



## Risultati primo trimestre 2011

---

Alberto Cappellini – *CEO*  
Massimo Cristofori – *CFO*  
Stefano Canu – *IR Manager*

Milano, 10 maggio 2011

## 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 difformi 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.

La presentazione non costituisce né dovrebbe essere considerata un'offerta a vendere o una sollecitazione per un'offerta a comprare titoli della Società o un'offerta o un invito a entrare in transazione con la Società o con le sue Società controllate. Inoltre, non rappresenta una raccomandazione da parte della Società o di altri soggetti terzi a vendere o a comprare titoli della Società o altri titoli o ad entrare in transazione con la Società o con le sue Società controllate. La presentazione non può essere appellata da nessuno o da terze parti per qualsiasi finalità.

### Accounting Principles

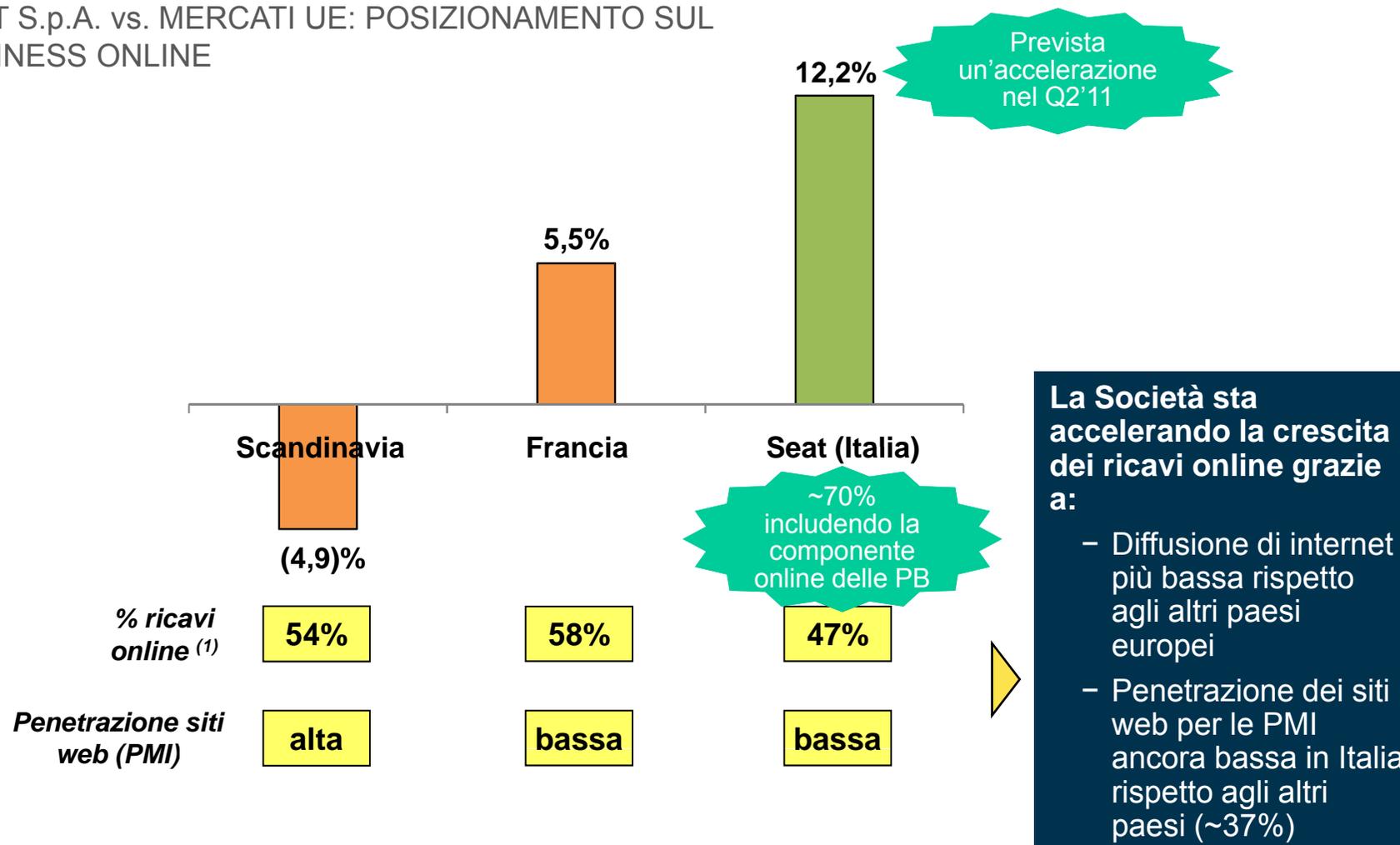
Il Gruppo SEAT Pagine Gialle Group e Seat Pagine Gialle S.p.A. hanno adottato i principi contabili IAS/IFRS con effetto dal 1 gennaio 2005. Tali principi sono coerenti con i principi IAS/IFRS seguiti in sede di redazione dei bilanci di esercizio annuale e intermedi per il 2011.

I dati contabili esposti nelle presenti diapositive sono tratti dalla Relazione trimestrale al 31 marzo 2011, 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.

---

## Nel Q1'11 crescita (+12,2%) dell'offerta pubblicitaria e dei servizi di marketing online grazie alla strategia commerciale della Società

SEAT S.p.A. vs. MERCATI UE: POSIZIONAMENTO SUL BUSINESS ONLINE



Note: performance dei ricavi riferite a Eniro ("deferral method + media products"), Pages Jaunes (includendo QDM Media in Spagna) e Seat  
 (1) Basate sul totale dei ricavi

## Risultati principali raggiunti nel Q1'11 e sviluppi recenti

---

- 1 Il passaggio dalla carta al web è stato accelerato dalla strategia multimediale e dalla contabilizzazione della componente online dei ricavi delle Pagine Bianche
- 2 ~24k nuovi pacchetti multimediali venduti, con focus elevato sull'acquisizione di nuovi clienti
- 3 A maggio '11 lancio de *LaMiaImpresaOnline.it*, iniziativa in partnership con Google, che offre alle PMI la possibilità di realizzare e gestire siti web in modalità self-provisioning
- 4 Telegate/Thomson continuano l'evoluzione verso la multimedialità (i ricavi online del Q1'11 evidenziano un rialzo a doppia cifra per entrambe le società)
- 5 La marginalità nel Q1'11 beneficia di ricavi più alti, delle attività di contenimento dei costi e di minori accantonamenti
- 6 Il Free cash flow operativo è solido e la posizione finanziaria netta è sostanzialmente stabile nonostante il maggior costo del debito e i maggiori investimenti per lo sviluppo dei prodotti internet
- 7 La prima sentenza sulle controversie con Deutsche Telekom in merito ai costi connessi alla fornitura dei dati degli abbonati telefonici è stata in favore di Telegate per circa 45 €m; il secondo giudizio sui rimanenti 52 €m (più interessi) è atteso per il 18 maggio 2011

## Indice

---

<b>Risultati del gruppo</b>	
<b>Andamento del core business in Italia</b>	
<b>Strategia e attuazione</b>	
<b>Andamento dei business internazionali</b>	
<b>Outlook 2011</b>	
<b>Appendice</b>	

