

COMUNICATO STAMPA

APPROVATI DAL CONSIGLIO D'AMMINISTRAZIONE I RISULTATI AL 31 MARZO 2009

TENUTA DEI RICAVI E DELL'EBITDA NONOSTANTE IL DIFFICILE CONTESTO ECONOMICO, GRAZIE ALLA CRESCITA DI INTERNET E ALL'EFFICACE CONTROLLO DEI COSTI.

- **RICAVI consolidati a Euro 164,4 milioni stabili rispetto al primo trimestre 2008, grazie alla crescita di Internet in Italia (+45% nel primo trimestre; circa +30% nel periodo aprile 2008 – marzo 2009).**
- **EBITDA consolidato a Euro 15,8 milioni in crescita di Euro 5,6 milioni (+55%), grazie a un'attenta gestione dei costi operativi; FREE CASH FLOW operativo a Euro 88,3 milioni**
- **INDEBITAMENTO FINANZIARIO NETTO a Euro 3.053,2 milioni (valore che non include la cassa apportata dall'aumento di capitale).**
- **COSTO MEDIO DEL DEBITO pari al 5,43% (6,52% nel primo trimestre 2008) e oneri finanziari netti a 43 milioni, in calo del 25% grazie al deleverage e ad un'efficace politica di gestione del debito.**

OUTLOOK 2009

- **Permane un margine di incertezza sui ricavi dovuto al fatto che gli effetti della recente revisione al ribasso delle previsioni sul PIL italiano sui risultati della seconda parte dell'anno non sono ancora pienamente prevedibili.**
- **Nonostante la difficile situazione di mercato per i media, nei primi mesi dell'anno Seat ha dimostrato maggiore solidità rispetto ai competitors per il forte posizionamento su internet, la cui crescita è prevista rimanere elevata grazie all'innovazione di prodotto e alla migrazione dalla carta all'on line.**
- **RAFFORZATA LA STRUTTURA PATRIMONIALE, grazie all'AUMENTO DI CAPITALE pienamente sottoscritto, e al completamento della rinegoziazione dei covenant finanziari.**
- **RIMBORSO ANTICIPATO di 100 milioni di Euro sul debito senior a valere sulle rate dovute nel 2009, 2010 e 2011; nel 2009, già rimborsata la rata dovuta a giugno per 110 milioni di euro (i 91 milioni di euro residui per l'esercizio sono dovuti a dicembre)**
- **Complessivamente le dinamiche finanziarie e di business della prima parte dell'anno, che tiene conto di un rallentamento del fatturato nel secondo trimestre, sono coerenti con le indicazioni fornite per l'esercizio 2009 circa l'andamento dell'EBITDA di Gruppo e la riduzione dell'INDEBITAMENTO FINANZIARIO NETTO.**

Milano, 12 maggio 2009 – Il Consiglio d'Amministrazione di Seat Pagine Gialle S.p.A. – sotto la presidenza di Enrico Giliberti – ha approvato oggi il resoconto intermedio di gestione al 31 marzo 2009, predisposto ai sensi dell'art. 154-ter del TUF e illustrato dall'Amministratore Delegato Alberto Cappellini.

RISULTATI CONSOLIDATI AL 31 MARZO 2009

A seguito della decisione di procedere alla vendita del 100% del capitale della partecipata tedesca WLW (operazione divenuta efficace nel mese di dicembre 2008), i risultati economici 2008 del gruppo tedesco, nonché gli effetti della sua vendita sono stati esposti nel rigo "Utile (perdita) netto da discontinued operations". Conseguentemente, al fine di rendere omogeneo il confronto delle voci, sono stati rideterminati i valori di conto economico e rendiconto finanziario relativi al primo trimestre 2008, rispetto a quanto a suo tempo pubblicato.

Andamento dei ricavi

I ricavi delle vendite e delle prestazioni (Euro 164,4 milioni nei primi tre mesi del 2009) sono risultati sostanzialmente stabili rispetto allo stesso periodo dell'esercizio precedente (Euro 167,5 milioni nel primo trimestre 2008 *rideterminato*).

