

# Risultati primi 9 mesi 2009

Alberto Cappellini - *AD*  
Massimo Cristofori - *CFO*  
Stefano Canu - *IR Manager*

Milano, 13 novembre 2009

## Safe Harbour

La presentazione contiene dichiarazioni aventi carattere di previsione, in ottemperanza alle disposizioni del Private Securities Litigation Reform Act del 1995. Tali dichiarazioni previsionali sono presenti in diversi punti della presentazione e includono dichiarazioni di intento, valutazioni o aspettative attuali in relazione alla base clienti, stime relative alla crescita futura delle attività a livello globale e delle diverse aree di business, quote di mercato, risultati finanziari e altri aspetti delle attività, nonché situazioni relative alla Società. Tali dichiarazioni previsionali non costituiscono una garanzia della performance futura e sono soggette a rischi e incertezze. Molteplici fattori potrebbero portare a risultati significativamente difforni da quelli indicati in questa sede. Si avvisano gli analisti di non fare totale affidamento sui contenuti delle dichiarazioni previsionali che hanno valore solo alla data in cui sono espresse. SEAT Pagine Gialle Spa non si assume l'obbligo di comunicare i risultati di eventuali revisioni delle presenti dichiarazioni previsionali, svolte al fine di riflettere eventi e circostanze future, incluse, a titolo esemplificativo e non esaustivo, variazioni nell'attività di SEAT Pagine Gialle Spa ovvero strategie di acquisizione o in seguito a eventi inaspettati.

"Le presenti diapositive non costituiscono un'offerta di titoli a soggetti residenti negli Stati Uniti. Inoltre, le obbligazioni al tasso dell'8% di Lighthouse International Company S.A. non possono essere offerte o vendute negli Stati Uniti in assenza di registrazione o di esenzione dall'obbligo di registrazione. Eventuali offerte pubbliche di titoli negli Stati Uniti verranno presentate attraverso un Prospetto Informativo che potrà essere richiesto all'emittente ovvero al detentore dei titoli in vendita e che contenga informazioni dettagliate relative all'emittente, ai bilanci e al management.

In relazione all'offerta di obbligazioni al tasso dell'8% da parte di Lighthouse International Company S.A., Credit Suisse First Boston (Europe) Limited, o chi per essa, per un periodo limitato in seguito alla data di emissione, potrà attuare una sovra-collocazione o effettuare transazioni volte a sostenere il prezzo di mercato di tali obbligazioni a un livello superiore di quello che altrimenti si otterrebbe. Tuttavia per Credit Suisse First Boston (Europe) Limited, o chi per essa, non sussiste alcun obbligo ad agire in questo senso. Un'azione di stabilizzazione di questo tipo, se dovesse essere intrapresa, potrebbe comunque essere sospesa in qualunque momento e dovrà essere terminata entro un periodo di tempo limitato."

### Principi Contabili

Il Gruppo SEAT Pagine Gialle Group e Seat Pagine Gialle S.p.A. hanno adottato i principi contabili IAS/IFRS con effetto dal 1 gennaio 2005. Tali principi sono coerenti con i principi IAS/IFRS seguiti in sede di redazione dei bilanci di esercizio annuale e intermedi per il 2009.

I dati contabili esposti nelle presenti diapositive sono tratti dalla Relazione dei primi 9 mesi del 2009, da depositarsi ai sensi di legge. Il Dirigente preposto alla redazione dei documenti contabili societari, Dott. Massimo Cristofori, CFO, dichiara, ai sensi dell'art. 154-bis comma 2 del Testo Unico della Finanza (D.Lgs. 58/98), che l'informativa contabile contenuta nella presente presentazione corrisponde alle risultanze documentali, ai libri ed alle scritture contabili della Società.

# Punti chiave primi 9 mesi 2009

## Core business in Italia

- Nonostante una situazione economica difficile, i ricavi dell'offerta core di Seat sono più stabili rispetto agli altri media, grazie ai positivi risultati delle attività internet che hanno performato meglio del mercato
- La marginalità operativa di Seat beneficia dell'azione di contenimento costi

## Attività internazionali

- Ricavi 9M'09 influenzati prevalentemente dalle performance di Thomson, nell'ambito di un deterioramento "senza precedenti" del mercato dell'advertising in UK
- Ebitda 9M'09 di Telegate in linea con le indicazioni di fine anno riviste al rialzo (~34 ÷ 37 €m)
- Vendita di 118 000 SAS (controllata francese di Telegate) e valutazione in corso della migliore strategia d'uscita da Katalog (joint venture turca) in coerenza con il focus sul business italiano e con la revisione strategica degli asset internazionali
- Nuovo AD in Thomson da novembre '09

## Risultati del gruppo

- Marginalità del Gruppo stabile (~43%), nonostante la pressione sui ricavi in tutti i paesi determinata dallo scenario economico, grazie ad attività di contenimento costi che è stato implementato più velocemente del previsto
- La diminuzione dell'indebitamento finanziario netto (292 €m), è in linea con le previsioni grazie ai minori oneri finanziari e ai proventi derivanti dall'aumento di capitale
- Nei 9M'09 mantenimento di un headroom superiore al 20% circa sul covenant debito netto/EBITDA

# INDICE

Risultati del Gruppo

5

Andamento del core business in Italia

Principali obiettivi e azioni strategiche in Italia

Andamento dei business internazionali

Outlook 2009 e andamenti commerciali

Appendice

# Tenuta dei margini di Gruppo grazie all'efficace controllo dei costi, nonostante ricavi sotto pressione in un difficile contesto economico

## CONTO ECONOMICO DEL GRUPPO SEAT

<i>euro milioni</i>	Revenues			Ebitda		
	9M 2008 rettificato <sup>(1)</sup>	9M 2009	Variaz.	9M 2008 rettificato <sup>(1)</sup>	9M 2009	Variaz.
Attività italiane	777,6	702,2	(9,7)%	363,6	330,5	(9,1)%
Seat S.p.A	739,3	669,9	(9,4)%	360,9	331,3	(8,2)%
Altre attività italiane <sup>(2)</sup>	38,3	32,3	(15,7)%	2,7	(0,8)	n.s.
Attività internazionali	213,7	185,9	(13,0)%	43,7	34,1	(22,0)%
Thomson	77,0	54,6	(29,1)%	7,6	5,8	(23,7)%
Telegate	121,9	117,2	(3,9)%	37,8	28,5	(24,6)%
Europages	14,8	14,1	(4,7)%	(1,7)	(0,2)	88,2%
Elisioni, rettifiche e altro	(42,4)	(35,0)	n.s.	(0,1)	0,0	n.s.
<b>Totale</b>	<b>949,0</b>	<b>853,0</b>	<b>(10,1)%</b>	<b>407,2</b>	<b>364,6</b>	<b>(10,5)%</b>
<i>Ebitda margin</i>				42,9%	42,7%	(0,2)%