Miglioramento dei ricavi e della marginalità di gruppo, in un trimestre non rappresentativo dell'andamento dell'intero anno, *per effetto di un phasing* e di un mix di ricavi carta/online diversi rispetto al precedente esercizio

CONTO ECONOMICO DEL GRUPPO SEAT<sup>(1)</sup>

euro milioni	Ricavi			Ebitda		
	Q1'10	Q1'11	Variaz.	Q1'10	Q1'11	Variaz.
Attività italiane	114,0	125,1	9,7%	12,2	37,1	n.s.
Seat S.p.A	100,4	117,2	16,7%	12,7	38,0	n.s.
Altre attività italiane <sup>(2)</sup>	13,6	7,9	(41,9)%	(0,5)	(0,9)	(80,0)%
Attività internazionali	44,2	39,3	(11,1)%	2,2	(0,2)	n.s.
Thomson	12,0	8,8	(26,7)%	(1,9)	(3,1)	(63,2)%
Telegate	30,4	28,3	(6,9)%	5,3	3,6	(32,1)%
Europages	1,8	2,2	22,2%	(1,2)	(0,7)	41,7%
Elisioni, rettifiche e altro	(8,7)	(3,7)	n.s.	(0,1)	0,2	n.s.
<b>Totale</b>	<b>149,5</b>	<b>160,7</b>	<b>7,4%</b>	<b>14,3</b>	<b>37,0</b>	<b>n.s.</b>
<i>Ebitda margin</i>				9,6%	23,1%	13,5pp

In Italia ricavi a + 16,7%, con una migliore performance dei ricavi core (+19,7%), sostenuta dalla crescita della pubblicità e dei servizi di marketing sul web

I ricavi delle altre Società italiane subiscono gli effetti della cessione di alcune attività di call center (fine maggio '10) ma sono compensati da minori elisioni sui ricavi

Ricavi online di Thomson in rialzo del 18,4% in valuta, al 59% del totale dei ricavi. Ebitda in miglioramento grazie ad un diverso mix di ricavi carta/online

Ebitda di Telegate a 3,6 €m, in linea con le previsioni per il FY'11 (13 ÷ 18 €m)

A livello di Gruppo miglioramento della marginalità, per effetto di un phasing e di un mix di ricavi carta/online diversi rispetto al precedente esercizio

(1) La voce ricavi include solamente i "ricavi di vendite e servizi"

(2) Include Consodata, Cipi, Prontoseat e Pagine Gialle Phone Service

## FCF operativo solido e PFN sostanzialmente stabile, nonostante un costo del debito più alto e i maggiori investimenti nello sviluppo dei prodotti internet

### FREE CASH FLOW OPERATIVO E DELEVERAGE DEL GRUPPO SEAT

	euro milioni		Variaz.	
	Q1'10	Q1'11	mln	%
Ebitda	14,3	37,0	22,7	n.s.
Diminuzione (aumento) capitale circolante	79,2	49,6	(29,7)	(37,5)%
Diminuzione (aumento) passività non correnti	(1,8)	(2,7)	(0,9)	(48,4)%
Investimenti industriali	(7,0)	(10,2)	(3,2)	(46,5)%
Free Cash Flow operativo	84,8	73,7	(11,1)	(13,1)%
Interessi finanziari netti pagati	(11,9)	(44,6)	(32,7)	n.s.
Costi di transazione pagati relativi all'SSB	(22,1)	0,0	22,1	n.s.
Imposte pagate	(2,6)	(2,3)	0,3	13,2%
Oneri non ricorrenti e di ristrutturazione	(8,8)	(11,2)	(2,4)	(27,5)%
Altri	(53,0)	(14,1)	38,9	0,7
Deleverage	(13,6)	1,5	15,2	n.s.
	FY 2010	Q1'11	Variaz.	
			mln	
Indebitamento Finanziario Netto	2.731,0	2.729,5	(1,5)	

La contabilizzazione separata dei ricavi di PB ha influenzato positivamente l'Ebitda del Q1'11, impattando però il capitale circolante, poiché nel CE la componente online dei ricavi viene computata al momento dell'erogazione e non più ad avvenuta pubblicazione dell'elenco cartaceo

Investimenti in leggero aumento, dovuto principalmente allo sviluppo dei prodotti internet

La somma degli interessi pagati + quelli maturati (inclusi nella voce Altri) passa da 47,7€m nel Q1'10 a 55,0 €m nel Q1'11, a fronte del maggiore costo del debito (8% vs. 7% del Q1'10) dovuto alla diversa struttura del debito

Gli oneri non ricorrenti e di ristrutturazione includono i costi legati, in particolare, al piano di riduzione costi del Gruppo

La voce *Altri* del Q1'11 include gli interessi maturati da pagare nei prossimi trimestri

## Indice

---

<b>Risultati del gruppo</b>	
<b>Andamento del core business in Italia</b>	
<b>Strategia e attuazione</b>	
<b>Andamento dei business internazionali</b>	
<b>Outlook 2011</b>	
<b>Appendice</b>	

# Performance di ricavi core del Q1'11 sostenuta dalla crescita della pubblicità e dei servizi sul web (+64% includendo la contabilizzazione separata delle PB)

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

euro milioni	Q1'10	Q1'11	Variaz.
Ricavi	reported	PB unbundled	%
<b>Ricavi Core</b>	<b>84,8</b>	<b>101,5</b>	<b>19,7%</b>
<b>Pubblicità su prodotti cartacei</b>	<b>27,4</b>	<b>14,0</b>	<b>(49,0)%</b>
-Pagine Gialle	8,9	6,0	(32,9)%
-Pagine Bianche unbundled <sup>(1)</sup>	18,4	8,0	(56,8)%
<b>Pubblicità su online e servizi</b>	<b>49,1</b>	<b>80,4</b>	<b>63,9%</b>
-Directories online & servizi di marketing	49,1	55,1	12,2%
-Pagine Bianche unbundled <sup>(1)</sup>	0,0	25,4	n.s.
<b>Pubblicità su telefono</b>	<b>8,3</b>	<b>7,1</b>	<b>(14,6)%</b>
-89.24.24 Pronto Pagine Gialle	6,9	4,7	(32,0)%
-12.40 Pronto Pagine Bianche	1,4	2,4	72,8%
<b>Altri<sup>(2)</sup></b>	<b>15,6</b>	<b>15,7</b>	<b>0,6%</b>
<b>Totale</b>	<b>100,4</b>	<b>117,2</b>	<b>16,7%</b>
<b>Mix ricavi (% ricavi core)</b>	<b>Q1'10</b>	<b>Q1'11</b>	<b>Variaz.</b>
-Pubblicità su prodotti cartacei	32,3%	13,8%	<b>(18,5) pp</b>
-Pubblicità su online e servizi	57,9%	79,2%	<b>+21,3 pp</b>
-Pubblicità sul telefono	9,8%	7,0%	<b>(2,8) pp</b>