Al lordo delle elisioni tra Aree di Business, la composizione dei ricavi è la seguente:

- "Directories Italia" (SEAT PG): i ricavi ammontano a Euro 107,7 milioni, in calo del 2,5% rispetto allo stesso periodo dell'esercizio precedente. Tale risultato riflette una performance dell'offerta core (carta, internet e telefono) solida e in aumento del 2,8%, grazie alla forte crescita delle attività internet, sostenuta dall'innovazione di prodotto. Anche i primi tre mesi del 2009, infatti, hanno visto un'accelerazione dell'evoluzione del mix di ricavi carta e internet a favore di questi ultimi con un totale dei ricavi (carta e internet) in crescita del 5,6% rispetto allo stesso periodo dell'esercizio precedente. Analogamente ai trimestri precedenti, in calo i prodotti minori. Si segnala tuttavia che il primo trimestre dell'anno non è rappresentativo dell'andamento atteso sull'intero esercizio vista la maggiore incidenza del ricavo online sul totale e l'assenza di pubblicazioni di elenchi relativi a grandi centri.
- "Directories UK" (gruppo Thomson Directories): ricavi a Euro 11,6 milioni nei primi tre mesi del 2009. La riduzione (-27% rispetto al primo trimestre 2008 *rideterminato*), conseguenza anche dell'andamento della Sterlina rispetto all'Euro, è più contenuta (-13,2%) se i dati vengono analizzati in valuta locale. Il calo dei ricavi ha riflesso le difficoltà di vendita incontrate nei confronti della fascia di clienti con esigenze di copertura nazionale e, in particolare la categoria delle istituzioni finanziarie.
- "Directory Assistance" (gruppo Telegate e Prontoseat S.r.l.): i ricavi si attestano a Euro 45,0 milioni nel primo trimestre 2009, in crescita del 6,4% rispetto allo stesso periodo dell'esercizio precedente, anche per effetto del contributo di Telegate Media AG consolidata nel 2008 a partire dal 1° aprile.

- "Altre attività" (Directories Business to Business on line e altre attività nel mercato italiano): i ricavi sono a Euro 10,1 milioni in diminuzione rispetto a Euro 11,6 milioni del primo trimestre 2008 rideterminato.

Andamento del MOL

Il margine operativo lordo (MOL) si attesta a Euro 31,7 milioni nel primo trimestre 2009, in crescita del 21,7% (+ Euro 5,7 milioni) rispetto al primo trimestre 2008 rideterminato, grazie anche al calo dei costi operativi (- Euro 8,7 milioni).

Andamento dell'EBITDA

Il risultato operativo prima degli ammortamenti, degli oneri netti non ricorrenti e di ristrutturazione (EBITDA) nel primo trimestre 2009 è stato di Euro 15,8 milioni, in crescita di Euro 5,6 milioni rispetto al primo trimestre 2008 rideterminato, grazie ai risultati positivi ottenuti a livello di MOL.

Andamento del risultato operativo (EBIT)

Il risultato operativo (EBIT) è negativo per Euro 44,4 milioni nel primo trimestre 2009 (negativo per Euro 42,2 milioni nel primo trimestre 2008 rideterminato) riflettendo un incremento di Euro 4,7 milioni negli ammortamenti operativi in seguito agli elevati investimenti degli ultimi esercizi.

Risultato del periodo

Il risultato del periodo è negativo per Euro 62,4 milioni sostanzialmente in linea con il primo trimestre 2008 (negativo per Euro 65,3 milioni nel primo trimestre 2008).

Andamento del flusso di cassa operativo

Free cash flow operativo generato nel periodo a Euro 88,3 milioni, in diminuzione di Euro 35,0 milioni rispetto al primo trimestre 2008 *rideterminato*. Tale risultato riflette l'andamento del capitale circolante operativo, la cui diminuzione nel primo trimestre 2009 è stata di Euro 86,3 milioni, inferiore di Euro 39,9 milioni rispetto alla diminuzione registrata nel primo trimestre 2008 (Euro 126,2 milioni). L'andamento del capitale circolante operativo, infatti, è stato penalizzato nel primo trimestre 2009 da ritardi di fatturazione ed incassi collegati anche all'entrata in operatività di SAP. Tali ritardi sono da attribuire alla sola fase di start up della piattaforma e verranno compensati nella seconda parte dell'anno.

Andamento dell'indebitamento finanziario netto

L'indebitamento finanziario netto, di Euro 3.053,2 milioni al 31 marzo 2009 (Euro 3.082,0 milioni al 31 dicembre 2008), diminuisce nel primo trimestre 2009 di Euro 28,8 milioni, grazie alla generazione di cassa operativa, ai minori interessi pagati e nonostante i sopraccitati ritardi di fatturazione ed incassi.

PRINCIPALI SOCIETA' DEL GRUPPO SEAT PAGINE GIALLE

SEAT PG S.p.A.

I ricavi della Capogruppo SEAT Pagine Gialle S.p.A. nei primi tre mesi del 2009 si attestano a Euro 107,7 milioni, in calo del 2,5% rispetto allo stesso periodo dell'esercizio precedente, a causa soprattutto dei prodotti minori che stanno maggiormente risentendo del rallentamento dell'economia e del minor focus commerciale.

