

## COMUNICATO STAMPA

**II CONSIGLIO DI AMMINISTRAZIONE APPROVA LA RELAZIONE FINANZIARIA SEMESTRALE AL 30 GIUGNO 2011, CHE REGISTRA UN CAMBIO DEI CRITERI DI CONTABILIZZAZIONE DEI RICAVI WEB E VOICE, REDATTA SUL PRESUPPOSTO DELLA CONTINUITA' AZIENDALE.**

**RICAVI consolidati a € 433,2 milioni, -5% a parità di edizioni pubblicate e di tassi di cambio ed in calo del 6,3% rispetto al primo semestre 2010 *rideterminato in base ai nuovi principi contabili*.**

**IN ITALIA RICAVI CORE SOSTENUTI DALLA CRESCITA (+77,8% rispetto al primo semestre 2010 *rideterminato*) DELL'ADVERTISING ONLINE E DELL'OFFERTA DI MARKETING ONLINE.**

- **EBITDA consolidato a € 150,2 milioni con una marginalità operativa del 34,7% (42,8% per Seat PG S.p.A), sostanzialmente stabile rispetto al 35,4% registrato nel primo semestre 2010 *rideterminato* (41,7% per Seat PG S.p.A.)**
- **FREE CASH FLOW OPERATIVO a € 188,4 milioni (-5,6% rispetto al primo semestre 2010 *rideterminato*), nonostante i maggiori investimenti industriali (+ 28% rispetto al primo semestre 2010) per lo sviluppo dell'offerta internet.**
- **Grazie a un deleverage di € 48,5 milioni nel solo primo semestre del 2011, INDEBITAMENTO FINANZIARIO NETTO al 30 giugno 2011 a € 2.682,5 milioni.**

**APPROVATE LE LINEE GUIDA STRATEGICHE PER IL PERIODO 2011-2013 E LE PROIEZIONI DI STIMA SINO AL 2015 CHE COSTITUISCONO IL PRESUPPOSTO DEI GIA' AVVIATI NEGOZIATI CON I CREDITORI, FINALIZZATI AL RIEQUILIBRIO DELLA STRUTTURA FINANZIARIA E PATRIMONIALE DELLA SOCIETA'.**

- **Focus sulle azioni di sviluppo del business in Italia, con l'obiettivo di posizionarsi come una "local internet company" fortemente radicata sul territorio nazionale.**
- **In Italia si stima un'evoluzione del mix dei ricavi a favore dell'online, con una quota dei ricavi internet sul totale che è attesa a circa il 65% nel 2013 e a circa l'80% nel 2015 e con un'incidenza percentuale dei servizi di marketing online pari a circa il 50% sul totale dei ricavi web.**
- **Sviluppo di nuovi modelli di business in grado di garantire ricavi addizionali rispetto a quelli tradizionali, quali il self provisioning e il couponing.**

**LA MODIFICA DEI CRITERI DI CONTABILIZZAZIONE DETERMINA PER LA CAPOGRUPPO LA RICORRENZA DEI PRESUPPOSTI DI CUI ALL'ART. 2446 DEL**



## **CODICE CIVILE. DELIBERATA LA CONVOCAZIONE DELL'ASSEMBLEA PER IL 6 OTTOBRE 2011.**

*Milano, 30 agosto 2011* - Il Consiglio d'Amministrazione di Seat Pagine Gialle S.p.A. – sotto la presidenza di Enrico Giliberti – ha approvato la Relazione finanziaria semestrale al 30 giugno 2011, predisposta ai sensi dell'art. 154-ter del TUF e le linee guida strategiche per il periodo 2011-2013 nonché le proiezioni di stima sino al 2015, illustrate dall'Amministratore Delegato, Ing. Alberto Cappellini.

### **Cambiamento dei criteri contabili dei ricavi web e voice**

Il cambiamento dei criteri contabili si è reso necessario alla luce della significativa evoluzione del *business model* avvenuta nel recente passato e i cui effetti quantitativi hanno assunto una notevole rilevanza a partire dal 2010 e ancor più nel 2011 in corso. Tale variazione consegue alla strategia di transizione da Società focalizzata sui prodotti *directories* cartacei a Società orientata verso i servizi di *directories on-line* e *on-voice* (prima) e verso servizi *web* innovativi (*web marketing services*).

Le modifiche dei criteri di rilevazione dei ricavi (e dei relativi costi) derivanti dall'erogazione dei servizi *web* e *voice* consistono in particolare nel rilevare i ricavi derivanti dalla pubblicazione di un'inserzione *on-line* (e *on-voice*) non più al momento della pubblicazione, ma lungo il periodo (contrattualmente pattuito, generalmente di 12 mesi) di permanenza *on-line* (e *on-voice*); analogamente, i costi diretti commerciali e di produzione editoriale saranno imputati a Conto Economico, tra i componenti negativi di reddito, con la medesima cadenza temporale dei corrispondenti ricavi.

Tale modifica peraltro consente alla Società di allineare le modalità di rilevazione dei ricavi e dei costi relativi ai servizi *web* e *voice* a quelle adottate dai propri peers europei e rappresenta un allineamento alla "*accepted industry practice*".

Le modifiche rappresentano un cambiamento dei principi contabili (*change in accounting policies*), ai sensi dello IAS 8.14(b).

Tenuto conto che la rettifica consiste in sostanza nel rideterminare il Conto Economico dell'esercizio 2010 e dei periodi infrannuali di *reporting* del 2011, rinviando i ricavi (e i costi) precedentemente contabilizzati tutti al momento dell'attivazione dei servizi lungo un periodo generalmente di 12 mesi a partire da tale attivazione, e che inoltre il monte dei ricavi (al netto dei costi) oggetto di tale rideterminazione ha avuto un forte *trend* di crescita in tali periodi, l'impatto netto della rettifica al momento in cui essa avviene, comporta una diminuzione dei risultati economici di competenza (in quanto rinviati ai periodi successivi).