### Ricavi core sostenuti dalla crescita elevata delle attività internet:

- Crescita organica a +12,2%
- Inclusi i ricavi online di PB (computati insieme a quelli cartacei nel '10) di ordini acquisiti col ciclo di vendita '11 (poiché nel CE i ricavi online sono computati prima di quelli cartacei)

### Accelerazione del calo dei prodotti cartacei ottenuto attraverso la strategia dei pacchetti multimediali e la contabilizzazione separata dei ricavi delle Pagine Bianche

**Altri prodotti** (di cui il ~75% è rappresentato dal traffico telefonico dei servizi di DA) **sostanzialmente stabili, poiché nel Q1'11 includono i ricavi legati ad alcune partnership (non presenti nel Q1'10)**

**I ricavi online del Q1'11 rappresentano il 79% dei ricavi core (includendo la contabilizzazione separata dei ricavi online delle PB)**

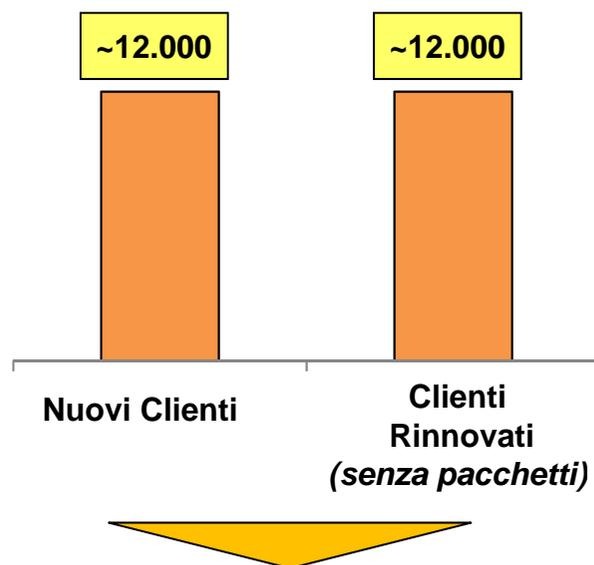
(1) Contabilizzazione separata degli ordini acquisiti carta e web delle Pagine Bianche del ciclo di vendita 2011 (con un mix medio di circa ~40 ÷ 50, sulla base del valore percepito dal cliente intervistato tramite un sondaggio e sulla base dell'attivazione dei prodotti online)

(2) Ricavi da traffico telefonico dei prodotti voice e altri

## Successo della vendita dei pacchetti multimediali, con elevato focus sull'acquisizione dei nuovi clienti e sull'incremento della penetrazione nei segmenti Mr. Name /Search

SEAT S.p.A.- STRATEGIA MULTIMEDIALE E KPIs DEL Q1 2011

### Nuovi Pacchetti Multimediali nel Q1'11 (~24.000)



- Arpa totale: ~1.200 € (inferiore al 2010) dovuto all'accelerazione dell'acquisizione dei nuovi in relazione a specifiche gare di vendita nel Q1
- Crescita Arpa sui clienti rinnovati (senza pacchetti nel 2010) +17% nel Q1 2011

### Pacchetti Multimediali venduti nel 2010 ~112k

Nel Q1 '11 ~18k pacchetti multimediali lavorati:

- Confermata una *negatività molto bassa*, solo legata a problematiche di credito (~5%)
- Più di 1/3 dei clienti ha firmato l'estensione del contratto per un altro anno con un incremento medio dell'investimento dell'8%
- Inclusi i rinnovi automatici dopo un anno di contratto

• **Totale cumulato dei pacchetti multimediali a fine marzo 2011:**  
~135k

# Nel Q1 '11 crescita dello usage del 24,4% grazie al traffico mobile e dei siti web

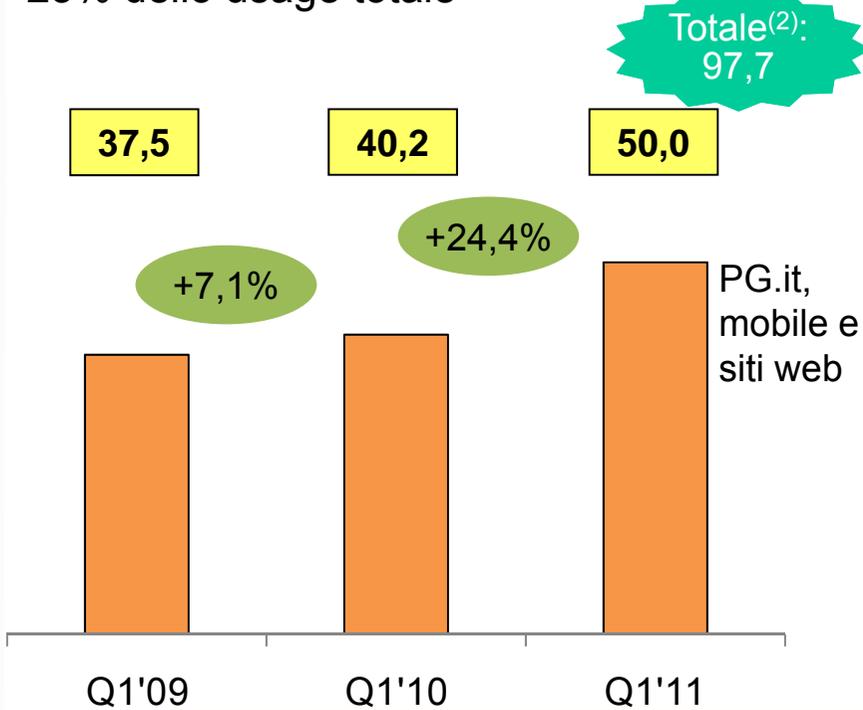
SEAT S.p.A.- USAGE PG.it, MOBILE, WEB SITES e KPIs  
PGMOBILE

Top 3 e Top 9 tra le applicazioni più scaricate per iPad e iPhone

## Visite PG.it, mobile e siti web<sup>(1)</sup>

milioni

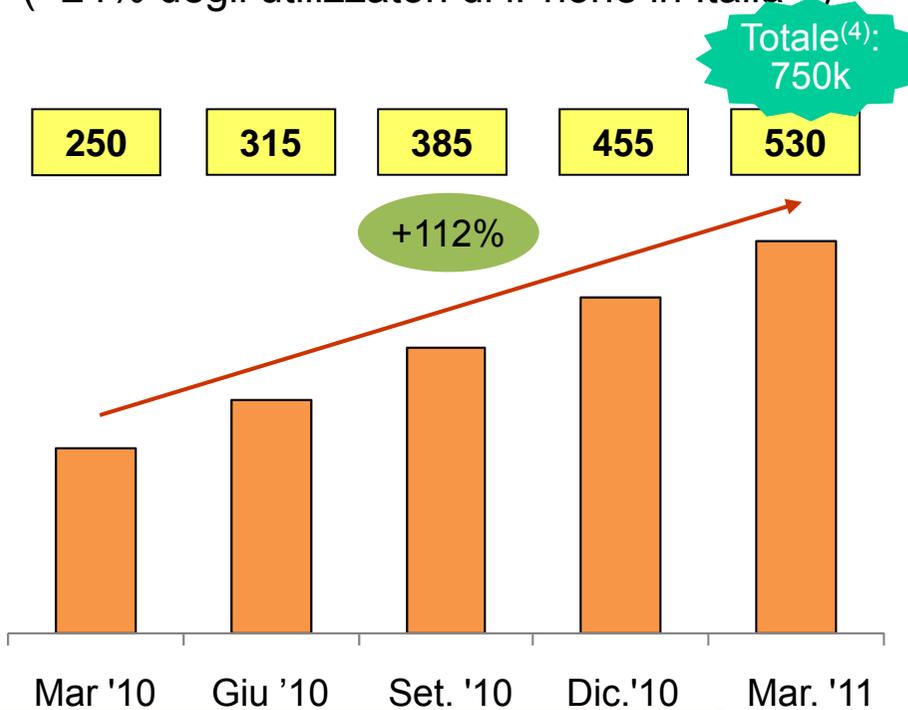
Nel Q1 '11, 11,4 mln di visite da mobile e siti web costruiti che rappresentano il 23% dello usage totale