In Italia performance dei ricavi core (-6,9% like for like) migliore rispetto al totale ricavi, grazie alla forte crescita delle attività internet

Ricavi di TDL in calo (-20,9% in Gbp) nell'ambito di un deterioramento "senza precedenti" del mercato dell'advertising in UK

Nei 9M'09 Ebitda di Telegate in linea con il target di fine anno (9M'08 includono proventi di +5,5 €m incassati al termine di uno dei giudizi pendenti con Deutsche Telekom)

Margini di gruppo stabili nonostante la pressione economica, grazie ad un programma di contenimento costi più veloce del previsto

(1) Netto di WLW ceduta il 23 dicembre 2008, Calls You Control chiuso nell'H2'08 e 118 000 SAS (controllata francese di Telegate) venduta il 3 Novembre 2009

(2) Include Consodata, Prontoseat e Cipi

# Deleverage in linea con le previsioni grazie ai minori oneri finanziari e ai proventi derivanti dall'aumento di capitale

## FREE CASH FLOW OPERATIVO DEL GRUPPO SEAT E DELEVERAGE

<i>euro milioni</i>	9M 2008	9M 2009	Variaz.	
	<i>rettificato</i>		mln	%
Ebitda	407,2	364,6	(42,6)	(10,5)%
Diminuzione (aumento) capitale circolante operativo	39,5	7,8	(31,7)	(80,3)%
Diminuzione (aumento) passività non correnti operative e altri	(4,4)	(9,2)	4,8	n.s.
Investimenti industriali	(32,5)	(34,9)	2,4	7,4%
Free Cash Flow operativo	409,7	328,3	(81,4)	(19,9)%
Interessi finanziari netti pagati	(170,2)	(130,7)	(39,5)	(23,2)%
Imposte pagate	(29,2)	(68,5)	39,4	n.s.
Proventi netti dell'aumento di capitale	0	193,5	193,5	n.s.
Oneri non ricorrenti e di ristrutturazione	(13,3)	(16,9)	3,7	27,7%
Altri	(28,0)	(8,3)	(19,7)	(70,4)%
Deleverage	169,1	297,3	128,2	75,8%
	FY 2008	9M 2009	Variaz.	
			mln	
Indebitamento finanziario netto	3.082,0	2.784,7	(297,3)	

Headroom sul covenant ~20% nei 9M'09

Capitale circolante operativo influenzato da un ritardo nel recupero crediti nel Q1'09 e da termini di pagamento dei clienti più lunghi per la crisi economica. Nel FY'09 è atteso un limitato peggioramento vs.2008 (-12 €m)

Minori interessi pagati grazie alla riduzione dell'Euribor

Imposte pagate in rialzo visto il termine dei benefici fiscali legati al Customer DB (come previsto)

Oneri di ristrutturazione dei 9M'09 legati in particolare al piano di riduzione costi a livello di Gruppo

Altri: l'H1'08 include i costi per l'acquisizione di KlickTel

Deleverage significativo grazie ai proventi all'aumento di capitale

# INDICE

Risultati del Gruppo

Andamento del core business in Italia

8

Principali obiettivi e azioni strategiche in Italia

Andamento dei business internazionali

Outlook 2009 e andamenti commerciali

Appendice

Nonostante una situazione economica difficile, i ricavi dell'offerta core di Seat sono più stabili rispetto agli altri media, visto il successo delle attività internet sul mercato

PREVISIONI PER IL MERCATO ITALIANO E DELL'ADVERTISING

PIL Reale<sup>(1)</sup>

Crescita % YoY

(5,1)%

Fcst' 09

Mercato dell'advertising in Italia<sup>(2)</sup>

Crescita % YoY

(28,8)%

(26,0)%

(23,6)%

(14,0)%

(13,2)%

(16,0)%

(6,9)%

5,2%

30,1%

Periodici

Affissioni

Stampa

Radio

TV

Totale  
pubblicità

Seat  
offerta  
core<sup>(3)</sup>

Internet

Seat  
offerta  
internet

L'outlook 2009 sull'economia italiana prevede un difficile scenario

- Advertising in Italia in ribasso del 16,0% YoY tra gennaio e settembre 2009, con Internet unico media in crescita
- Ricavi dell'offerta core di Seat hanno mostrato maggiore stabilità vs. gli altri media, grazie ad una elevata crescita delle attività internet (>3x mercato)

(1) Fonte: FMI (2) Fonte: Nielsen gen-set. '09 (3) Dati gen-set. '09 (carta, web e voce)

# Ricavi offerta core migliori rispetto a tutta la top line grazie ad una significativa crescita delle attività internet

## SEAT S.p.A. - ANALISI DEI RICAVI

<i>euro milioni</i>	9M 2008	9M 2009	Variaz.	
<b>Revenues</b>	<i>like for like</i> <sup>(4)</sup>		mln	%
<b>Core Business</b>	647,1	602,1	(44,9)	(6,9)%
-YP/WP	528,7	458,9	(69,9)	(13,2)%
-Raccolta pubblicitaria su online	87,1	113,3	26,2	30,1%
-Raccolta pubblicitaria su telefono <sup>(1)</sup>	31,2	30,0	(1,2)	(3,9)%
<b>B2B<sup>(2)</sup></b>	14,7	2,5	(12,2)	(82,7)%
<b>Altri<sup>(3)</sup></b>	74,5	65,2	(9,4)	(12,5)%
<b>Totale</b>	<b>736,3</b>	<b>669,9</b>	<b>(66,4)</b>	<b>(9,0)%</b>
<b>Mix ricavi (% ricavi core)</b>	<b>9M 2008</b>	<b>9M 2009</b>	<b>Variaz.</b>	
-YP/WP	81,7%	76,2%	(5,5)%	
-Online advertising	13,5%	18,8%	5,3%	
-Voice advertising	4,8%	5,0%	0,2%	

