes a Servicios On-site, Gestión Documental y Mailroom.

El balance es más sólido, con una mejor estructura de la deuda, menores costes de servicio de la misma y una posición neta de caja positiva, que permitirá financiar el plan de inversiones del negocio en el futuro. En julio de 2006, la compañía suscribió un acuerdo de préstamo sindicado con Lloyds TSB Bank, con el que canceló la totalidad de acuerdos de crédito anteriores.

Este nuevo préstamo sindicado también está estructurado de modo que la amortización tenga lugar al vencimiento, liberando así flujos de caja para reinvertir en el negocio. Del total de 60 millones de Euros autorizados, 15,2 millones de Euros seguían estando disponibles al cierre del primer trimestre de 2007.

La adquisición de Cendris Document Management se financió con un Préstamo Puente de 35 millones de Euros concedido por Ahorro Corporación Financiera, posteriormente objeto de amortización con los recursos captados en la exitosa ampliación de capital realizada en 2007 por importe de 54,3 millones de Euros (cabe resaltar que dicha ampliación fue sobre suscrita en un 57%, en un nuevo testimonio del apoyo de nuestros accionistas). Tras la ampliación de capital, con datos pro-forma 2006, Service Point poseía una disponibilidad de recursos aproximada de 45 millones de Euros, sin contar los 15,2 millones de Euros de la línea disponible con Lloyds.

La Deuda Neta se ha reducido drásticamente hasta los 25,3 millones de Euros a marzo 2007.

Como pueden ver en esta diapositiva, el primer trimestre del presente ejercicio no solo muestra como decía antes un crecimiento del 92% en ingresos, sino que el beneficio Operativo se ve casi triplicado. Ello ha sido posible gracias al buen comportamiento en todas nuestras operaciones y la rentabilidad de las compañías adquiridas en 2006, ayudado con la ejecución de un gran contrato en nuestra filial alemana para las autoridades aeroportuarias de Fraport.

La ratio de Deuda Neta a EBITDA, de nuevo a nivel pro-forma 2006, se sitúa en niveles entorno a 1 vez. Teniendo en cuenta que los covenants financieros de la compañía están establecidos en un ratio Deuda Neta / EBITDA de 3x, si se suman la disponibilidad de recursos a que me he referido y el apalancamiento de 2 veces adicional permitido por la generación de EBITDA, se observa que Service Point podría disponer de más de 90 millones de Euros en fondos para invertir y realizar nuevas adquisiciones.

La solidez del balance también viene dada por el alto nivel de conversión de las Obligaciones Convertibles SPS 2005; un 96,27% a 31 de mayo, fecha en que finalizó el quinto periodo ordinario de conversión. Este elevado porcentaje hizo que la compañía propusiera en la Asamblea General de Obligacionistas celebrada en segunda convocatoria el pasado 22 de junio, la modificación del plazo de conversión final, anticipando dicho plazo (inicialmente previsto para febrero de 2010) a la segunda quincena del mes de

Noviembre del presente año 2007. La Compañía somete a esta Junta la ratificación de dicho acuerdo, entendiendo que ello aportaría las siguientes ventajas:

- 1 ) Eliminar los costes administrativos del plan, en cuanto el porcentaje que estos costes representan sobre el saldo de obligaciones en circulación es extremadamente elevado
- 2)Dotar a la compañía de una mayor flexibilidad operativa al eliminarse los dos periodos anuales de conversión, que imposibilitan el llevar a cabo otras operaciones de capital
- 3) Una simplificación del balance de la compañía y una mayor claridad del mismo frente a inversores y entidades financieras.

Dicha propuesta fue aprobada por un 99,91% de los obligacionistas presentes y representados en la Asamblea, sometiéndola ahora a todos ustedes para su ratificación.

Los términos y condiciones de dicha conversión final permanecen inalterados. Todos los intereses devengados por los Obligacionistas hasta la nueva fecha de conversión final serán abonados íntegramente conforme a lo establecido en el plan.

La emisión de las acciones objeto de la conversión se llevará a cabo durante el mes de Diciembre de 2007. En caso que la propuesta fuera ratificada por la Junta de Accionistas, las obligaciones convertibles que no hayan sido convertidas en acciones de Service Point Solutions, S.A. durante el mes de Noviembre de 2007, serán reembolsadas a 31 de diciembre de 2007 a su valor nominal de 0,12 € por obligación.