Ai sensi dello IAS 8.19(b), la modifica dei criteri contabili è stata riflessa rettificando i Bilanci degli anni precedenti, e cioè rideterminando i valori economici, patrimoniali e finanziari di detti Bilanci.



Prendendo come riferimento l'esercizio 2010 (calcolato con i precedenti criteri) la forte crescita registrata in Italia nel 2010 dei ricavi online (+69,8%), è stata parzialmente rinviata in avanti comportando quindi sul 2010 circa 78 milioni di euro di minori ricavi. L'impatto sui costi è stato però molto inferiore (circa 9,5 milioni di euro) in quanto solo i costi direttamente correlati con i ricavi (tra cui quelli commerciali sono i più significativi) sono stati rideterminati. A livello di Gruppo i nuovi criteri hanno quindi comportato una riduzione dell'Ebitda di circa 67 milioni di euro (prevalentemente quindi legate alla attività Italiane) con un Ebitda di Gruppo che si è ridotto da 483 milioni di euro a 416 milioni di euro.

Per contro, trattandosi della modifica del criterio di contabilizzazione dei ricavi, che non incide dunque sui termini di fatturazione e di incasso nei confronti dei clienti, non si determina alcun impatto sui flussi di cassa operativi, come si evince dal Free Cash Flow operativo 2010, sostanzialmente identico con nuovi o precedenti criteri.

Si segnala inoltre che le significative riduzioni degli Ebitda 2010 e 2011 nel passaggio ai nuovi criteri, sostanzialmente concentrate nella seconda metà di entrambi gli esercizi, derivano dall'effetto di rinvio al futuro dell'elevata crescita dei ricavi web in tali anni. Ci si attende che il medesimo effetto tenda progressivamente a ridursi negli esercizi futuri.

Si rinvia per maggiori dettagli ai commenti e all'appendice inclusi nella Relazione finanziaria semestrale al 30 giugno 2011.

## **RISULTATI CONSOLIDATI AL 30 GIUGNO 2011**

### **Andamento dei ricavi**

I **ricavi delle vendite e delle prestazioni** ammontano nel primo semestre del 2011 a € 433,2 milioni con una riduzione del 6,3% rispetto al primo semestre 2010 *rideterminato* (€ 462,4 milioni). A parità di edizioni pubblicate e di tassi di cambio tra euro e sterlina, la diminuzione dei ricavi è stata di € 22,8 milioni, pari al -5%.

Al lordo delle elisioni tra Aree di Business, i ricavi delle vendite e delle prestazioni presentano i seguenti elementi:

- ricavi dell'Area di Business "Directories Italia" (SEAT Pagine Gialle S.p.A.): hanno raggiunto nel primo semestre 2011 € 335,4 milioni, in calo del 2,6% rispetto al primo semestre 2010 *rideterminato*. I prodotti core (carta-internet&mobile-telefono) hanno chiuso il semestre con ricavi in calo dell'1,5% rispetto allo stesso periodo dell'esercizio precedente, con una crescita organica del 32,7% dei ricavi dell'offerta pubblicitaria online tradizionale e di quelli provenienti dai servizi di marketing online. La crescita di questi due segmenti, insieme alla contabilizzazione separata della componente online dei ricavi delle PAGINEBIANCHE®, che tradizionalmente veniva computata tra i ricavi dei prodotti

cartacei, hanno permesso di accelerare il processo di evoluzione del mix dei ricavi a favore dell'online, che rappresentano nel semestre circa il 57% dei ricavi complessivi. A ridurre il tasso di crescita complessivo dei ricavi, sono stati, analogamente ai trimestri precedenti, il calo dei ricavi da traffico telefonico generati dai servizi 89.24.24 Pronto PAGINEGIALLE® e 12.40 Pronto PAGINEBIANCHE® e di alcuni prodotti minori (in particolare direct marketing e oggettistica promozionale), influenzati, tra l'altro, dal maggior focus commerciale della rete di vendita sui prodotti core, ed in particolare internet;

- ricavi dell'Area di Business "Directories UK" (gruppo Thomson Directories), che si sono attestati nel primo semestre 2011 a € 26,0 milioni, in diminuzione di € 13,2 milioni rispetto al primo semestre 2010 *rideterminato*. L'andamento dei ricavi ha riflesso il contesto particolarmente difficile del mercato delle directories nel Regno Unito, che ha avuto pesanti ripercussioni su tutti gli operatori media presenti; inoltre, la performance dei ricavi del primo semestre è stata penalizzata da un differente calendario di pubblicazione che ha visto la pubblicazione nei primi mesi dell'anno di 53 directories rispetto alle 73 pubblicate nei primi sei mesi dello scorso esercizio. A parità di elenchi pubblicati e di tassi di cambio tra euro e sterlina, i ricavi nel primo semestre del 2011 hanno fatto segnare un calo del 21%
- ricavi dell'Area di Business "Directory Assistance" (gruppo Telegate, Pagine Gialle Phone Service S.r.l. e Prontoseat S.r.l.) sono stati pari a € 61,0 milioni nel primo semestre 2011, in diminuzione di circa il 17% rispetto al primo semestre 2010 *rideterminato* (€ 73,5 milioni). Tale flessione è in parte imputabile al venir meno dei ricavi di Pagine Gialle Phone Service a seguito della cessione dei rami d'azienda destinati all'esercizio delle attività di call center degli uffici di Livorno e Torino. Il calo è altresì imputabile al gruppo Telegate che nel primo semestre 2011 ha consuntivato ricavi pari a € 55,9 milioni (-8,8% rispetto al primo semestre 2010 *rideterminato*). In particolare, in Germania i ricavi si sono attestati a € 51,2 milioni con un calo di circa il 7,9% rispetto al primo semestre 2010 *rideterminato*, per effetto delle difficoltà strutturali del mercato della directory assistance, con volumi di chiamate in costante diminuzione, solo in parte compensata dalla crescita dei ricavi internet (+€ 3,3 milioni).
- ricavi dell'Area di Business "Altre attività" (Europages S.A., Consodata S.p.A. e Cipi S.p.A.), che sono stati pari a € 20,7 milioni nel primo semestre 2011, in diminuzione di circa il 17% rispetto al primo semestre 2010 *rideterminato* (€ 24,9 milioni) principalmente per il calo dei ricavi di Europages e Consodata.