## Download Applicazioni PG Mobile da iTunes

'000

A Marzo 2011, 530k applicazioni PG Mobile scaricate gratis per iPhone, iPad e iPod (~24% degli utilizzatori di iPhone in Italia<sup>(3)</sup>)



(1) Fonte: SiteCensus-Nielsen Netratings

(2) Inclusi tutti i siti property (Pagine Bianche, Pagine Gialle, Tuttocittà)

(3) Fonte: Comscore

(4) Includere le applicazioni scaricate per iPhone, iPad, Vodafone 360, Blackberry, Android, Samsung Bada, Nokia OviStore e Windows Phone 7

## La marginalità del Q1'11 è in aumento grazie ai ricavi maggiori, alle attività di contenimento dei costi e ai minori accantonamenti

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

	euro milioni	Q1'10	Q1'11	Variaz.	
				mln	%
<b>Ricavi</b>		<b>100,4</b>	<b>117,2</b>	<b>16,8</b>	<b>16,7%</b>
Costi industriali		(15,3)	(12,8)	2,5	16,5%
% ricavi		15,3%	10,9%		(4,4)pp
Costi generali e del lavoro		(33,6)	(30,0)	3,6	10,7%
% ricavi		33,4%	25,6%		(7,8)pp
Costi commerciali		(21,8)	(24,3)	(2,5)	(11,7)%
% ricavi		21,7%	20,7%		(1,0)pp
Costi di pubblicità		(4,8)	(3,8)	0,9	19,5%
% ricavi		4,8%	3,3%		(1,5)pp
<b>Totale costi</b>		<b>(75,4)</b>	<b>(70,9)</b>	<b>4,5</b>	<b>6,0%</b>
% ricavi		75,1%	60,5%		(14,6)pp
<b>Margine Operativo Lordo</b>		<b>25,0</b>	<b>46,3</b>	<b>21,3</b>	<b>85,4%</b>
% ricavi		24,9%	39,5%		14,6pp
Stanziam. netti rettif. e a fondi per rischi ed oneri		(12,2)	(8,3)	3,9	32,2%
<b>EBITDA</b>		<b>12,7</b>	<b>38,0</b>	<b>25,3</b>	<b>n.s.</b>
% ricavi		12,7%	32,4%		n.s.

Costi industriali in calo a fronte della perdita di ricavi nei prodotti cartacei e su quelli a più bassa marginalità (es. direct marketing, oggettistica promozionale, traffico telefonico)

Costi generali e del lavoro influenzati positivamente dall'attività di contenimento costi

Costi commerciali in crescita a causa dei ricavi maggiori e includendo il lancio di nuovi prodotti

Nel Q1'11 riduzione degli accantonamenti al fondo svalutazione crediti di 5,2 €m (la copertura dello scaduto (42%) rimane sostanzialmente in linea con quella di fine dicembre 2010)

Aumento della marginalità operativa grazie ai maggiori ricavi, al focus sul contenimento dei costi e ai minori accantonamenti

## Indice

---

<b>Risultati del gruppo</b>	
<b>Andamento del core business in Italia</b>	
<b>Strategia e attuazione</b>	
<b>Andamento dei business internazionali</b>	
<b>Outlook 2011</b>	
<b>Appendice</b>	

# Progetti chiave per il 2011

**“SODDISFARE LE ESIGENZE DI COMUNICAZIONE LOCALE DELLE IMPRESE ITALIANE GENERANDO CONTATTI MULTIMEDIALI QUALIFICATI ATTRAVERSO GLI ASSET CHIAVE DELL’AZIENDA”**

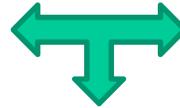


# L'attuale offerta online e le innovazioni di prodotto previste per il 2011/12, completeranno l'evoluzione da Società di directory ad agenzia di comunicazione locale

## OFFERTA PRODOTTI ONLINE

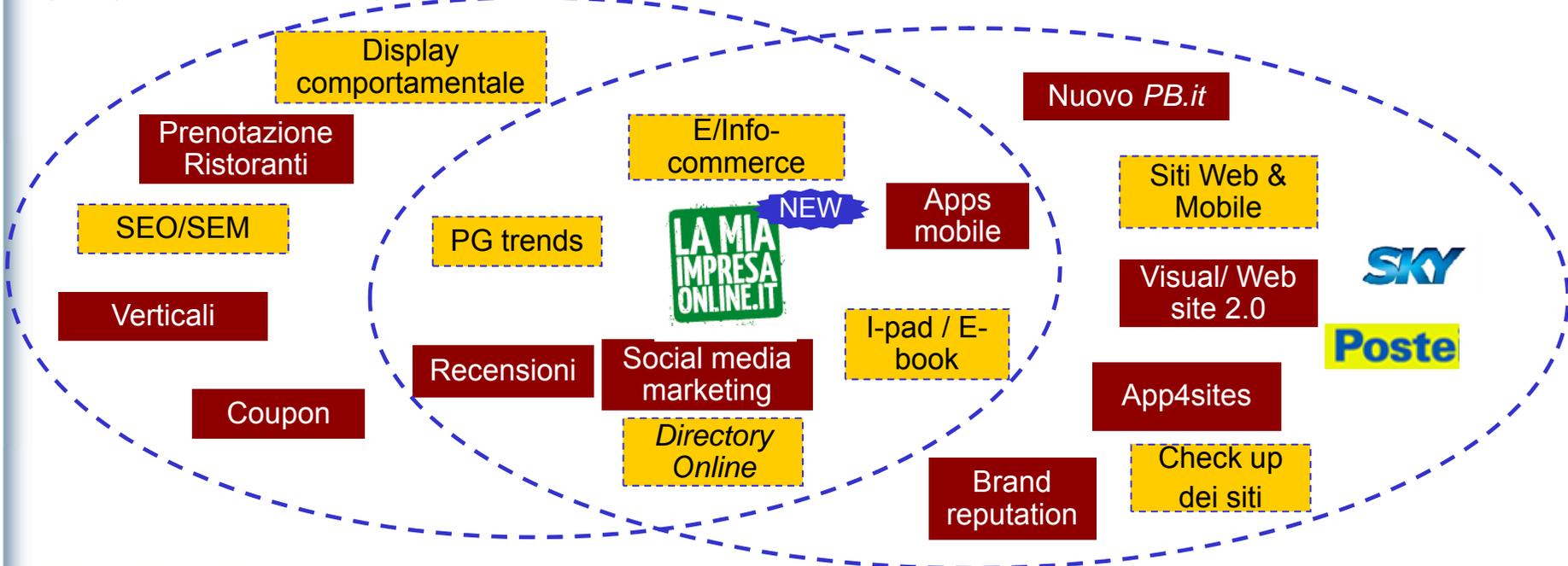
### Contatti qualificati/Usage/Performance