Ricavi dell'offerta core sostenuti dalla forte crescita delle attività internet, che non compensano però il calo dei prodotti cartacei

Prodotti TIER 2 maggiormente influenzati dall'economia e dal focus della rete di vendita sui ricavi core

Prodotti B2B: eliminazione dei prodotti cartacei meno attrattivi (PG Professional, 7,3 €m nei 9M'08) e integrazione dell'Annuario Kompass in Consodata da aprile '09 (ricavi per 2,7 €m nel Q2-Q3'08)

L'evoluzione del mix dei ricavi (carta vs. internet) procede più velocemente di quanto pianificato (76/19 nei 9M'09 vs. 82/14 nei 9M'08)

(1) Ricavi pubblicitari Pronto Pagine Gialle e 12.40

(2) Annuario Seat e Kompass nel Q1'09 (carta e internet)

(3) Ricavi traffico e altri ricavi Giallo Promo, Giallo Dat@, Pronto Pagine Gialle e 12.40

(4) Like for like al netto della pubblicazione degli elenchi di L'Aquila rinviata dal Q3 al Q4 (2,967 €m in Q3'08)

# Continua crescita delle attività internet nel Q3'09 (+13,3%) vs. un importante Q3'08 (+27,3%) che ha beneficiato dell'innovazione di prodotto

SEAT S.p.A. - RICAVI PRODOTTI CARTACEI E INTERNET PER TRIMESTRE

Like for like

<i>euro milioni</i>		Carta		Online		Carta & Online	
		Trimestri	mln	YonY var.	mln	YonY var.	mln
2009	Q1	44,4	(12,0)%	32,4	45,3%	76,8	5,6%
	Q2	201,7	(15,2)%	42,6	37,3%	244,3	(9,1)%
	H1	246,0	(14,6)%	75,0	40,6%	321,1	(6,0)%
	Q3	212,8	(11,5)%	38,2	13,3%	251,1	(8,4)%
	9M	458,9	(13,2)%	113,3	30,1%	572,1	(7,1)%

Miglioramento del Q3 vs. Q2 grazie ad una maggiore presenza di città di piccole e medie dimensioni dove le PB hanno una maggiore incidenza vs. le PG (come nel Q1)

Nel Q3'09 rallentamento rispetto alla crescita dell' H1 '09 a causa della differente strategia commerciale YonY, poiché l'H1'08 non include le innovazioni che hanno influenzato positivamente il Q3'08 (+ 27,3%) e il 4Q'08 (+ 27,7%)

Ulteriore accelerazione dello shift dei ricavi ad un approccio multimediale

# Crescita del 45% nel numero di visite su PG online nei 9M'09, che ha permesso a Seat di raggiungere un livello di audience più elevato su scala annuale

SEAT S.p.A. - USO PG ONLINE

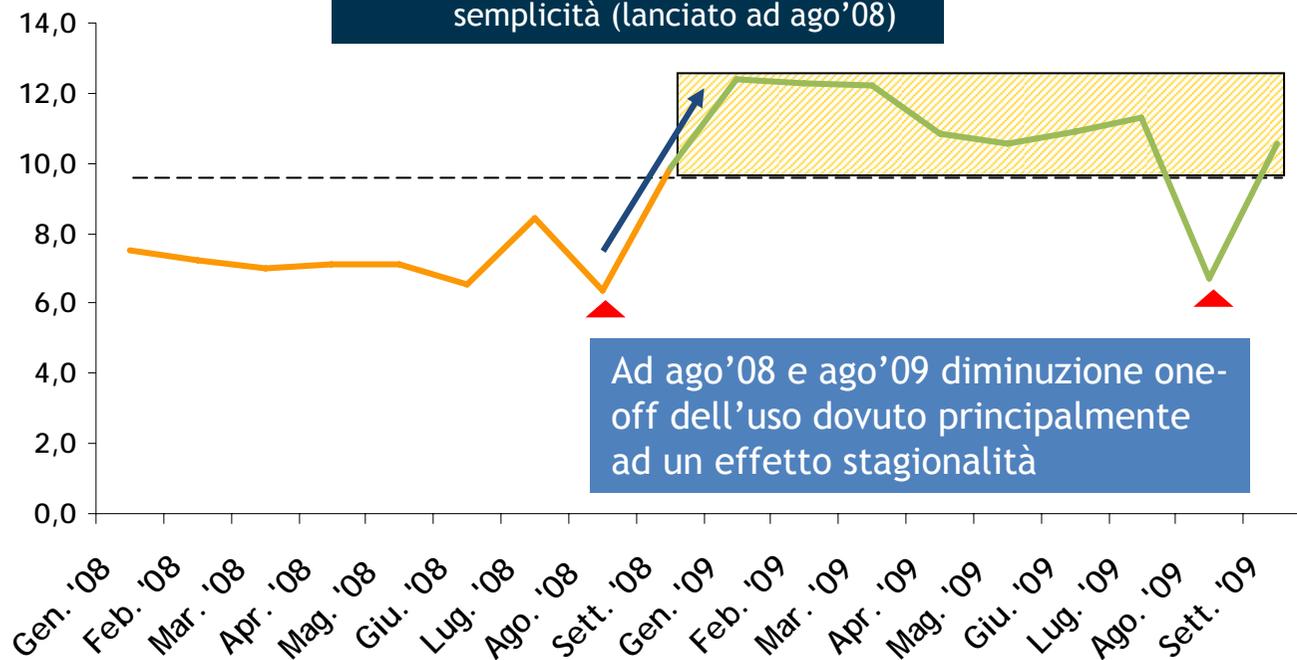
Visite mensili (milioni): 9M'09 vs. 9M'08

## Metriche chiave 9M'09<sup>(1)</sup>

- N# di visitatori: 97,7 m (+45,4% YoY)
- Contributo al traffico dalle attività SEO ~ 1/3 delle visite totali
- Visite medie mensili (su tutti i siti di proprietà di Seat): 27 m