### **Andamento del MOL**

Il **marginale operativo lordo (MOL)**, di € 175,0 milioni nel primo semestre 2011, presenta una diminuzione di € 6,2 milioni rispetto al primo semestre 2010 *rideterminato* (€ 181,2 milioni). La marginalità operativa del primo semestre 2011 si è attestata al 40,4% (39,2% nel primo semestre 2010 *rideterminato*).

### **Stanziamenti netti rettificativi ed a fondi per rischi e oneri**

Gli **stanziamenti netti rettificativi ed a fondi per rischi e oneri**, di € 22,8 milioni nel primo semestre 2011, sono riferiti per € 15,2 milioni allo stanziamento ai fondi svalutazione crediti commerciali che, sebbene in diminuzione di € 2,1 milioni rispetto al primo semestre 2010 *rideterminato*, ha consentito di mantenere sostanzialmente inalterata la percentuale di copertura dei crediti scaduti. La voce include, inoltre, gli stanziamenti netti a fondi per rischi ed oneri operativi (negativi per € 7,6 milioni nel primo semestre 2011 e negativi per € 0,1 milioni nel primo semestre 2010 *rideterminato*) che nel primo semestre del 2010 beneficiavano di rilasci di € 4,5 milioni per il venir meno del rischi contrattuali verso gli operatori telefonici relativi alle tariffe di originazione delle chiamate da rete mobile.

### **Andamento dell'EBITDA**

Il **risultato operativo prima degli ammortamenti, degli oneri netti non ricorrenti e di ristrutturazione (EBITDA)**, di € 150,2 milioni nel primo semestre 2011, è diminuito dell'8,2% rispetto al primo semestre 2010 *rideterminato* (€ 163,6 milioni), con una marginalità operativa (34,7%) sostanzialmente stabile rispetto al primo semestre 2010 *rideterminato* (35,4%).

### **Andamento dell'EBIT**

Il **risultato operativo (EBIT)** si attesta nel primo semestre 2011 a € 92,9 milioni (€ 120,4 milioni nel primo semestre 2010 *rideterminato*), con un'incidenza sui ricavi pari al 21,4% (26% nel primo semestre 2010 *rideterminato*).

### **Risultato del periodo**

Il **risultato del periodo, di competenza del Gruppo**, è negativo per € 32,6 milioni (negativo per € 8,4 milioni nel primo semestre 2010 *rideterminato*).

### **Andamento del flusso di cassa operativo**

Il **free cash flow operativo**, generato nel corso del primo semestre 2011 (€ 188,4 milioni), inferiore di € 11,2 milioni rispetto a quello generato nel corso del primo semestre 2010 *rideterminato* (€ 199,6 milioni), riflette l'andamento dell'EBITDA, parzialmente compensato dalla variazione del capitale circolante operativo in aumento di € 14,1 milioni, nonché il calo di € 9,1 milioni dei flussi derivanti dalla variazione delle passività non correnti operative. Sull'andamento del free cash flow operativo ha inciso negativamente la crescita per € 4,5 milioni degli investimenti industriali (€ 20,5 milioni nel primo semestre 2011 vs € 16,0 milioni nel primo semestre 2010).



### **Andamento dell'indebitamento finanziario netto**

L'**indebitamento finanziario netto** al 30 giugno 2011 ammonta a € 2.682,5 milioni, in diminuzione di € 48,5 milioni rispetto al 31 dicembre 2010.

### **PRINCIPALI SOCIETA' DEL GRUPPO SEAT PAGINE GIALLE**

#### **SEAT PG S.p.A.**

I ricavi delle vendite e delle prestazioni di SEAT Pagine Gialle S.p.A., si sono attestati nel primo semestre 2011 a € 335,4 milioni, in calo del 2,6% rispetto al primo semestre 2010 rideterminato. Tale risultato ha riflesso una performance dell'offerta core (carta-internet&mobile-telefono) in calo solo dell'1,5% rispetto nonostante la flessione dei prodotti carta e telefono, grazie in particolare, alla crescita sostenuta delle attività internet (+77,8%), che rappresentano nel semestre circa il 57% dei ricavi complessivi.

Più in dettaglio:

- a) Ricavi core** : si sono attestati a € 303,3 milioni nel primo semestre 2011, in calo dell'1,5% rispetto allo stesso periodo dell'esercizio precedente. Risultano così composti:
- **carta**: i ricavi dei prodotti cartacei, pari a € 92,7 milioni nel primo semestre 2011, si sono ridotti del 48,3% rispetto al primo semestre 2010 con una diminuzione dei ricavi sia delle PAGINEBIANCHE® che delle PAGINEGIALLE®. Al calo della performance dei prodotti cartacei hanno, tuttavia, contribuito la recente decisione della Società di procedere allo scorporo della componente online dei ricavi delle PAGINEBIANCHE®, pari nel semestre a € 48,5 milioni, e la strategia commerciale adottata dalla Società di accelerare la vendita dei pacchetti multimediali (carta-internet&mobile-telefono). Tra le iniziative a sostegno dei prodotti cartacei annunciate ad inizio anno, si segnala, in particolare, la conclusione del test di vendita avviato a Bologna di PagineGialle Promotion (basato sulla raccolta di offerte promozionali degli operatori commerciali e distribuite attraverso un magazine dedicato, disponibile sia in versione cartacea che online), con la distribuzione di circa 90 mila copie;
  - **internet&mobile**: i prodotti online hanno consuntivato € 191,2 milioni di ricavi nel primo semestre 2011, in aumento del 77,8% rispetto al primo semestre 2010 *rideterminato*, includendo lo scorporo della componente online dei ricavi delle PAGINEBIANCHE®, pari nel semestre a € 48,5 milioni, al netto del quale la crescita complessiva dei ricavi dell'offerta pubblicitaria tradizionale e dei servizi di marketing online è stata del 32,7%, con una accelerazione della performance nel secondo trimestre (+34,1%) rispetto a quella del primo trimestre (+31,4%).