Il valore percepito dal cliente è legato principalmente al traffico / performance



### Pubblicità/Visibilità/Servizi/Comunicazione

Il valore percepito dal cliente è legato principalmente alla visibilità / servizio



Offerta Prodotti / Servizi 2010

Offerta Prodotti / Servizi 2011/2012

**Completamento dell'evoluzione da Società di directory tradizionale ad un'agenzia di comunicazione locale**

## Google ha già lanciato offerte simili in altri paesi europei con diversi partner ma mai con società di Directory

LAMIAIMPRESAONLINE.IT: ACCORDI SIMILI IN EUROPA



**Regno Unito:**  
100,000 siti web



**Spagna**



**Ungheria**



**Germania**



**Australia**



**Francia**



- *Completamente self provisioning*
- *Dominio internet e hosting del sito web*
- *10 caselle e-mail*
- *45 template disponibili (nel primo rilascio, 200 finali)*
- *SEO Base (Search Engine Optimization) in relazione alla capacità dell'utente*
- *Supporto Base attraverso telefono e email solo su problematiche tecniche*
- *Servizio ShinyStat per monitorare la performance del sito web*

# Seat è il partner tecnologico scelto da Google per sviluppare la piattaforma online ed è proprietaria dell'infrastruttura

LAMIAIMPRESAONLINE.IT: PARTNERSHIP

Home  
Page

Accesso (uguale per tutti  
gli step)

Creazione del  
sito web

Coupon  
AdWord

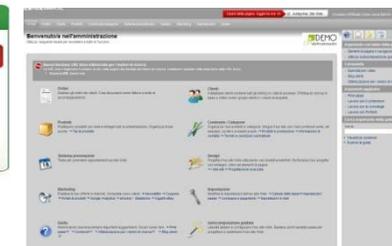
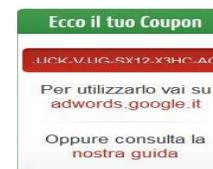
Sito E-  
commerce



Gratis per 12 mesi

100€ gratis

Gratis per 3 mesi



**Seat non è solo il partner nella prima fase base del processo, ma è il partner tecnologico scelto da Google per sviluppare la piattaforma online ed è proprietaria dell'infrastruttura tecnologica**



# Seat in questo modo copre tutti i target di clienti, aggiungendo una nuova piattaforma di sviluppo siti web in self-provisioning



PMI <sup>(1)</sup>	Arpa	Comportamento	Offerta Seat di siti	Sito self-service
<b>Mr. Name</b>  0 - € 799 ~14% dei ricavi '10		Orientati alla carta	 <b>PAGINEGIALLE.it</b> Contact/ Visual Site 	  Visual/Web site 2.0 
<b>Mr. Search</b>  € 800 - € 1,999 ~18% dei ricavi '10		Orientati al multimediale	Visual / Web Site 	
<b>Mr. Big</b>  € 2.000 - € 3,999 ~19% dei ricavi '10		Orientati al Web	Premium Site 	
<b>Mr. Leader</b>  Oltre € 4,000 ~33% dei ricavi '10		Alto spendenti	Sito personalizzato 	
<b>Nazionali/Top</b>  Oltre € 20,000 ~16% dei ricavi '10		Nazionali e Regionali	Progetti Speciali 	

(1) Segmentazione basata sugli ordini acquisiti nel ciclo di vendita 2010;; i numeri non rappresentano i ricavi. Escludendo la contabilizzazione separata dei ricavi di PB e 12.40

# Ad aprile '11 Seat ha lanciato *App4sites* and *App mobile* per migliorare ed incrementare lo usage dei siti web e mobile

SEAT S.p.A.- OFFERTA APP4SITES E APP MOBILE

## App4sites

### Gratis



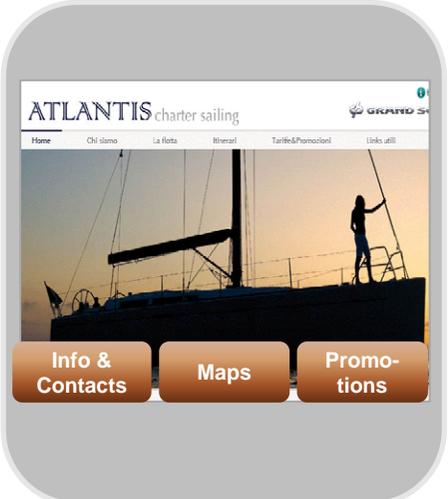
### A pagamento



Moduli gratis e a pagamento da aggiungere ai siti web dei clienti per migliorarne il valore/percezione degli utilizzatori e l'impatto emozionale (totalmente compatibili con )

## App Mobile

Sviluppo di applicazioni mobile personalizzate per il business per migliorare lo usage dei siti mobile



I clienti possono utilizzare la "notification push" di contenuti editoriali idonei ad una fruizione in mobilità o applicazioni (quali la prenotazione per ristoranti e locali, offerte, ...)

## Indice

---

<b>Risultati del gruppo</b>	
<b>Andamento del core business in Italia</b>	
<b>Strategia e attuazione</b>	
<b>Andamento dei business internazionali</b>	
<b>Outlook 2011</b>	
<b>Appendice</b>	

# I ricavi e l'Ebitda del Q1'11 delle partecipate estere sono in linea con le attese

## GRUPPO SEAT – CONTO ECONOMICO DELLE ATTIVITA' INTERNAZIONALI

euro milioni	Ricavi			Ebitda		
	Q1'10	Q1'11	Variaz.	Q1'10	Q1'11	Variaz.
<b>Attività estere</b>	<b>44,2</b>	<b>39,3</b>	<b>(11,1)%</b>	<b>2,2</b>	<b>(0,2)</b>	<b>n.s.</b>
Thomson	12,0	8,8	(26,7)%	(1,9)	(3,1)	63,2%
Telegate	30,4	28,3	(6,9)%	5,3	3,6	(32,1)%
Europages	1,8	2,2	22,2%	(1,2)	(0,7)	41,7%
<i>GBP milioni</i>						
Thomson	10,8	7,6	(29,6)%	(1,7)	(2,7)	(58,8)%
<b>Thomson (like for like)<sup>(1)</sup></b>	<b>7,5</b>	<b>7,6</b>	<b>1,3%</b>	<b>(3,9)</b>	<b>(2,7)</b>	<b>30,8%</b>