Da set.'08 crescita importante dell'uso che fa leva su:

- Nuova strategia SEO
- Nuovo sito PG.it basato sulla semplicità (lanciato ad ago'08)



Ad ago'08 e ago'09 diminuzione one-off dell'uso dovuto principalmente ad un effetto stagionalità

Complessivamente ad oggi raggiungimento di un audience maggiore su base annua

Nuova campagna pubblicitaria da dicembre '09

(1) Fonte: NielsenNetRatings

# Nei 9M'09 minori costi industriali, generali e del lavoro grazie al di contenimento dei costi, con uno shift verso lo sviluppo del business

## SEAT S.p.A. - ANALISI DEI COSTI

<i>euro milioni</i>	9M'08	9M'09	Variaz.	
	<i>like for like</i> <sup>(1)</sup>		mln	%
<b>Ricavi</b>	736,3	669,9	(66,4)	(9,0)%
<b>Costi industriali</b>	(112,6)	(94,1)	(18,6)	(16,5)%
<i>% ricavi</i>	15,3%	14,0%		(1,3)%
<b>Costi generali e del lavoro</b>	(119,1)	(112,5)	(6,6)	(5,6)%
<i>% ricavi</i>	16,2%	16,8%		0,6%
<b>Costi commerciali</b>	(90,3)	(83,7)	(6,7)	(7,4)%
<i>% ricavi</i>	12,3%	12,5%		0,2%
<b>Costi di pubblicità</b>	(18,5)	(14,0)	(4,5)	(24,4)%
<i>% ricavi</i>	2,5%	2,1%		(0,4)%
<b>Totale costi</b>	(340,6)	(304,2)	(36,4)	(10,7)%
<i>% ricavi</i>	46,3%	45,4%		(0,9)%
<b>Margine operativo lordo</b>	395,7	365,6	(30,1)	(7,6)%
<i>% ricavi</i>	53,7%	54,6%		0,9%
Stanziam. netti rettif. e a fondi per rischi ed oneri	(37,2)	(34,4)	(2,9)	(7,7)%
<b>EBITDA</b>	358,5	331,3	(27,2)	(7,6)%
<i>% ricavi</i>	48,7%	49,5%		0,8%

(1) Like for like al netto dei ricavi e costi diretti della pubblicazione degli elenchi di L'Aquila rinviata dal Q3 al Q4 (rispettivamente 3,0 €m e 0,6 €m nel Q3'08)

Costi industriali in ribasso in quanto la riduzione dei ricavi ha interessato maggiormente i prodotti a bassa marginalità (ad es. direct marketing, oggettistica promozionale)

Nel Q3 costi generali e del lavoro influenzati positivamente dall'attività di contenimento costi (5 €m in meno rispetto all'H1'09)

Costi commerciali in crescita (in % dei ricavi) a fronte degli investimenti sulla rete di vendita (es. venditori al telefono)

Nei 9M'09 remix delle spese pubblicitarie vs. l'anno scorso, con un focus sulla campagna WEB Agency (+ -2 €m) e ottimizzazione del mix dei media sulla piattaforma voce

In % dei ricavi YonY, riduzione dei fondi per rischi, grazie alla diminuzione delle pratiche errore, con gli accantonamenti al f.do svalutazione crediti (ancora più alti del livello '07) per affrontare l'economia

Marginalità protetta da un elevato focus sul contenimento costi, nonostante i ricavi sotto pressione

# INDICE

Risultati del Gruppo

Andamento del core business in Italia

Principali obiettivi e azioni strategiche in Italia

14

Andamento dei business internazionali

Outlook 2009 e andamenti commerciali

Appendice

# Priorità strategiche in Italia: obiettivi / iniziative intraprese e annunciate lo scorso agosto in corso di realizzazione

SEAT S.p.A. - STRATEGIA

Obiettivi	Strategia	Attività chiave / Iniziative	
<p>Accelerare il passaggio al multimediale</p> <p>Migliorare il trend della base clienti</p>	<p>Nuovo approccio alle vendite e strategia commerciale</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Lancio di pacchetti multimediali e iniziative “prova e compra” per promuovere il multimediale e aumentare la rilevanza del database dei clienti di Seat</li> <li>• Investimenti nel rafforzamento/sviluppo delle competenze della forza vendita</li> <li>• Utilizzo di un nuovo approccio alla vendita per passare da un network focalizzato sulla “vendita di pubblicità” a uno incentrato sulla “vendita di contatti/contenuti multimediali”</li> <li>• Aumento del supporto alle vendite (es. strumenti IT, specialisti di prodotto, clienti potenziali, segmentazione del mercato e della base clienti)</li> </ul>	<p>✓</p> <p>✓</p>
	<p>Innovazione di prodotto</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Continua innovazione dei prodotti online per rafforzare la “value proposition” delle “directories online” attraverso l’aggiunta di contenuti e strumenti per aumentare la visibilità degli inserzionisti sul web (“Web Agency Model”)</li> <li>• Semplificazione dei prodotti cartacei</li> <li>• Aumento degli investimenti pubblicitari per supportare la brand awareness e l’utilizzo dei prodotti</li> </ul>	
<p>Mantenere alti i margini / Ebitda</p>	<p>Riduzione dei costi</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Accelerazione e ulteriore miglioramento del piano di riduzione dei costi per finanziare le iniziative di sviluppo del business (es. forza vendita, sviluppo prodotti, strategia commerciale e brand awareness)</li> </ul>	<p>✓</p>

# Da settembre, lancio di pacchetti multimediali per promuovere la strategia multimediale e aumentare l'acquisizione di nuovi clienti

SEAT S.p.A. - NUOVE OFFERTE COMMERCIALI

## ESEMPIO

SPAZI PUBBLICITARI SUL CARTACEO (PG o PB)

**Natale inizia a settembre ...**  
*Con l'offerta Felice Natale..*

OPPURE

VECCIA EUROPA  
Pizzeria - Ristorante  
10107 20120 - Via Garza, 154  
02 4911 232-2000  
www.vecciaeuropa.it

LOGO +WEB

Stylodomus  
ELETTRODOMESTICI INCASSO  
Tel. et. Email: 019 2 301 090  
www.stylodomus.com  
chiamagratia su www.paginebianche.it

PAGINE GIALLE.it  
v.pagina SITE

PAGINE GIALLE.it

SITO PERSONALIZZATO

SCHEDA AZIENDA BASE

CORSO TESTO EXTRA 3X5

**999€**  
+ prezzi BLOCCATI PER 2 ANNI !

... ti fai scegliere e trovare su carta e web a soli...