Tra le innovazioni di prodotto in fase di definizione per rafforzare ulteriormente la leadership di Seat PG nel segmento local, si segnalano l'offerta di couponing e l'avvio, dal mese di maggio, del nuovo progetto LaMiaImpresaOnline.it, nato da una partnership con Google, che prevede la possibilità per le piccole e medie imprese di realizzare siti web in modalità self provisioning e gratuita per il primo anno, con il superamento della soglia di 20 mila siti, di cui circa l'80% realizzati da non clienti di SEAT. Si segnala inoltre che a fine giugno, le applicazioni mobile di SEAT hanno raggiunto la soglia dei 1.150 mila download dai diversi application store nei quali sono disponibili, grazie a PagineGialle Mobile che ha raggiunto i 900 mila download e a 892424 Mobile e PagineBianche Mobile, le quali hanno entrambe raggiunto il traguardo dei 250 mila download;

- **telefono:** i ricavi pubblicitari dei servizi 89.24.24 Pronto PAGINEGIALLE® e 12.40 Pronto PAGINEBIANCHE® si sono attestati a € 19,4 milioni, in calo dell'8,5% rispetto al primo semestre 2010 *rideterminato*. Tale risultato ha riflesso una performance del secondo trimestre 2011 (+1,1%) in miglioramento rispetto a quella dei primi tre mesi del 2011 (-16%), nonostante le strategie commerciali sopra descritte, focalizzate soprattutto sulla vendita dei prodotti e dei servizi di marketing online.

**b) Altri ricavi e prodotti minori:** i ricavi derivanti dagli altri prodotti si sono attestati nel primo semestre 2011 a € 32,2 milioni, in diminuzione di € 4,1 milioni rispetto al primo semestre 2010. Si riferiscono, in particolare, ai ricavi da traffico telefonico (€ 23,3 milioni) generati dai servizi 89.24.24 Pronto PAGINEGIALLE® e 12.40 Pronto PAGINEBIANCHE®, in calo del 10,7% rispetto al primo semestre 2010. La voce include anche, tra gli altri, € 3,5 milioni di ricavi dei prodotti di Direct Marketing, delle attività di merchandising e dell'offerta Sky, in calo di € 2 milioni rispetto al primo semestre 2010.

**II MOL**, di € 164,6 milioni nel primo semestre 2011, ha presentato un incremento del 4,4% (€ 6,9 milioni) rispetto al primo semestre 2010 *rideterminato*, con un'incidenza sui ricavi del 49,1% (45,8% nel primo semestre 2010 *rideterminato*), grazie essenzialmente al contenimento dei costi operativi che ha più che compensato il calo dei ricavi.

**L'EBITDA** si è posizionato a € 143,6 milioni nel primo semestre 2011 sostanzialmente stabile rispetto al primo semestre 2010 *rideterminato*, con un'incidenza sui ricavi del 42,8% (41,7% nel primo semestre 2010 *rideterminato*).

## **THOMSON**

**I ricavi** delle vendite e delle prestazioni si sono attestati nel primo semestre 2011 a € 26,0 milioni (22,6 milioni di sterline), in diminuzione di € 13,2 milioni (11,5 milioni di sterline). La performance dei ricavi del primo semestre è stata penalizzata da un differente calendario di pubblicazione; a parità di elenchi pubblicati e di tassi di cambio tra euro e sterlina, i ricavi nel primo semestre del 2011 hanno fatto segnare un calo del 21% rispetto al primo semestre del 2010.



In aumento i ricavi internet che ammontano a € 12,8 milioni nel primo semestre 2011 (€ 11,2 milioni nel primo semestre 2010 *rideterminato*) per effetto della maggior penetrazione delle vendite di pacchetti multimediali (pari al 53% dei ricavi) nei canali di vendita telefonica e sul territorio.

**II MOL** pari a € 0,5 milioni è in calo rispetto al primo semestre 2010 *rideterminato* di € 8,6 milioni (€ 9,1 milioni). Il minor costo del lavoro ma soprattutto il significativo taglio dei costi per servizi, a seguito della politica di contenimento costi attuata dalla Società, ha consentito solo in parte di compensare il calo dei ricavi.

**L'EBITDA** negativo per € 0,4 milioni nel primo semestre 2011 (positivo per € 7,6 milioni nel primo semestre 2010 *rideterminato*) è in calo di € 8,0 milioni rispetto al primo semestre 2010 *rideterminato* e presenta un andamento in linea con il MOL. A parità di cambio e di elenchi pubblicati, il calo del margine si riduce a € 3,5 milioni.

### **TELEGATE**

**I ricavi** delle vendite e delle prestazioni sono diminuiti nel primo semestre 2011 del 8,8%, attestandosi a € 55,9 milioni (€ 61,3 milioni nel primo semestre 2010 *rideterminato*) a causa del continuo calo dei volumi chiamate dei servizi tradizionali di assistenza telefonica, inclusa la componente dei servizi a valore aggiunto e di quelli in outsourcing. In aumento i ricavi internet che si attestano a € 17,3 milioni.

**In Germania**, in particolare, dove continua il calo strutturale del mercato dei servizi di assistenza telefonica, i ricavi traffico voce si sono attestati a 34,0 milioni, registrando una contrazione del 18,5% rispetto allo stesso periodo dell'esercizio precedente; in termini di fatturato il calo del volume delle chiamate è stato solo in parte compensato da una crescita della durata e delle tariffe. Anche nel corso del 2011, Telegate ha continuato a perseguire un processo di trasformazione focalizzando le proprie attività sul mercato della Local Search attraverso un'offerta sempre più varia e proponendosi come marketing partner per le piccole e medie imprese. I ricavi pubblicitari internet nel primo semestre 2011 si sono attestati a € 17,2 milioni, pari a circa il 33,6% del totale ricavi realizzati in Germania (circa il 25% nel primo semestre 2010 *rideterminato*). La crescita è stata pari a € 3,3 milioni rispetto al primo semestre del 2010 *rideterminato* grazie ai ricavi derivanti dalla raccolta pubblicitaria, oltre al positivo contributo dei ricavi derivanti dalla vendita di Google Adwords™, programma pubblicitario che permette alle aziende di promuovere prodotti e servizi sul motore di ricerca dell'azienda americana.