### Thomson (in valuta / like for like)

- Ricavi online a +18,4% al 59% dei ricavi totali, dovuto anche al diverso calendario di pubblicazione<sup>(1)</sup> YoY
- Ebitda in miglioramento grazie a un mix diverso di ricavi carta/internet, in un trimestre non rappresentativo dell'andamento dell'intero anno

### Telegate

- In Germania i ricavi da pubblicità (+32,3%) sono a circa il 33% del totale (vs. circa il 24% del Q1'10)
- L'Ebitda di Gruppo è in linea con le guidance dell'anno (13 ÷ 18 €m)

### Europages

- Ebitda in miglioramento grazie all'aumento dei ricavi

(1) Al netto della pubblicazione di alcuni elenchi (3.3 £m nel Q1'10) shiftate dal Q1'11 ad altri trimestri

## Indice

---

<b>Risultati del gruppo</b>	
<b>Andamento del core business in Italia</b>	
<b>Strategia e attuazione</b>	
<b>Andamento dei business internazionali</b>	
<b>Outlook 2011</b>	
<b>Appendice</b>	

## Aggiornamento sul profilo di liquidità di Seat

### GRUPPO SEAT – PROFILO DI LIQUIDITA'

	31 dic. '10	31 mar. '11
<b>Programma di cartolarizzazione</b>	190 €m	155 €m
<b>Cassa nella Società veicolo</b>	85 €m	117 €m
<b>Importo netto residuo del programma di cartolarizzazione</b>	105 €m	38 €m
<b>Cassa di Gruppo (al netto del programma di cartolarizzazione)</b>	157 €m	106 €m

Rimborsati 114 €m ad aprile '11 attraverso l'utilizzo della cassa nella Società veicolo

#### Prossimi passi

- Utilizzo della linea di credito revolving ad aprile, per ottimizzare il costo del debito, dal momento che Seat dal mese di marzo ha interrotto la cessione di nuovi crediti alla Società veicolo
- Rimborso anticipato della rata di 35 €m in scadenza a fine giugno 2011 relativa al contratto di finanziamento con RBS (le rate residue in scadenza nel 2011 si sono ridotte a 35 €m dovuti a fine dicembre 2011)
- Totale estinzione dei titoli asset backed prevista entro il mese di giugno 2011
- Allo studio nuove soluzioni finanziarie alternative

# Outlook 2011

---

## Italia

- Nell'H1'11 i ricavi core sono attesi in calo di pochi punti percentuali rispetto all'H1'10, con una crescita delle directories online e dei servizi di marketing attesa fra il 15% e il 20% (con un'accelerazione nel Q2 vs. il Q1)
- Il calo dei ricavi in Italia nel 2011 è atteso in miglioramento di alcuni punti percentuali rispetto al 2010 (-8,1%) grazie a:
  - Una crescita attesa delle directory online e dei servizi di marketing superiore al 20%
  - Un obiettivo di oltre 180k pacchetti multimediali
  - Una base clienti sostanzialmente stabile nel ciclo di vendita 2011

## Business Internazionali

- E' prevista una crescita percentuale a doppia cifra per i ricavi online & media di TDL e Telegate, che continuano l'evoluzione verso un business multimediale

## Gruppo

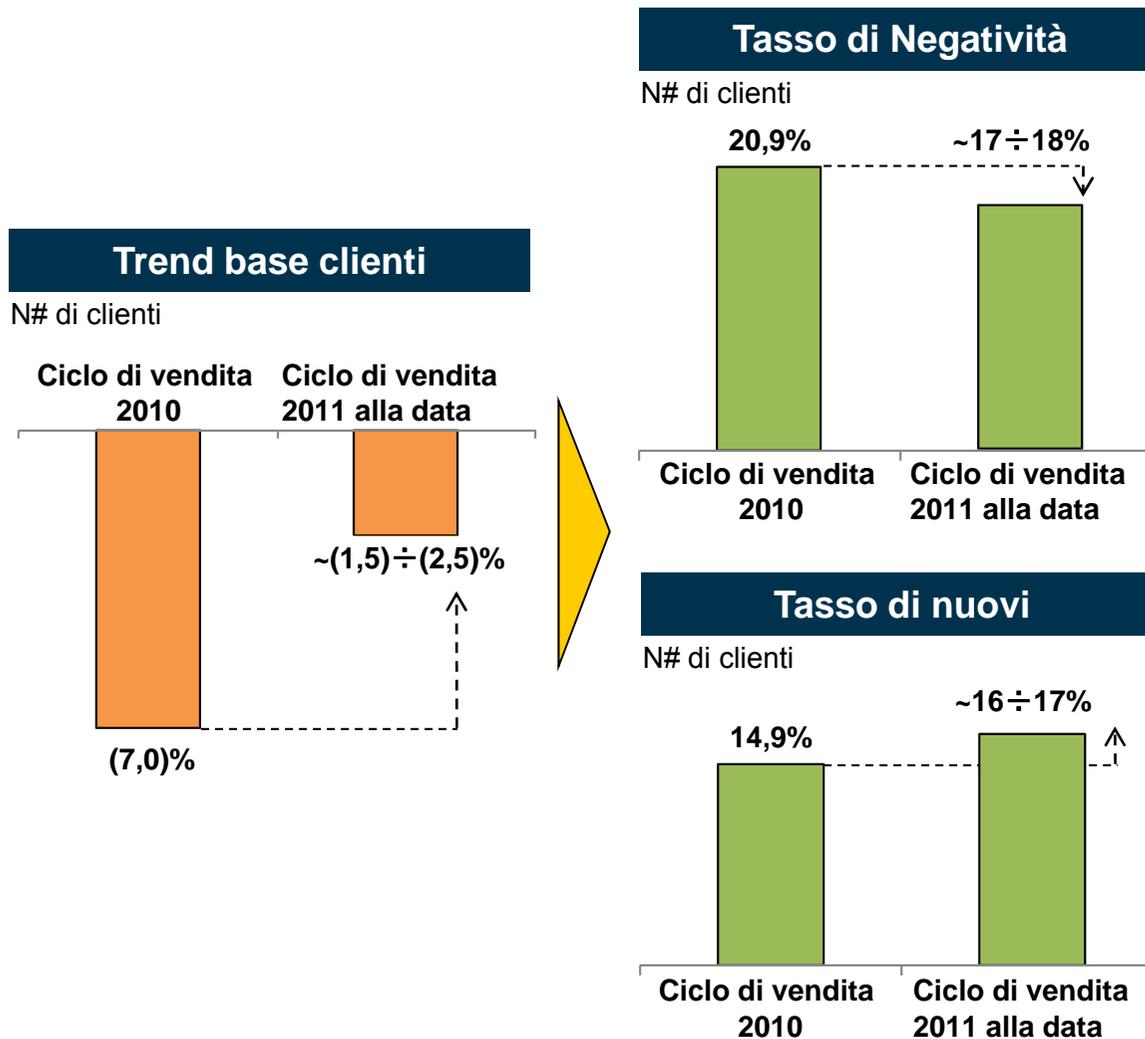
- L'Ebitda e i flussi di cassa di Gruppo saranno sostenuti dai miglioramenti nella gestione dei costi e del capitale circolante (la Società si aspetta che il progetto di riduzione del capitale circolante darà i risultati aspettati)
- La prima sentenza sulle controversie con Deutsche Telekom in merito ai costi connessi alla fornitura dei dati degli abbonati telefonici è stata in favore di Telegate per circa 45 €m; il secondo giudizio sui rimanenti 52 €m (più interessi) è atteso per il 18 maggio 2011 (giudizio finale atteso entro 6 – 12 mesi)