SITO PERSONALIZZATO

SCHEDA AZIENDA BASE

## Descrizione del prodotto

- Pacchetti multimediali definiti sulla capacità di spesa dei clienti e sui segmenti business (B2B, B2C)
- Lancio di 5 pacchetti con un implicito ribilanciamento dei prezzi:

499€

699€

999€

1,999€

3,999€

- Contratto di 2 anni (prezzi bloccati)

## Strategia commerciale supportata dalla campagna di pubblicità locale

- Fine-tuning della strategia commerciale entro la fine dell'anno
- Focus sulla rete vendita nell'acquisizione di nuovi clienti multimediali e miglioramento della gestione dei clienti alto spendenti già esistenti
- Una volta acquisito il cliente, possibilità di vendita in incremento dei prodotti online principalmente attraverso i venditori al telefono

Per passare da un network focalizzato sulla “vendita di pubblicità” a uno incentrato sulla “vendita di contatti/contenuti multimediali” Seat sta investendo per migliorare le abilità e l’organizzazione della forza vendita

SEAT S.p.A. - FORZA VENDITA

	Fine 2008	Ott. '09	Variaz.
<b>Vendite PMI</b>	1.395	1.390	(5)
- Esistenti	1.187	1.192	5
- Hunters	208	198	(10)
<b>Vendite local</b>	648	764	116
- Field	228	204	(24)
- Telesales	420	560	140
<b>Totale</b>	<b>2.043</b>	<b>2.154</b>	<b>111</b>

**Iniziative chiave per la forza vendita**

- Forza vendita + 5,4%
- Crescita dei venditori al telefono per migliorare l’acquisizione di nuovi clienti (nuova offerta da 499€) e favorire ulteriori vendite ai clienti basso-spendenti
- Rete vendita di agenti delle PMI e local focalizzati sull’offerta di nuovi pacchetti multimediali basati sulla segmentazione dei clienti (range da 499€ - 3,999€) per favorire l’acquisizione di nuovi clienti

**Nuovo approccio alle vendite online**



Processo di accreditamento di 180 zone managers a “web agency”, che porterà ad un network di Web Points in grado di sviluppare strategie di web marketing per le PMI

**Nuove iniziative nelle grandi città**



- Organizzazione della forza vendita per segmenti di clienti (basso spendenti / nuovi vs. alto-spendenti) con un diverso focus, obiettivi e profilo di carriera
- Miglioramento dell’efficacia degli agenti di vendita attraverso:
  - Introduzione di consulenti Web
  - Miglioramento del supporto agli uffici locali di vendita per le attività amministrative
- Maggiore attenzione ai nuovi agenti assunti (Field/Hunter locali) migliorando le attività di coaching/training con risorse dedicate

# INDICE

Risultati del Gruppo

Andamento del core business in Italia

Principali obiettivi e azioni strategiche in Italia

Andamento dei business internazionali

18

Outlook 2009 e andamenti commerciali

Appendice

# Ricavi 9M'09 delle partecipate straniere in linea con le attese e influenzati dalla performance di Thomson

## GRUPPO SEAT - CONTO ECONOMICO DELLE ATTIVITÀ INTERNAZIONALI

Nuovo AD in TDL da novembre '09

	Ricavi			Ebitda		
	9M 2008 rettificato	9M 2009	Variaz.	9M 2008 rettificato	9M 2009	Variaz.
<i>euro milioni</i>						
<b>Attività internazionali</b>	213,7	185,9	(13,0)%	43,7	34,1	(22,0)%
<b>Thomson</b>	77,0	54,6	(29,1)%	7,6	5,8	(23,7)%
<b>Telegate</b>	121,9	117,2	(3,9)%	37,8	28,5	(24,6)%
<b>Europages</b>	14,8	14,1	(4,7)%	(1,7)	(0,2)	88,2%
<i>GBP million</i>						
<b>Thomson</b>	61,2	48,4	(20,9)%	6,0	5,2	(13,3)%

*Nomina in Thomson di un nuovo AD per far leva sul posizionamento locale dell'azienda, attraverso il trasferimento di abilità e competenze già esistenti all'interno del Gruppo sullo sviluppo dei prodotti online, sull'organizzazione e sugli strumenti della forza vendita e sul contenimento dei costi*

### Thomson

- Ricavi in ribasso per la crisi economica, con i prodotti cartacei ancora in calo e le attività internet più resilienti alla recessione grazie ad un'offerta più solida (servizio di web agency per le PMI)
- Ebitda in calo (in Gbp) sostenuto dal taglio costi (-22% YonY), ma il trend del FY atteso ancora sotto pressione

### Telegate

- Ricavi da pubblicità (19% del totale) +12% like for like
- Ebitda: i 9M'09 includono i 5,5 €m incassati al termine di uno dei giudizi pendenti con DT
- Guidance per l'anno '09 sull'Ebitda (ora ~34 ÷ 37 €m) (al netto della cessione degli assets)

### Europages

- Marginalità protetta da un elevato focus sul contenimento dei costi, nonostante i ricavi in calo

# INDICE

Risultati del Gruppo

Andamento del core business in Italia

Principali obiettivi e azioni strategiche in Italia

Andamento dei business internazionali

Outlook 2009 e andamenti commerciali

20

Appendice

# Outlook 2009 e andamenti commerciali

## GRUPPO SEAT: OUTLOOK 2009 E ANDAMENTI COMMERCIALI

### Outlook per il 2009

- I risultati dei primi 9 mesi 2009 e gli andamenti commerciali sono in linea con le guidances fornite ad agosto, e quindi nonostante la difficile situazione economica, Seat conferma:
  - Ricavi in Italia attesi in ribasso dell' 8 ÷ 10% (ma con i ricavi dell'offerta core attesi performare meglio), con le attività internet in crescita del 20 ÷ 25% (più del doppio della crescita del mercato prevista a +10,5%)
  - Ebitda del Gruppo tra 520 ÷ 540 €m, nonostante i ricavi sotto pressione in tutti i paesi in cui è presente, grazie ad un risparmio sui costi di più di 40 €m a livello di Gruppo, di cui più di 20 €m in Italia
  - Posizione finanziaria netta intorno ai 2,750 €m (in linea con il piano) grazie a minori oneri finanziari e investimenti industriali