- I ricavi dell'offerta core sono stati pari a Euro 85,1 milioni, in aumento del 2,8% rispetto al primo trimestre 2008 (Euro 82,8 milioni). In particolare:
 - *Carta*: i ricavi dei prodotti cartacei si attestano nel primo trimestre 2009 a Euro 44,4 milioni, in diminuzione del 12,0% rispetto allo stesso periodo dell'esercizio precedente (Euro 50,4 milioni) e dell'8,9% rispetto al quarto trimestre del 2008. Nel primo trimestre 2009 l'impatto del deteriorato contesto economico è stato maggiormente evidente su una fascia di clientela rappresentata dagli inserzionisti alto-spendenti.
 - *Online*: i prodotti online hanno raggiunto Euro 32,4 milioni di ricavi, in aumento del 45,3% rispetto al primo trimestre 2008. L'aumento dei ricavi rispetto al primo trimestre 2008 è stato sostenuto in buona parte dall'offerta dei nuovi servizi internet, mentre l'offerta tradizionale ha fatto segnare una crescita del 10%. Positivi anche gli effetti derivanti dall'inserimento di specialisti internet a supporto della struttura commerciale esistente e dal trasferimento di alcuni agenti della forza vendita Local sulle nuove offerte internet. La Società ha investito, in particolare, per aumentare l'utilizzo dei servizi online offerti sul mercato al fine di migliorare la visibilità dei propri clienti sui principali motori di ricerca. In tale contesto si colloca l'accordo raggiunto con Google nel mese di marzo 2009 attraverso il quale SEAT S.p.A. è diventato Rivenditore Autorizzato in Italia di Google AdWords™. La nuova strategia internet sopra descritta ha portato ad un aumento di traffico su PAGINEGIALLE.it che ha consuntivato nel primo trimestre 2009 circa 36,9 milioni di visite, in aumento del 69,9% rispetto al primo trimestre 2008.
 - *Voice*: i ricavi si attestano a Euro 8,3 milioni, in calo di Euro 1,7 milioni rispetto al primo trimestre 2008. Con riferimento al servizio 89.24.24 Pronto PAGINEGIALLE®, i risultati ottenuti riflettono le strategie commerciali adottate, che hanno portato ad una graduale migrazione da un'offerta flat ad un'offerta basata sul concetto di pay-per-call. Obiettivo di questa nuova offerta variabile è quello di rispondere al meglio alle esigenze dei clienti inserzionisti, legando la proposta commerciale alla performance.
- *Business to Business*: i prodotti specializzati BtoB hanno consuntivato ricavi per Euro 2,5 milioni, in calo di Euro 1,3 milioni rispetto allo stesso periodo dell'esercizio precedente. L'andamento negativo dei ricavi è stato influenzato dal focus della forza vendita sui prodotti core e dalla revisione dell'offerta commerciale (da multimediale a solo online), in linea con i trend evidenziati dai principali mercati B2B.
- *Altri prodotti*: ricavi a Euro 19,5 milioni, in diminuzione di Euro 3,0 milioni rispetto al primo trimestre 2008.

Il MOL è a Euro 26,6 milioni nel primo trimestre del 2009, in aumento di Euro 2,3 milioni (+9,3%) rispetto allo stesso periodo del 2008 e con un'incidenza sui ricavi del 24,7% (22,1% nel primo trimestre del 2008). Il miglioramento della redditività è riconducibile, in particolare, al contenimento dei costi.

L'EBITDA, nel primo trimestre 2009, ha presentato un andamento analogo al MOL, raggiungendo Euro 12,3 milioni, in aumento di Euro 2,6 milioni (+26,8%) rispetto allo stesso periodo dell'esercizio precedente, con una redditività salita all'11,4% rispetto all'8,8% del primo trimestre 2008. Tale risultato è frutto di un'efficace controllo dei costi attraverso un programma, ancora in corso, di riduzione dei costi operativi basato su una revisione delle spese correnti e sul ridisegno dei principali processi operativi ma anche della transizione ancora in corso, in questo modo le risorse liberate potranno essere dedicate allo sviluppo del business (innovazione di prodotto, promozione delle nuove offerte e potenziamento della forza vendita).

THOMSON

I ricavi delle vendite e delle prestazioni si sono attestati nel primo trimestre 2009 a Euro 11,6 milioni (10,5 milioni di sterline). La riduzione (-27%) rispetto al primo trimestre 2008, conseguenza anche dell'andamento della sterlina rispetto all'euro, è più contenuta (-13,2%) se i dati vengono analizzati in valuta locale.