**II MOL** si è attestato per il gruppo Telegate a € 9,0 milioni, in calo di circa € 3,9 milioni rispetto al primo semestre 2010 *rideterminato*. Tale risultato è principalmente imputabile al calo strutturale del mercato dei servizi di assistenza telefonica che si è riflesso nel decremento dei ricavi, solo in parte compensato da minori spese pubblicitarie e da risparmi sui costi per prestazioni di call center inbound.



L'EBITDA ammonta a € 6,8 milioni in diminuzione di € 4,3 milioni rispetto allo stesso periodo dell'esercizio precedente *rideterminato* e presenta un andamento in linea con il MOL.

### **Linee guida strategiche 2011 – 2013 e proiezioni di stima al 2015**

La Società continuerà a focalizzarsi sulle azioni di sviluppo del business in Italia, con l'obiettivo di posizionarsi come una *"local internet company"* fortemente radicata sul territorio nazionale. Accanto all'ampia offerta di mezzi pubblicitari multiplatforma (carta-internet&mobile-telefono), la Società manterrà, infatti, il focus strategico sui servizi di web marketing, attraverso la creazione di siti web personalizzati, lo sviluppo di contenuti multimediali, la visibilità sui motori di ricerca, i servizi di e-commerce e info-commerce e la presenza su mobile, al fine di favorire sempre più l'ingresso delle piccole e medie imprese sul web.

In particolare nel corso del prossimo triennio, la Società proseguirà la propria attività di sviluppo del business lungo alcune direttrici strategiche:

- Supporto dello *usage* attraverso l'innovazione delle piattaforme e lo sviluppo di nuovi applicativi mobile.
- Integrazione dei *brand* al fine di massimizzare le sinergie su tutte le piattaforme di prodotto.
- Sviluppo di *nuovi modelli di business* in grado di garantire ricavi addizionali rispetto a quelli tradizionali, quali la presenza sui social network, e le piattaforme in modalità self provisioning e il couponing.
- *Innovazione di prodotto* al fine di offrire agli utenti, informazioni dettagliate e sofisticati strumenti di ricerca, e ai propri inserzionisti un'ampia gamma di strumenti complementari di comunicazione pubblicitaria.
- *Strategia Go-to-market* con l'obiettivo di soddisfare al meglio le esigenze di comunicazione dei clienti e incrementare l'efficacia e la qualità dei prodotti e servizi forniti.
- Revisione del sistema di *customer care* per migliorare le relazioni con la base clienti e aumentarne il livello di soddisfazione.
- *Programma di contenimento dei costi operativi* per sostenere la marginalità del business, a fronte del cambiamento del mix dei ricavi a favore dell'online.
- Reingegnerizzazione dei processi secondo una logica di business incentrata sul web.

### **Linee Guida 2011 – 2013**

Nel corso del 2011, la Società continuerà a focalizzarsi sull'evoluzione dell'offerta dedicata alle piccole e medie imprese sul mercato italiano, per qualificarne la presenza sul web, e a far leva sulle potenzialità delle nuove tecnologie, per accrescere efficienza e competitività sui mercati locali, nazionali e internazionali.



*Local, mobile e social* rappresenteranno le direttrici strategiche dello sviluppo dei nuovi prodotti e servizi per il 2011 e includeranno alcune innovazioni quali i nuovi moduli, per arricchire di nuove funzionalità i siti web dei clienti SEAT, la presenza sui social network, la possibilità di utilizzare una piattaforma in modalità *self provisioning* e il *couponsing*. Tali innovazioni, che vanno ad implementare l'offerta di prodotto già esistente per le piccole e medie imprese (PMI) - che include tra gli altri la creazione di siti web personalizzati, lo sviluppo di contenuti multimediali, la visibilità sui motori di ricerca, i servizi di e-commerce e info-commerce e la presenza su mobile - consentiranno alla Società di affermarsi con il ruolo di *"local internet company"*.

Nel corso del ciclo di vendita 2011 è atteso un progressivo miglioramento del trend di contrazione della base clienti (-7% nel ciclo di vendita 2010) e soprattutto un sempre più marcato cambio del mix dei ricavi, che si prevede possa consentire alla Società di sostenere il business pur se in un contesto economico che si presenta ancora incerto.

In particolare, in Italia si attende un calo dei ricavi complessivi tra il 5% e il 7% rispetto al 2010 *rideterminato*, con una previsione di crescita dei ricavi dei prodotti online, comprensivi della componente online delle PAGINE BIANCHE®, maggiore del 50%, con un'incidenza dei servizi di marketing online attesa a circa il 30% sui ricavi web, grazie anche al previsto raggiungimento dell'obiettivo di vendita di 180 mila pacchetti multimediali complessivi. La marginalità del business in Italia è attesa essere superiore al 46%.

A livello di Gruppo, in uno scenario di ricavi comunque in calo, le azioni di contenimento dei costi operativi si prevede potranno contribuire a supportare l'EBITDA, atteso attestarsi tra 365 e 385 milioni di euro (415 e 435 milioni di euro con i precedenti principi contabili), in calo rispetto ai 416 milioni di euro del 2010 *rideterminato* (483 milioni di euro con i precedenti principi contabili). Il Free Cash Flow operativo è atteso beneficiare di un marcato miglioramento del capitale circolante operativo che beneficerà dei primi effetti del programma di riduzione dello stesso già avviato all'inizio dell'esercizio e dell'effetto positivo conseguente all'applicazione dei nuovi principi contabili.