### Andamenti commerciali

In Italia i risultati di Seat per l'H1'10 saranno influenzati negativamente dal ritardo nell'impatto della ripresa dell'economia:

- Crescita delle attività internet attesa continuare a performare meglio del mercato, ma gli ordini acquisiti sui prodotti cartacei nelle grandi città non stanno mostrando segni di miglioramento nel tasso di decrescita anno su anno
  - Un potenziale effetto positivo del miglioramento dell'economia potrebbe essere visibili soltanto dall'H2'10, che beneficerà anche di nuove iniziative (es. pacchetti multimediali, nuova organizzazione della forza vendita)
- L'azienda fornirà le prime previsioni del 2010 e le guidelines a medio termine non appena ci sarà visibilità degli effetti delle azioni strategiche intraprese e di segnali più evidenti di una attesa ripresa economica

# Q & A

# INDICE

Risultati del Gruppo

Andamento del core business in Italia

Principali obiettivi e azioni strategiche in Italia

Andamento dei business internazionali

Outlook 2009 e andamenti commerciali

Appendice

23

# Conto economico del Gruppo Seat

## CONTO ECONOMICO DEL GRUPPO SEAT

<i>euro milioni</i>	9M 2008 rettificato	9M 2009	Variaz.
<b>Ricavi</b>	<b>949,0</b>	<b>853,0</b>	<b>(10,1)%</b>
Costi operativi e del lavoro	(504,4)	(448,3)	(11,1)%
<b>Margine operativo lordo</b>	<b>444,6</b>	<b>404,7</b>	<b>(9,0)%</b>
<i>% ricavi</i>	<i>46,9%</i>	<i>47,4%</i>	<i>0,6%</i>
Stanziamenti netti rettificativi ed a fondi per rischi ed oneri	(37,4)	(40,1)	7,1%
<b>EBITDA</b>	<b>407,2</b>	<b>364,6</b>	<b>(10,5)%</b>
<i>% ricavi</i>	<i>42,9%</i>	<i>42,7%</i>	<i>(0,2)%</i>

# Risultato d'esercizio dei 9M'09 impattato dalla svalutazione del goodwill di Thomson (impairment test) non compensato dall'elevata riduzione degli oneri finanziari

## CONTO ECONOMICO DEL GRUPPO SEAT

<i>euro milioni</i>	9M 2008 rettificato	9M 2009	Variaz.
<b>EBITDA</b>	407,2	364,6	(10,5)%
<i>% ricavi</i>	42,9%	42,7%	(0,2)%
Amm.ti e svalutazioni operative	(35,6)	(47,2)	32,8%
<b>EBITA</b>	371,6	317,4	(14,6)%
<i>% ricavi</i>	39,2%	37,2%	(2,0)%
Amm.ti e svalutazioni extra-operative	(136,1)	(188,7)	38,6%
Oneri netti di natura non ricorrente e di ristrutturazione	(13,9)	(22,7)	62,9%
<b>EBIT</b>	221,6	106,1	(52,1)%
<i>% ricavi</i>	23,3%	12,4%	(10,9)%
Oneri finanziari netti	(184,3)	(144,7)	(21,5)%
<b>Risultato prima delle imposte</b>	37,3	(38,6)	n.s.
Imposte sul reddito dell'esercizio	(23,4)	(25,4)	8,4%
correnti cessate/destinate ad essere cedute	0,8	(10,8)	n.s.
<b>Risultato dell'esercizio</b>	14,6	(74,8)	n.s.

La voce svalutazioni extra-operative include 92 €m di svalutazione del goodwill di TDL (impairment test alla fine di settembre '09) dovuta ai risultati dei 9M'09 al di sotto delle attese

Oneri finanziari sotto controllo grazie al deleverage e alla corretta gestione del debito residuo

Oneri netti di natura non ricorrente e di ristrutturazione legati principalmente al piano di contenimento dei costi

Al netto della svalutazione del goodwill di TDL, risultato d'esercizio a 16,9 €m (+ 2,3 €m YoY)

# Gruppo Seat - analisi dei ricavi ed Ebitda per società - 9M'09

## GRUPPO SEAT - ANALISI DEI RICAVI ED EBITDA

<i>euro milioni</i>	Ricavi			Ebitda		
	9M 2008 restated	9M 2009	Variaz.	9M 2008 restated	9M 2009	Variaz.
<b>Attività italiane</b>	777,6	702,2	(9,7)%	363,6	330,5	(9,1)%
Seat S.p.A	739,3	669,9	(9,4)%	360,9	331,3	(8,2)%
Consodata	18,0	13,9	(22,8)%	2,7	0,0	n.s.
Prontoseat	8,5	8,7	2,4%	1,1	0,8	(27,3)%
Cipi	11,8	9,7	(17,8)%	(1,1)	(1,6)	(45,5)%
<b>Attività internazionali</b>	213,7	185,9	(13,0)%	43,7	34,1	(22,0)%
TDL	77,0	54,6	(29,1)%	7,6	5,8	(23,7)%
Telegate	121,9	117,2	(3,9)%	37,8	28,5	(24,6)%
Europages	14,8	14,1	(4,7)%	(1,7)	(0,2)	88,2%
Elisioni, rettifiche e altro	(42,4)	(35,0)	n.s.	(0,1)	0,0	n.s.
<b>Totale</b>	<b>949,0</b>	<b>853,0</b>	<b>(10,1)%</b>	<b>407,2</b>	<b>364,6</b>	<b>(10,5)%</b>