Il MOL ha registrato un saldo negativo di Euro 3,6 milioni (negativo di Euro 7,0 milioni nel primo trimestre 2008), grazie soprattutto alle efficienze perseguite.

L'EBITDA riflette lo stesso andamento osservato a livello di MOL e registra un saldo negativo di Euro 4,0 milioni nel primo trimestre 2009 (- Euro 7,6 milioni nel primo trimestre 2008).

TELEGATE

Nel primo trimestre 2009 i ricavi si attestano a Euro 42,3 milioni, in aumento del 6,5% rispetto allo stesso periodo dell'esercizio 2008, anche per effetto del contributo apportato da Telegate media AG, consolidata nel 2008 a partire dal 1° aprile.

In tutti i paesi, in cui il gruppo Telegate opera, è proseguito il processo di contrazione del mercato dei servizi di assistenza telefonica causato, oltre che dall'attuale crisi economica, anche dai minori investimenti in pubblicità da parte dei clienti e che ha comportato un consistente declino del numero di chiamate. Per fronteggiare la contrazione del mercato, il gruppo tedesco ha avviato un progetto di analisi della propria struttura di costo, al fine di realizzare maggiori efficienze interne, che manifesterà i suoi effetti nei prossimi mesi.

Il MOL si è attestato a Euro 10,7 milioni, in crescita di Euro 1,1 milioni rispetto al primo trimestre 2008. Tale risultato riflette da un lato minori spese pubblicitarie e, dall'altro, un aumento nel costo del lavoro, principalmente per effetto dell'ingresso nell'area di consolidamento di Telegate Media AG.

L'EBITDA è stato pari a Euro 9,8 milioni nel primo trimestre 2009, in crescita del 6,5% rispetto allo stesso periodo dell'esercizio precedente e riflette le stesse dinamiche del MOL.

EUROPAGES

I ricavi, nel primo trimestre 2009, hanno raggiunto Euro 2,7 milioni con un incremento di circa Euro 0,5 milioni rispetto al primo trimestre 2008, grazie soprattutto ai maggiori ricavi realizzati in Italia. Molto positivi gli indicatori di traffico sul portale: il numero di visitatori unici nel primo trimestre 2009 è salito a 10,4 milioni (3,8 milioni nel primo trimestre 2008).

L'EBITDA del primo trimestre 2009, negativo per Euro 1,2 milioni, è risultato in miglioramento di Euro 0,7 milioni rispetto al primo trimestre 2008 grazie all'incremento dei ricavi e alle efficienze raggiunte in termini di costi operativi.

CONSODATA

I ricavi sono pari a Euro 3,8 milioni nel primo trimestre 2009, in diminuzione di Euro 1,9 milioni rispetto allo stesso periodo del 2008, principalmente per effetto del calo nelle vendite delle pubblicazioni a tema e dei prodotti di direct marketing.

Il MOL, influenzato dalla riduzione dei ricavi, è negativo per Euro 0,3 milioni (positivo per Euro 1,0 milioni nel primo trimestre 2008) in quanto la presenza di elevati costi di struttura ha limitato la possibilità di contenere i costi operativi.

EVOLUZIONE DELLA GESTIONE

Nel 2009 SEAT Pagine Gialle S.p.A. continuerà a investire in nuove iniziative volte a rafforzare il core business in Italia e a garantire un profilo di crescita sostenibile per i prossimi anni, cercando di contenere gli impatti sull'EBITDA derivanti dalla pressione sui ricavi, in una fase di congiuntura economica negativa, e dai costi per lo sviluppo del business, attraverso azioni strutturali di riduzione dei costi operativi.

In Italia la dinamica dei ricavi potrebbe risentire dell'andamento negativo dello scenario macroeconomico dopo il recente abbassamento delle stime di crescita del PIL per il 2009 e la previsione di una parziale ripresa solo nel 2010. In particolare, ferma restando la conferma di una sostanziale difesa del business core (carta, internet e telefono), l'impatto della recessione economica e il maggior focus commerciale sui prodotti core avranno effetti più marcati sui prodotti minori (inclusivi anche dei ricavi da traffico legati ai servizi telefonici di directory assistance). La dinamica dell'EBITDA, invece, sarà difesa da una più efficace gestione dei costi, attraverso un programma di riduzione dei costi operativi basato su una revisione delle spese correnti e sul ridisegno dei principali processi operativi. Tale ridisegno, avviato nel corso del 2009, sta poggiando sulla nuova piattaforma SAP e sulle opportunità di semplificazione delle modalità di lavoro rese possibili dal sempre maggiore peso dei clienti internet, che consentirà di superare alcuni dei vincoli storicamente imposti dalla gestione di un business in prevalenza cartaceo. Le risorse liberate attraverso gli interventi di riduzione dei costi saranno dedicate al rafforzamento del business e, in particolare, all'innovazione di prodotto, alla promozione delle nuove offerte e all'ampliamento, alla formazione e all'incentivazione della forza vendita, e consentiranno di mantenere una elevata marginalità operativa in un contesto di ricavi in calo.