## **2012- 2013**

In Italia si prevede nel ciclo di vendita 2012 una stabilizzazione e/o crescita della base clienti che, in esito al completamento della trasformazione della Società in una *"local internet company"*, porterà ad una ripresa dei ricavi, attesi riportarsi a fine 2013 sostanzialmente ai livelli del 2011.

A livello di Gruppo l'Ebitda, dopo un 2012 che registrerà il valore minimo nell'arco delle Linee Guida 2011 – 2013, per effetto soprattutto della minore marginalità legata al lancio di nuovi prodotti e servizi internet, è previsto nel 2013 riportarsi a valori (circa 360-380 milioni di euro) pressoché simili a quelli registrati nel 2011. A fini di chiarezza informativa si segnala che i corrispondenti valori dell'Ebitda di Gruppo applicando i precedenti principi contabili sono pari a circa 375 -395 milioni di euro, con una differenza tra nuovi e precedenti criteri contabili di circa



15 milioni nel 2013, e segnando quindi, come già evidenziato nella sezione “*Cambiamento dei criteri contabili*” un parziale recupero rispetto alla differenza di circa 67 milioni di euro nel 2010.

La prevista profonda trasformazione del business, che prevede un marcato cambio del mix dei ricavi dal print all'online, con all'interno del totale dei ricavi online una sempre crescente incidenza dei servizi di marketing online, richiederà un allineamento della struttura dei costi ai nuovi mix dei ricavi. A tale fine sono già state identificate una serie di azioni che consentiranno una riduzione dei costi operativi stimati in oltre 50 milioni di euro rispetto ad un trend inerziale, in particolare relativi alle attività tradizionali, che compenseranno in parte le maggiori risorse destinate allo sviluppo dei servizi di marketing online e consentiranno di mantenere in Italia, in coerenza con le peculiarità del mercato italiano, una marginalità nel 2013 comunque superiore al 45%.

La generazione di Free Cash Flow operativo è attesa rimanere a livelli elevati attestandosi a circa 1.100 milioni di euro cumulati nel triennio 2011-2013, sostenuta da una gestione mirata degli investimenti industriali attesi inferiori a 50 milioni di euro per anno, prevalentemente rivolti alla innovazione di prodotto e grazie all'apporto del programma di miglioramento del capitale circolante.

### **Proiezioni di stima del 2015**

Completata la trasformazione della Società in una “local internet company” è previsto che il trend di crescita continui anche nel corso del 2014 e 2015 quando le direttive strategiche sopra citate saranno completate e avranno dispiegato pienamente i loro effetti.

Nel periodo in Italia si stima un'evoluzione del mix dei ricavi a favore dell'online, con una quota dei ricavi internet sul totale che è attesa a circa l'80% nel 2015 e con un'incidenza percentuale dei servizi di marketing online pari a circa il 50% sul totale dei ricavi web. A livello di Ebitda di Gruppo le proiezioni al 2015 prevedono un valore superiore ai 400 milioni di euro (sostanzialmente identico applicando nuovi o precedenti criteri contabili).

L'approvazione delle Linee Guida 2011 - 2013 e delle proiezioni di stima al 2015 è in stretta connessione con i temi connessi al riequilibrio della struttura finanziaria e patrimoniale della Società, in quanto (i) fondano il presupposto logico circa la ragionevole aspettativa che i negoziati con i creditori possano addivenire a un esito tale da consentire e sostenere la prosecuzione delle attività operative secondo quanto previsto nelle Linee Guida e Proiezioni di Stima stesse; (ii) uno dei principali *output* delle Linee Guida e Proiezioni di Stima consiste nell'individuazione della capacità di generazione di cassa attesa nel periodo.

Per tale motivo, le Linee Guida e le Proiezioni di Stima saranno assoggettate a revisione da parte di un consulente indipendente (*Independent Business Review – IBR*), che è stato incaricato dalla Società in accordo con alcuni dei principali creditori finanziari ed individuato in PwC.

### **Convocazione Assemblea**

L'applicazione dei nuovi principi ha comportato una riduzione del Patrimonio Netto al 1° gennaio di circa € 144 milioni che, sommatasi alle perdite nette cumulate, ha portato al 30 giugno 2011 rispettivamente ad un Patrimonio Netto di Gruppo di € 192,3 milioni e ad un Patrimonio Netto della Capogruppo a € 201,5 milioni, determinando così per la Società la fattispecie prevista dall'art. 2446 del codice civile essendo le perdite nette cumulate superiori al terzo del capitale sociale.

Sulla base di quanto sopra descritto, il Consiglio di Amministrazione ha deliberato di dare mandato al Presidente di convocare l'Assemblea degli Azionisti in seduta straordinaria per il 6 ottobre 2011, in unica convocazione, al fine di adottare gli opportuni provvedimenti ai sensi e per gli effetti di cui all'articolo 2446 cod. civ.

Si precisa che la Relazione illustrativa del Consiglio di Amministrazione, ai sensi dell'art. 2446 del codice civile e dell'art. 74 del Regolamento Emittenti Consob, sarà resa disponibile, secondo i termini di legge. L'orientamento del Consiglio di Amministrazione è quello di proporre all'Assemblea di rinviare l'assunzione dei citati provvedimenti, ai sensi dell'art. 2446 cod. civ., ad una futura riunione assembleare, entro l'esercizio successivo.

### **Avvio tavoli tecnici per il riequilibrio finanziario di lungo termine**

Sono state avviate dagli advisor della Società numerose attività volte a creare il contesto negoziale necessario per l'avvio di trattative con i principali interlocutori di riferimento, allo scopo di conseguire una soluzione per la stabilizzazione di lungo termine della struttura finanziaria della Società.

L'avvenuta costituzione di un Comitato dei Bondholders Lighthouse, che per il tramite dei propri *advisor* Lazard e lo Studio Legale Latham & Watkins ha già intrapreso negoziazioni con la Società, nonché la manifestazione di disponibilità di RBoS (Senior Lender) e di un gruppo dei titolari di Senior Secured Notes a considerare soluzioni volte alla stabilizzazione di lungo termine della struttura finanziaria della Società, costituiscono elementi di positivo riscontro per una efficace gestione del processo negoziale.