# Gruppo Seat - analisi dei ricavi ed Ebitda per società - 9M'09

## GRUPPO SEAT - ANALISI DEI RICAVI ED EBITDA

<i>euro milioni</i>	Ricavi			Ebitda		
	Q3 2008 restated	Q3 2009	Variaz.	Q3 2008 restated	Q3 2009	Variaz.
<b>Attività italiane</b>	<b>331,4</b>	<b>292,1</b>	<b>(3,9)%</b>	<b>191,5</b>	<b>170,9</b>	<b>(10,8)%</b>
Seat S.p.A	319,7	282,1	(11,8)%	191,1	171,2	(10,4)%
Consodata	5,0	4,5	(10,8)%	0,3	(0,1)	n.s.
Prontoseat	2,8	2,9	2,1%	0,5	0,4	(20,0)%
Cipi	3,8	2,7	(29,9)%	(0,4)	(0,6)	(50,0)%
<b>Attività internazionali</b>	<b>80,8</b>	<b>66,0</b>	<b>(18,4)%</b>	<b>20,0</b>	<b>14,6</b>	<b>(27,0)%</b>
TDL	30,4	22,0	(27,7)%	7,8	5,2	(33,3)%
Telegate	43,2	38,9	(10,0)%	11,1	9,2	(17,1)%
Europages	7,2	5,1	(29,2)%	1,1	0,2	(81,8)%
Elisioni, rettifiche e altro	(14,4)	(12,4)	n.s.	0,0	(0,1)	n.s.
<b>Totale</b>	<b>397,9</b>	<b>345,7</b>	<b>(13,1)%</b>	<b>211,5</b>	<b>185,4</b>	<b>(12,3)%</b>

## Thomson - Ebitda dei 9M'09 non rappresentativo del trend FY (atteso sotto pressione) nonostante il programma di riduzione dei costi

### THOMSON P&L

	GBP milioni	9M 2008 rettificato <sup>(1)</sup>	9M 2009	Variaz.	
				mln	%
<b>Ricavi</b>		61,2	48,4	(12,8)	(20,9)%
Costi operativi e del lavoro		(53,3)	(41,6)	(11,7)	(22,0)%
<b>Margine operativo lordo</b>		7,9	6,9	(1,0)	(12,7)%
<i>% ricavi</i>		12,9%	14,3%		1,4%
Stanziam. netti rettif. e afondi per rischi ed oneri		(1,9)	(1,7)	(0,2)	(10,5)%
<b>EBITDA</b>		6,0	5,2	(0,8)	(13,3)%
<i>% ricavi</i>		9,8%	10,7%		0,9%

(1) Like for like al netto di Calls You Control chiusa nel H2'08

# Telegate - performance dei 9M'09 in linea con le attese e contributo positivo dall'integrazione di KlickTel

## CONTO ECONOMICO DI TELEGATE

<i>euro milioni</i>	9M 2008 rettificato <sup>(1)</sup>	9M 2009	Variaz.	
			mln	%
<b>Ricavi</b>	121,9	117,2	(4,7)	(3,9)%
Costi operativi e del lavoro	(87,0)	(85,3)	(1,7)	(2,0)%
<b>Margine operativo lordo</b>	35,0	31,9	(3,1)	(8,9)%
<i>% ricavi</i>	28,7%	27,2%		(1,5)%
Stanziam. netti rettif. e afondi per rischi ed oneri	2,9	(3,4)	(6,3)	n.s.
<b>EBITDA</b>	37,8	28,5	(9,3)	(24,6)%
<i>% ricavi</i>	31,0%	24,3%		(6,7)%

(1) Al netto di 118 000 SAS (controllata francese di Telegate) ceduta il 3 novembre 2009

# Stato patrimoniale

GRUPPO SEAT

<i>euro milioni</i>	Dec. 31, '08	Sett. 30, '09	Var.
Goodwill e Customer Data Base	3.517,5	3.335,0	(182,5)
Altri attivi non correnti	216,1	209,0	(7,2)
Passivi non correnti	(75,1)	(77,4)	(2,3)
Capitale circolante	260,9	281,7	20,8
Attività/Passività nette non correnti cessate/destinate ad	0,9	2,4	1,5
Capitale investito netto	3.920,3	3.750,6	(169,7)
Totale patrimonio netto	903,5	992,9	89,3
Indebitamento finanziario netto - "contabile"	3.016,8	2.757,8	(259,0)
Totale	3.920,3	3.750,6	(169,7)
Indebitamento finanziario netto	3.082,0	2.784,7	(297,3)
Adeguamenti IAS	(65,3)	(26,9)	38,3
Indebitamento finanziario netto "contabile"	3.016,8	2.757,8	(259,0)

# Costo complessivo del debito previsto al di sotto del 5,6% nel 2009 in seguito alla rinegoziazione dei covenant e dei costi di cartolarizzazione

## MARGINI SUL CREDITO

### Nuovi margini sul credito dopo la rinegoziazione dei covenant

Debito	Interessi		
	Spreads		
		A giugno '09	Da metà novembre '09
<b>Debito bancario senior</b>			
Tranche A	Euribor+	2,19%	2,44%
Tranche B	Euribor+	2,81%	3,01%
Revolving e altri	Euribor+	2,19%	2,44%
<b>Debito subordinato vs. Lighthouse</b>	Fisso 8%		
<b>Titoli Asset Backed</b>	Tasso Comm. paper <sup>(2)</sup>	2,03%	dopo la rinegoziazione dei costi di cartolarizzazione
<b>Leasing finanziario</b>	Euribor + 0,67%		

### Nuova politica di rimborso del debito e di hedging

	Restituzione debito Senior <sup>(1)</sup> €m	Copertura debito Senior	Euribor medio coperto
H2'09	91	~61%	~2,57%
2010	192	~87%	~3,17%
2011	203	~95%	~3,07%
2012	556	~32% H1	~3,75%
2013	465	0%	0%

Costo complessivo del debito atteso al di sotto del 5,60% (vs. un target del ~6,25% e del 6,7% nel '08) inclusi i nuovi margini sul debito Senior e i maggiori costi di cartolarizzazione

(1) Dopo 100 €m di pagamento anticipato grazie ai proventi dell'aumento di capitale

(2) Tasso comm. paper con un cap pari all'Euribor a 3M più 5 bps p.a.