## Struttura del Capitale

- Il Consiglio di Amministrazione ha nominato gli advisor legali e finanziari che assisteranno la società nell'identificare le potenziali alternative per l'ottimizzazione della struttura finanziaria

# Il ciclo di vendita 2011 (basato su circa il 68% dell'acquisito) sta confermando un miglioramento sia sul tasso di negatività che del nuovo

SEAT S.p.A. – CICLO DI VENDITA 2011 BASATO SU ~68% DELL'ACQUISITO



(1) Basato sugli ordini acquisiti fino ad Aprile 2011

---

# Q & A

## Indice

---

<b>Risultati del gruppo</b>	
<b>Andamento del core business in Italia</b>	
<b>Strategia e attuazione</b>	
<b>Andamento dei business internazionali</b>	
<b>Outlook 2011</b>	
<b>Appendice</b>	

## Conto economico del Gruppo Seat

### GRUPPO SEAT: CONTO ECONOMICO

<i>euro milioni</i>	Q1 2010	Q1 2011	Variaz.
<b>Ricavi</b>	<b>149,5</b>	<b>160,7</b>	<b>7,4%</b>
Costi operativi e del lavoro	(121,6)	(113,7)	6,5%
<b>Margine operativo lordo</b>	<b>27,9</b>	<b>47,0</b>	<b>68,5%</b>
<i>% ricavi</i>	18,7%	29,2%	10,5pp
Stanziamenti netti rettificativi ed a fondi per rischi ed oneri	(13,6)	(10,0)	26,5%
<b>EBITDA</b>	<b>14,3</b>	<b>37,0</b>	<b>n.s.</b>
<i>% ricavi</i>	9,6%	23,1%	13,5pp

## Conto economico del Gruppo Seat sotto Ebitda

### CONTO ECONOMICO DEL GRUPPO SEAT PER EBITDA

<i>euro milioni</i>	Q1 2010	Q1 2011	Variaz.
<b>EBITDA</b>	<b>14,3</b>	<b>37,0</b>	<b>n.s.</b>
<i>% ricavi</i>	9,6%	23,1%	13,5pp
Amm.ti e svalutazioni operative	(15,7)	(14,9)	4,8%
<b>EBITA</b>	<b>(1,4)</b>	<b>22,1</b>	<b>n.s.</b>
<i>% ricavi</i>	(0,9)%	13,8%	n.s.
Amm.ti e svalutazioni extra-operative	(0,8)	(0,6)	17,9%
Oneri netti di natura non ricorrente e di ristrutturazione	(2,1)	(1,6)	23,7%
<b>EBIT</b>	<b>(4,2)</b>	<b>19,9</b>	<b>n.s.</b>
<i>% ricavi</i>	(2,8)%	12,4%	n.s.
Oneri finanziari netti	(57,7)	(64,6)	(11,9)%
<b>Risultato prima delle imposte</b>	<b>(61,9)</b>	<b>(44,7)</b>	<b>27,8%</b>
Imposte sul reddito dell'esercizio	17,9	18,3	2,3%
<b>Risultato dell'esercizio</b>	<b>(44,0)</b>	<b>(26,4)</b>	<b>40,1%</b>
- di cui di competenza di Terzi	0,2	0,3	7,1%
- di cui di competenza del Gruppo	(44,3)	(26,6)	39,8%

## Gruppo Seat - analisi dei ricavi ed Ebitda per società – Q1'11

### GRUPPO SEAT – ANALISI DEI RICAVI ED EBITDA

<i>euro milioni</i>	Ricavi			Ebitda		
	Q1 2010	Q1 2011	Variaz.	Q1 2010	Q1 2011	Variaz.
<b>Attività italiane</b>	<b>114,0</b>	<b>125,1</b>	<b>9,7%</b>	<b>12,2</b>	<b>37,1</b>	<b>n.s.</b>
Seat S.p.A	100,4	117,2	16,7%	12,7	38,0	n.s.
Consodata	4,6	3,2	(30,4)%	(0,3)	(0,2)	(33,3)%
Prontoseat	2,5	2,2	(12,0)%	0,2	0,2	0,0%
Pagine Gialle Phone Service	3,9	0,0	(100,0)%	0,2	(0,3)	n.s.
Cipi	2,6	2,5	(3,8)%	(0,6)	(0,6)	0,0%
<b>Attività internazionali</b>	<b>44,2</b>	<b>39,3</b>	<b>(11,1)%</b>	<b>2,2</b>	<b>(0,2)</b>	<b>n.s.</b>
TDL	12,0	8,8	(26,7)%	(1,9)	(3,1)	(63,2)%
Telegate	30,4	28,3	(6,9)%	5,3	3,6	(32,1)%
Europages	1,8	2,2	22,2%	(1,2)	(0,7)	41,7%
Elisioni, rettifiche e altro	(8,7)	(3,7)	n.s.	(0,1)	0,2	n.s.
<b>Totale</b>	<b>149,5</b>	<b>160,7</b>	<b>7,4%</b>	<b>14,3</b>	<b>37,0</b>	<b>n.s.</b>

## Gruppo Seat - analisi dei ricavi ed Ebitda per società – Q1'11 a parità di perimetro e di tasso di cambio per Thomson

### GRUPPO SEAT – ANALISI DEI RICAVI ED EBITDA

<i>euro milioni</i>	Ricavi			Ebitda		
	Q1 2010 like for like <sup>(1)</sup>	Q1 2011	Variaz.	Q1 2010 like for like <sup>(1)</sup>	Q1 2011	Variaz.
<b>Attività italiane</b>	<b>114,0</b>	<b>125,1</b>	<b>9,7%</b>	<b>12,2</b>	<b>37,1</b>	<b>n.s.</b>
Seat S.p.A	100,4	117,2	16,7%	12,7	38,0	n.s.
Consodata	4,6	3,2	(30,4)%	(0,3)	(0,2)	(33,3)%
Prontoseat	2,5	2,2	(12,0)%	0,2	0,2	0,0%
Pagine Gialle Phone Service	3,9	0,0	(100,0)%	0,2	(0,3)	n.s.
Cipi	2,6	2,5	(3,8)%	(0,6)	(0,6)	0,0%
<b>Attività internazionali</b>	<b>40,9</b>	<b>39,3</b>	<b>(3,9)%</b>	<b>(0,5)</b>	<b>(0,2)</b>	<b>60,0%</b>
TDL	8,7	8,8	1,1%	(4,6)	(3,1)	32,6%
Telegate	30,4	28,3	(6,9)%	5,3	3,6	(32,1)%
Europages	1,8	2,2	22,2%	(1,2)	(0,7)	41,7%
Elisioni, rettifiche e altro	(8,6)	(3,7)	n.s.	(0,1)	0,2	n.s.
<b>Totale</b>	<b>146,3</b>	<b>160,7</b>	<b>9,8%</b>	<b>11,6</b>	<b>37,1</b>	<b>n.s.</b>