La disponibilità delle Linee Guida consentirà nell'immediato di dare impulso alle trattative di natura più strettamente commerciale tra i soggetti a vario titolo interessati dall'operazione ed è dunque ragionevole attendersi che nel corso dei prossimi mesi potrà essere individuata e condivisa la piattaforma negoziale e le conseguenti soluzioni tecniche.

### **Impairment test**

L'approvazione delle Linee Guida e Proiezioni di Stima ha reso possibile effettuare l'*impairment test* degli avviamenti sulla base dei flussi prospettici e di parametri finanziari aggiornati.



In sede di bilancio 2010, in assenza di un piano pluriennale, la Società procedette al *test* limitando prudenzialmente l'arco temporale dei dati previsionali (budget 2011 e *sensitivity* 2012) e utilizzando quali parametri finanziari di valutazione i dati estratti dal *consensus* degli analisti.

Al fine dell'esecuzione del *test* al 30 giugno 2011, la Società si è avvalsa dell'assistenza di un primario professionista, che ha rilasciato perizia sui valori del citato *test* di *impairment* per la CGU Seat Pagine Gialle S.p.A., evidenziando la non necessità di procedere a svalutazioni dell'avviamento.

Con riferimento alle altre Società del Gruppo, il Consiglio di Amministrazione ha proceduto a seguito del *test* alle seguenti svalutazioni:

- svalutazione del credito finanziario verso il gruppo TDL per circa € 19 milioni e della partecipazione in Telegate holding per circa € 3,5 milioni, a livello civilistico;
- svalutazione del goodwill del gruppo TDL per circa € 16 milioni e del gruppo Telegate per circa € 1,3 milioni, a livello consolidato.

### **Continuità aziendale**

A causa delle incertezze riscontrate con particolare riguardo a taluni indicatori prospettici finanziari, rilevanti ai fini del mantenimento del presupposto della continuità aziendale, il Consiglio ha effettuato le necessarie verifiche, in esito alle quali ha acquisito la ragionevole aspettativa che, anche in considerazione della disponibilità dei vari creditori e interlocutori, si possa addivenire alla definizione di un'operazione consensuale di riequilibrio della struttura finanziaria del Gruppo coerente con i flussi di cassa attesi e idonea a supportare le attività operative declinate nelle Linee Guida e le Proiezioni di Stima. Per queste ragioni, si continua ad adottare il presupposto della continuità aziendale nella preparazione della relazione semestrale al 30 giugno 2011, come meglio specificato nella relazione semestrale.

\*\*\*\*\*

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"), 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 rischiosità 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 nel primo semestre 2011 e le Linee Guida 2011 - 2013 e Proiezioni di Stima al 2015 saranno illustrati dall'Amministratore Delegato, Alberto Cappellini durante la conference call che si terrà il 30 agosto, alle ore 14.30.

\*\*\*\*\*

Comunicazione Seat Pagine Gialle

Tel. +39.011.435.3030 – fax +39.011.435.3040

[Comunicazione.stampa@seat.it](mailto:Comunicazione.stampa@seat.it)

Investor Relations Seat Pagine Gialle +39.011.435.2600

[Investor.relations@seat.it](mailto:Investor.relations@seat.it)

Affari Legali e Societari Seat Pagine Gialle

[ufficio.societario@seat.it](mailto: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](mailto:f.vercellino@barabino.it)

[www.seat.it](http://www.seat.it)

## Gruppo SEAT Pagine Gialle

### Conto economico consolidato riclassificato

	1° semestre 2011	1° semestre 2010 rideterminato	Variazioni		Esercizio 2010 rideterminato
(milioni di euro)			Assolute	%	
<b>Ricavi delle vendite e delle prestazioni</b>	<b>433,2</b>	<b>462,4</b>	<b>(29,2)</b>	<b>(6,3)</b>	<b>1.034,4</b>
Costi per materiali e servizi esterni	(167,5)	(175,1)	7,6		(379,3)
Costo del lavoro	(90,7)	(106,1)	15,4		(198,9)
<b>Margine operativo lordo (MOL)</b>	<b>175,0</b>	<b>181,2</b>	<b>(6,2)</b>	<b>(3,4)</b>	<b>456,2</b>
% sui ricavi	40,4%	39,2%			44,1%
Stanziamenti netti rettificativi ed a fondi per rischi e oneri	(22,8)	(17,2)	(5,6)		(38,4)
Proventi ed oneri diversi di gestione	(2,0)	(0,4)	(1,6)		(1,3)
<b>Risultato operativo prima degli ammortamenti, degli oneri netti non ricorrenti e di ristrutturazione (EBITDA)</b>	<b>150,2</b>	<b>163,6</b>	<b>(13,4)</b>	<b>(8,2)</b>	<b>416,5</b>
% sui ricavi	34,7%	35,4%			40,3%
Ammortamenti e svalutazioni operative	(30,0)	(32,6)	2,6		(65,1)
Ammortamenti e svalutazioni extra-operative	(18,9)	(1,5)	(17,4)		(685,6)
Oneri netti di natura non ricorrente e di ristrutturazione	(8,4)	(9,1)	0,7		(40,6)
<b>Risultato operativo (EBIT)</b>	<b>92,9</b>	<b>120,4</b>	<b>(27,5)</b>	<b>(22,8)</b>	<b>(374,8)</b>
% sui ricavi	21,4%	26,0%			(36,2%)
Oneri finanziari netti	(129,5)	(118,8)	(10,7)		(254,0)
<b>Risultato prima delle imposte</b>	<b>(36,6)</b>	<b>1,6</b>	<b>(38,2)</b>	<b>n.s.</b>	<b>(628,8)</b>
Imposte sul reddito	4,5	(8,2)	12,7		(87,9)
<b>Utile (Perdita) da attività in funzionamento</b>	<b>(32,1)</b>	<b>(6,6)</b>	<b>(25,5)</b>	<b>n.s.</b>	<b>(716,7)</b>
Utile (Perdita) netto da attività non correnti cessate/destinate ad essere cedute	-	(0,2)	0,2		(0,2)
<b>Utile (perdita) del periodo</b>	<b>(32,1)</b>	<b>(6,8)</b>	<b>(25,3)</b>	<b>n.s.</b>	<b>(716,9)</b>
- di cui di competenza del Gruppo	(32,6)	(8,4)	(24,2)		(718,1)
- di cui di competenza dei Terzi	0,5	1,6	(1,1)		1,2