# Costo del debito favorito dall'Euribor basso

Al 30 settembre 2009

Debito (€m)	Ammontare	Saldo	Interessi
DEBITO LORDO	3.117,7	Ammort. da Dic 09 a Giu. '12 Bullett Giugno 2013 R.F. disp. fino a Giugno 2012 Aprile 2014 Gennaio 2014 Ammort. Trim. fino Marzo 2023	<div style="border: 1px solid black; padding: 5px;"> <p style="text-align: center; background-color: #4F81BD; color: white; margin: 0;">i margini restano bassi</p> <p>Euribor+ 2,19%</p> <p>Euribor+ 2,81%</p> <p>Euribor+ 2,19%</p> <p>Fixed 8%</p> <p>Tasso comm.paper <sup>(3)</sup>+2,03% all in<sup>(4)</sup></p> <p>Euribor +0,67%</p> </div>
• Debito bancario senior	1.507,2		
Tranche A (*)	1.042,7		
Tranche B (*)	464,5		
Revolving e altri <sup>(1)</sup>	0		
• Debito subordinato vs. Lighthouse <sup>(2)</sup>	1.300,0		
• Titoli Asset Backed	256,0		
• Leasing finanziario	54,5		
Ratei e risconti finanziari netti e altri	60,8		
Cassa e altre disp. liquide equivalenti	-393,8		
PFN DEL GRUPPO SEAT	2.784,7		
<div style="background-color: #FFD700; padding: 5px;">                     Rettifiche IAS:                 </div>			
Oneri di negoziazione	-63,8		
Derivati negativi Mark to Market e altri	36,9		
PFN DEL GRUPPO - VALORE CONTABILE	2.757,8		

(1) Esigibile fino a 90 €m più un'ulteriore linea di credito (disponibile fino a Marzo 2010) per 30 €m

(2) Lighthouse ha finanziato il debito subordinato vs. SEAT mediante l'emissione di un prestito obbligazionario con scadenza aprile 2014 e tasso fisso dell'8%

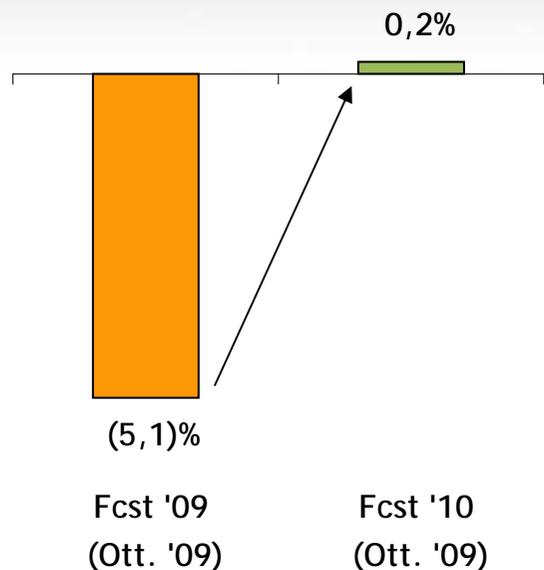
(3) Tasso comm. paper con un cap pari all'Euribor a 3M più 5 bps p.a.

(4) In seguito alla rinegoziazione dei costi di cartolariz. in atto da giu '09 tutti i margini dovrebbero salire dallo 0,51% al 2,03%

# In Italia l'effetto positivo della prevista ripresa economica potrebbe essere visibile sul P&L solo a partire dall'H2'10, a causa della struttura del ciclo di vendita dei prodotti cartacei

## PIL PREVISIONI E ANDAMENTI COMMERCIALI

### PIL reale<sup>(1)</sup>, crescita % YoY

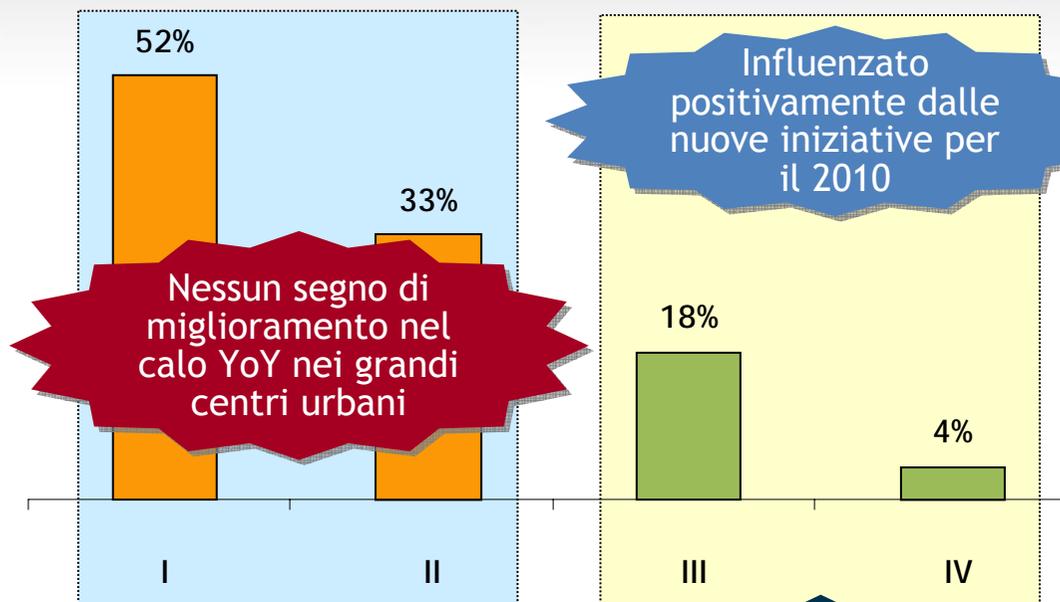


Le ultime previsioni per il PIL italiano 2010 mostrano segni di miglioramento rispetto al 2009

(1) Fonte: FMI

(2) Ordini processati al 8 novembre 2009

### Quota degli ordini lavorati nel 2010<sup>(2)</sup> per campagna di vendita



Nessun segno di miglioramento nel calo YoY nei grandi centri urbani

Influenzato positivamente dalle nuove iniziative per il 2010

Un'ampia quota della I e II campagna vendita 2010 è già stata impattata dalla crisi economica (lag effect)

### Conti per l'H2'10:

- Potrebbero subire gli effetti di un'attesa ripresa economica
- Cominceranno a beneficiare dei nuovi pacchetti multimediali e dell'organizzazione della forza vendita nei grandi centri (da Roma 2010)