(1) A parità di perimetro e tasso di cambio per Thomson

## Thomson – Ebitda (like for like) in miglioramento grazie al mix diverso carta/internet

### CONTO ECONOMICO DI THOMSON

£ milioni	Q1'10 reported	Q1'10 like for like <sup>(1)</sup>	Q1'11	Variaz.		Variaz. like for like	
				mln	%	mln	%
<b>Ricavi</b>	<b>10,8</b>	<b>7,5</b>	<b>7,6</b>	<b>(3,2)</b>	<b>(29,6)%</b>	<b>0,1</b>	<b>1,3%</b>
Costi operativi e del lavoro	(11,9)	(11,0)	(9,9)	2,0	16,8%	1,1	10,0%
<b>Margine operativo lordo</b>	<b>(1,3)</b>	<b>(3,7)</b>	<b>(2,4)</b>	<b>(1,1)</b>	<b>(84,6)%</b>	<b>1,3</b>	<b>35,1%</b>
% ricavi	(12,0)%	(49,3)%	(31,6)%		19,6 pp		(17,7)pp
Stanziam. netti rettif. e a fondi per rischi ed oneri	(0,4)	(0,3)	(0,3)	0,1	25,0%	0,0	0,0%
<b>EBITDA</b>	<b>(1,7)</b>	<b>(3,9)</b>	<b>(2,7)</b>	<b>(1,0)</b>	<b>(58,8)%</b>	<b>1,2</b>	<b>30,8%</b>
% ricavi	(15,7)%	(52,0)%	(35,5)%		19,8 pp		(16,5)pp

(1) A parità di edizioni pubblicate

## Telegate – Ebitda in linea con le previsioni del FY'11

### CONTO ECONOMICO DI TELEGATE

<i>euro milioni</i>	Q1'10	Q1'11	Variaz.	
			mln	%
<b>Ricavi</b>	<b>30,4</b>	<b>28,3</b>	<b>(2,1)</b>	<b>(6,9)%</b>
Costi operativi e del lavoro	(24,1)	(23,7)	0,4	1,7%
<b>Margine operativo lordo</b>	<b>6,3</b>	<b>4,7</b>	<b>(1,6)</b>	<b>(25,4)%</b>
<i>% ricavi</i>	20,7%	16,6%		(4,1)pp
Stanziam. netti rettif. e a fondi per rischi ed oneri	(1,0)	(1,1)	(0,1)	(10,0)%
<b>EBITDA</b>	<b>5,3</b>	<b>3,6</b>	<b>(1,7)</b>	<b>(32,1)%</b>
<i>% ricavi</i>	17,4%	12,7%		(4,7)pp

## Stato patrimoniale

GRUPPO SEAT

<i>euro milioni</i>	Dec. 31, '10	March. 31, '11	Variaz.
Goodwill e Customer Data Base	<b>2.651,3</b>	<b>2.649,7</b>	<b>(1,5)</b>
Altri attivi non correnti	203,8	219,6	15,9
Passivi non correnti	(85,6)	(79,8)	5,8
Capitale circolante	289,5	245,5	(44,0)
Attività/Passività nette non correnti cessate/destinate ad essere cedute	(0,3)	(0,3)	0,0
Capitale investito netto	<b>3.058,7</b>	<b>3.034,8</b>	<b>(23,9)</b>
Totale patrimonio netto	374,7	353,6	(21,2)
Indebitamento finanziario netto - "contabile"	<b>2.684,0</b>	<b>2.681,2</b>	<b>(2,8)</b>
Totale	<b>3.058,7</b>	<b>3.034,8</b>	<b>(23,9)</b>
Indebitamento finanziario netto	<b>2.731,0</b>	<b>2.729,5</b>	<b>(1,5)</b>
Adeguamenti IAS	(47,0)	(48,3)	(1,2)
Indebitamento finanziario netto "contabile"	<b>2.684,0</b>	<b>2.681,2</b>	<b>(2,8)</b>

# Analisi del debito del Gruppo Seat al 31 marzo 2011

Al 31 marzo 2011

Debito (€m)	Ammontare	Ripagamento	Interessi
<b>DEBITO LORDO</b>	<b>2.892,3</b>		
• <b>Debito Bancario Senior</b>	<b>666,5</b>		
Tranche A (*)	219,7	Ammort. Giu. 2011 (*)/ Giu. 2012	Euribor+ 3,41%
Tranche B	446,8	Bullett Giu. 2013	Euribor+ 3,91%
Revolving e altre <sup>(1)</sup>	0	R.F. disponibile fino a Giu'12(**)	Euribor+ 3,41%
• <b>Debito subordinato vs. Lighthouse</b> <sup>(2)</sup>	<b>1.300,0</b>	Aprile 2014	Fisso 8%
• <b>Senior Secured Bond</b> <sup>(3)</sup>	<b>719,4</b>	Gennaio 2017	Fisso 10,5% (nominale)
• <b>Titoli Asset Backed</b>	<b>155,0</b>	H1 '11 <sup>(5)</sup> (***)	Comm.paper rate <sup>(4)</sup> +2,26% all-in
• <b>Leasing finanziario</b>	<b>51,4</b>	Ammort. Trim. fino a Marzo 2023	Euribor +0,65%
<b>Ratei e risconti finanziari netti e altr</b>	59,9		
Cassa e altre disp. Liquide equivalenti	(-222,7)		
<b>PFN DEL GRUPPO SEAT</b>	<b>2.729,5</b>		
<b>Rettifiche IAS:</b>			
Oneri di negoziazione	-56,8		
Derivati negativi Mark to Market e altri	8,5		
<b>PFN DEL GRUPPO – VAL.CONTABILE</b>	<b>2.681,2</b>		

(\*) Rata della Tranche A da 35 €m di giugno rimborsata in anticipo ad aprile '11  
 (\*\*) linea di credito revolving utilizzata ad aprile '11  
 (\*\*\*) Termine del programma di cartolarizzazione: dopo il rimborso volontario di 35 €m a gennaio (da 190 €m a 155 €m), ad aprile ulteriore rimborso di 114,5 €m

**Costo complessivo del debito per il Q1'11 all'8% dal 7% del Q1'10, a causa della diversa struttura del debito**

(1) Esigibile fino a 90 €m; la vecchia linea di credito da 30 €m scaduta a marzo 2011

(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) Valore nominale di 750 €m; 11% ytm del primo bond da 550 €m; 12,85% ytm del secondo bond da 200 €m

(4) Tasso comm. paper con un cap pari all'Euribor a 3M più 5 bps p.a.; margini al 2,26%

(5) La società ha deciso di non rinnovare il programma di ABS che è andato in ammortamento: rimborso integrale atteso entro giugno '11