Tal como mencionaba al principio de esta presentación el compromiso de SPS es ejecutar su plan estratégico e invertir en la creación de valor para nuestros accionistas. La estrategia de SPS, como ustedes recordarán, está basada en dos vectores de crecimiento de ingresos:

- Por una parte el crecer a través de aumentar el peso en ciertos sectores de clientes,
- Y por otra el aumentar nuestra oferta de servicios a lo largo de todo el ciclo de vida del documento.

Esta estrategia permite apalancar nuestros recursos productivos y conocimiento, desarrollando nuevas aplicaciones para generar crecimiento rentable y aumentar la recurrencia de las ventas. Ambos vectores se apoyan en nuestro modelo “Multicanal” de servicio (On Line, On Site y Off Site) y benefician el mix de ventas con un mayor peso de las áreas de servicio con mayor margen como son la Gestión Documental y el Facilities Management.

La implementación de la estrategia de crecimiento de la compañía se desarrolla tanto a nivel orgánico, como a través de adquisiciones de compañías del sector. Quisiera ahora repasar con ustedes la ejecución de la vertiente adquisitiva de nuestra estrategia.

Service Point ha realizado avances significativos en su posicionamiento gracias en gran parte a las adquisiciones. En 2006 hemos añadido dos importantes mercados a nuestra cartera: Alemania, Holanda, y más recientemente un tercero, Noruega. Todos ellos representan una excelente plataforma desde la que crecer o bien alcanzar el liderazgo de mercado, como en Holanda y Noruega, donde ya somos o nos convertimos en líderes (una vez llevado a cabo el cierre de la operación previsto para la primera quincena de Julio).

El crecimiento no es un objetivo en sí mismo si no va acompañado de beneficios y generación de caja. Al plantearnos las adquisiciones, una “compañía objetivo” debe contar con una posición consolidada, con una base de clientes recurrente capaz de reportar sinergias (tanto desde el punto de vista geográfico como de servicios) y contribuir a la rentabilidad desde el momento de su incorporación al grupo.

Me complace anunciar que las 6 adquisiciones realizadas en 2006 han sido integradas con éxito y han tenido una clara contribución a la rentabilidad durante el ejercicio.

Del total de más de un 33% de crecimiento en ingresos consolidados en el 2006, Koebcke, compañía de la cual Service Point adquirió el 51% en junio 2006, aportó un 4,7% de los ingresos y por su parte Cendris Document Management BV, apporto en los tres meses de su consolidación el 12,5% a los mismos.

A nivel de beneficio operativo (EBIT), el cual creció casi un 67%, la aportación fue de 6 y 15,4 puntos porcentuales respectivamente.

Me gustaría ahora ahondar un poco en las dos últimas adquisiciones anunciadas hace pocos días: CBF Print Management en el Reino Unido y Allkopi A.S., en Noruega.

CBF es una compañía de Gestión de Impresión con ventas aproximadas de 7 M de Euros. Con sede en Birmingham y una oficina de ventas en Newcastle, cuenta con una plantilla de 39 empleados. La compañía está especializada en prestar soluciones “llave en mano” a clientes de diversos sectores, como distribución, comercio y finanzas entre otros, cubriendo todas las necesidades relacionadas con la impresión. Conjugando sofisticadas soluciones basadas en Internet, diseño y herramientas de gestión de proceso, CBF ofrece una solución completamente externalizada que satisface los requisitos globales de impresión del cliente a la vez que reduce las ineficiencias al utilizar una capacidad de producción en gran medida virtual. Entre sus clientes se encuentran compañías internacionales como Interflora o Robert Half International. La adquisición de CBF refuerza la oferta multicanal de Service Point y potencia la capacidad de licitación de servicios de gestión de “Documentos/Impresión/Mailroom”, encajando en nuestra estrategia de diversificación de la base de clientes y aumento de la oferta de nuevos servicios.

Por su parte la compañía noruega Allkopi, cuenta con 50 años de experiencia y unas ventas anuales de 32 M€. Con 235 empleados y 27 centros de servicio, ofrece una plataforma única dentro del sector de la Reprografía Digital y Gestión Documental del mercado noruego, con un amplio abanico de soluciones para sus clientes.

La mayor parte de las ventas son a empresas pertenecientes al sector privado y público, con una cartera de clientes muy diversificada con presencia en sectores como el de la construcción, público, legal, financiero, consultoría, y energético, entre otros. Allkopi ofrece sus servicios a través de sus 27 centros en las principales plazas de Noruega, estando 4 de ellos situados en Oslo, donde se ubica su sede central. Allkopi tiene una fuerte presencia en todo el país como compañía líder con una excelente cobertura y reconocimiento de marca.