All'estero, ferma restando la natura "non core" delle attività, la Capogruppo continuerà, nell'ambito della realizzazione dei business plan delle diverse partecipate, a garantire un presidio sempre più stretto e sistematico delle singole società con l'obiettivo di preservarne il valore, anche attraverso una maggiore attenzione nel contenimento dei costi.

Permane un margine di incertezza sui ricavi dovuto al fatto che gli effetti della recente revisione al ribasso delle previsioni sul PIL italiano sui risultati della seconda parte dell'anno non sono ancora pienamente prevedibili.

Nonostante la difficile situazione di mercato per i media, nei primi mesi dell'anno Seat ha dimostrato maggiore solidità rispetto ai competitors per il forte posizionamento su internet, la cui crescita è prevista rimanere elevata grazie all'innovazione di prodotto e alla migrazione dalla carta all'on line.

Complessivamente le dinamiche finanziarie e di business della prima parte dell'anno, che tengono conto di un rallentamento del fatturato nel secondo trimestre, sono coerenti con le indicazioni fornite circa l'andamento dell'EBITDA di Gruppo e la riduzione dell'INDEBITAMENTO FINANZIARIO NETTO anche se la piena valutazione dell'impatto del peggioramento dello scenario economico nella seconda parte dell'anno non può essere ancora valutata completamente.

A seguito della integrale sottoscrizione dell'aumento di capitale riguardante la Società, si comunica che la Società ha provveduto al rimborso anticipato di Euro 100 milioni sulla tranche A del finanziamento senior in essere con Royal Bank of Scotland – branch di Milano.

Con tale rimborso, entrano in vigore i nuovi livelli di covenants finanziari, che sono stati concordati con l'Istituto finanziario lo scorso mese di dicembre nell'ambito delle iniziative intraprese dalla Società, per rafforzare la propria struttura patrimoniale e realizzare, con la necessaria flessibilità, gli obiettivi previsti dal piano industriale 2009- 2011.

Il suddetto rimborso di Euro 100 milioni ridurrà, proporzionalmente, le rate di finanziamento previste in scadenza tra dicembre 2009 e dicembre 2011.

Sulla base della positiva situazione di cassa, la Società ha altresì provveduto a rimborsare anticipatamente anche la quota residua di Euro 60 milioni a valere sulla rata di Euro 110 milioni, scadente a giugno 2009, già oggetto di rimborso anticipato per Euro 50 milioni lo scorso gennaio.

Il Dirigente preposto alla redazione dei documenti contabili societari, Dott. Massimo Cristofori, dichiara, ai sensi del comma 2 dell'art. 154-bis del Testo Unico della Finanza, che l'informativa contabile contenuta nel presente comunicato corrisponde alle risultanze documentali, ai libri e alle scritture contabili.

Disclaimer

Questo comunicato stampa contiene dichiarazioni previsionali ("forward-looking statement"), in particolare nella sezione "Evoluzione prevedibile della gestione", relative a: piani di investimento, performance gestionali future, obiettivi di crescita in termini di ricavi e di risultati, globali e per aree di business, posizione finanziaria

netta ed altri aspetti delle attività del Gruppo. I forward-looking statement hanno per loro natura una componente di rischio e di incertezza perché dipendono dal verificarsi di eventi e sviluppi futuri. I risultati effettivi potranno differire in misura anche significativa rispetto a quelli annunciati in relazione ad una molteplicità di fattori

I risultati conseguiti dal Gruppo nei primi tre mesi del 2009 verranno illustrati dall'Amministratore Delegato Alberto Cappellini durante la conference call che si terrà sempre oggi, martedì 12 maggio, alle ore 15.00.

Comunicazione Seat Pagine Gialle
Tel. +39.011.435.3030 – fax +39.011.435.3040
Comunicazione.stampa@seat.it

Investor Relations Seat Pagine Gialle: +39.011.435.2600
Investor.relations@seat.it

Affari Legali e Societari Seat Pagine Gialle S.p.A.
ufficio.societario@seat.it

Barabino & Partners: Tel.+39 02 72.02.35.35 - Mob +39 331. 57.45.171
Federico Vercellino – f.vercellino@barabino.it