En línea con la estrategia de crecimiento de aumentar la presencia en el sector de la Reprografía Digital, Facilities Management y Gestión Documental, Service Point Solutions (SPS) a través de la presente adquisición podrá:

1. *Seguir consolidando su crecimiento.* Allkopi registró en 2006 ventas de 31,7 M€, Ebitda de 3,4 M€ y Ebit de 2,2 M€. Ello supondría un incremento del 23,8% en ingresos, un 17,5% en Ebitda y 25,9% en el Ebit respecto a los resultados SPS del ejercicio 2006.
2. *Adquirir la compañía líder en el mercado noruego,* uno de los mercados con más atractivo de crecimiento del sector, impulsando especialmente por las inversiones en las infraestructuras y el sector energético, facilitando la entrada de SPS en otros mercados escandinavos.
3. *Reforzar la oferta de servicios a través de la adquisición de una empresa sólida, estable y rentable.* Así, SPS y Allkopi son altamente complementarias en términos de segmentos de clientes y oferta de servicios
4. *Generar valor para el accionista,* ya que la adquisición se realiza a múltiplo de un máximo de 5,6 veces Ebitda 2006.

El importe total de la transacción, incluyendo el importe de la deuda financiera asumida al cierre, y dos pagos diferidos en función del crecimiento alcanzado en 2007 y 2008, es de 19,1 M€.

La compra de Allkopi, representa por lo tanto un paso muy significativo en el posicionamiento de liderazgo de SPS en Europa, consolidando el sector de la Reprografía Digital y la Gestión Documental.

Todas las adquisiciones que hemos realizado en los últimos 18 meses cumplen con los dos vectores que fundamentan nuestra estrategia: el aumento de la oferta de servicios y la captación de sectores de clientes.

En esta diapositiva podemos ver una ilustración del aumento de la oferta de servicios y clientes que han supuesto las adquisiciones, lo cual deberá repercutir en un sostenimiento del crecimiento orgánico de los ingresos de la compañía.

Uno de las grandes oportunidades que presenta el adquirir compañías establecidas es el poder expandir la cartera de clientes. Nuestra cartera por segmentos de clientes no sólo se ha ampliado de forma notable, sino que es mucho más sólida gracias a la incorporación de compañías globales de primer nivel que ofrecen la oportunidad de conseguir cuentas internacionales de mayor dimensión. Este es el caso, por ejemplo, del reciente contrato de Facilities Management suscrito con Shell, bajo el cual damos servicios tanto en el Reino Unido como en Holanda. Estamos centrando cada vez más los

esfuerzos de nuestros equipos en desarrollar y acceder a este tipo de cuentas globales, las cuales contribuirán también a la consolidación y estabilidad de nuestro crecimiento orgánico.

La meta que nos hemos trazado sigue estando clara: convertirnos en el líder internacional de la Gestión Documental, de Impresión e Información en el segmento “business to business”. Para ello, estamos centrando nuestros esfuerzos y nuestras inversiones en la ampliación de nuestra oferta de servicios y en el fortalecimiento de nuestra presencia en los mercados, tanto actuales como nuevos.

No quisiera terminar esta presentación a todos ustedes sin decir unas palabras acerca de nuestro equipo mundial. La clave para generar valor es la capacidad de ejecución, no la bondad de la estrategia ni la disponibilidad de recursos por sí solos.

Service Point cuenta en la actualidad con un equipo plenamente comprometido y dedicado que se ha visto sensiblemente reforzado en 2006, tanto a nivel de servicios centrales como de las Operaciones. A los directivos y empleados existentes hace un año, se han sumado los de las organizaciones adquiridas. Esto es tan deseable como necesario, pues uno de los criterios imprescindibles en cualquier potencial adquisición consiste en retener, motivar y obtener lo mejor de sus empleados y equipo directivo.

Me complace el poderles hablar del alto grado de entusiasmo, agilidad y empeño con los que todo el equipo de Service Point está volcándose en el servicio a los clientes, contribuyendo a la misión de crear valor para nuestros accionistas.

Es ese compromiso lo que permitirá redoblar el esfuerzo de este equipo que tengo el honor de liderar, y que conducirá a su Compañía hasta cotas aún más altas.

Muchas gracias señores accionistas.