## Gruppo SEAT Pagine Gialle

### Conto economico complessivo consolidato

(milioni di euro)		1° semestre 2011	1° semestre 2010 rideterminato	Variazioni	Esercizio 2010 rideterminato
<b>Utile (perdita) del periodo</b>	<b>(A)</b>	<b>(32,1)</b>	<b>(6,8)</b>	<b>(25,3)</b>	<b>(716,9)</b>
Utili (perdite) per contratti "cash flow hedge"		7,4	(1,1)	8,5	9,6
Utili/(perdite) derivanti dalla conversione dei bilanci di imprese estere		1,0	(1,0)	2,0	(0,5)
Utili (perdite) attuariali		2,4	(1,5)	3,9	(1,2)
<b>Totale altri utili (perdite) al netto dell'effetto fiscale</b>	<b>(B)</b>	<b>10,8</b>	<b>(3,6)</b>	<b>14,4</b>	<b>7,9</b>
<b>Totale utile (perdita) complessiva del periodo</b>	<b>(A + B)</b>	<b>(21,3)</b>	<b>(10,4)</b>	<b>(10,9)</b>	<b>(709,0)</b>
- di cui di competenza del Gruppo		(21,8)	(12,0)	(9,8)	(710,2)
- di cui di competenza dei Terzi		0,5	1,6	(1,1)	1,2

## Gruppo SEAT Pagine Gialle

### Prospetto della situazione patrimoniale-finanziaria consolidato riclassificato

(milioni di euro)		Al 30.06.2011	Al 31.12.2010 rideterminato	Variazioni	Al 30.06.2010 rideterminato
Goodwill e customer data base		2.630,5	2.651,3	(20,8)	3.337,8
Altri attivi non correnti (*)		204,9	242,0	(37,1)	243,2
Passivi non correnti		(58,0)	(82,7)	24,7	(78,4)
Capitale circolante		63,4	102,3	(38,9)	116,7
Attività nette non correnti destinate ad essere cedute		(0,3)	(0,3)	-	0,1
<b>Capitale investito netto</b>		<b>2.840,5</b>	<b>2.912,6</b>	<b>(72,1)</b>	<b>3.619,4</b>
Patrimonio netto del Gruppo		192,3	213,6	(21,3)	911,9
Patrimonio netto di Terzi		13,3	15,0	(1,7)	18,8
<b>Totale patrimonio netto</b>	<b>(A)</b>	<b>205,6</b>	<b>228,6</b>	<b>(23,0)</b>	<b>930,7</b>
<b>Indebitamento finanziario netto</b>		<b>2.682,5</b>	<b>2.731,0</b>	<b>(48,5)</b>	<b>2.734,9</b>
Oneri di accensione, di rifinanziamento e di cartolarizzazione da ammortizzare		(52,8)	(60,8)	8,0	(69,6)
Adeguamenti netti relativi a contratti "cash flow hedge"		5,2	13,8	(8,6)	23,4
<b>Indebitamento finanziario netto "contabile"</b>	<b>(B)</b>	<b>2.634,9</b>	<b>2.684,0</b>	<b>(49,1)</b>	<b>2.688,7</b>
<b>Totale</b>	<b>(A+B)</b>	<b>2.840,5</b>	<b>2.912,6</b>	<b>(72,1)</b>	<b>3.619,4</b>

(\*) La voce include le "attività finanziarie disponibili per la vendita".

## Gruppo SEAT Pagine Gialle

### Flussi finanziari consolidati

(milioni di euro)	1° semestre 2011	1° semestre 2010 rideterminato	Variazioni	Esercizio 2010 rideterminato
Risultato operativo prima degli ammortamenti, degli oneri netti non ricorrenti e di ristrutturazione (EBITDA)	150,2	163,6	(13,4)	416,5
Interessi netti di attualizzazione di attività/passività operative	(0,8)	(1,6)	0,8	(2,7)
Diminuzione (aumento) capitale circolante operativo	70,6	56,5	14,1	48,1
(Diminuzione) aumento passività non correnti operative (*)	(11,1)	(2,0)	(9,1)	(6,1)
Investimenti industriali	(20,5)	(16,0)	(4,5)	(40,3)
(Plusvalenze) minusvalenze da cessione di attivi non correnti operativi	-	(0,9)	0,9	(0,9)
<b>Free cash flow operativo</b>	<b>188,4</b>	<b>199,6</b>	<b>(11,2)</b>	<b>414,6</b>
Pagamento di interessi ed oneri finanziari netti	(112,8)	(85,8)	(27,0)	(196,4)
Pagamento di oneri capitalizzati su rifinanziamento	-	(22,2)	22,2	(26,5)
Pagamento di imposte sui redditi	(5,2)	(4,3)	(0,9)	(85,4)
Pagamento di oneri non ricorrenti e di ristrutturazione	(15,0)	(28,0)	13,0	(35,1)
Distribuzione di dividendi	(2,3)	(3,4)	1,1	(3,4)
Acquisto azioni proprie Telegate AG	-	-	-	(3,4)
Flussi netti da "Attività non correnti cessate/destinate ad essere cedute"	-	(0,1)	0,1	(0,2)
Effetto cambi ed altri movimenti	(4,6)	(28,0)	23,4	(32,5)
<b>Variazione dell'indebitamento finanziario netto</b>	<b>48,5</b>	<b>27,8</b>	<b>20,7</b>	<b>31,7</b>

(\*) La variazione esposta non include gli effetti non monetari derivanti dagli utili e perdite attuariali contabilizzati a patrimonio netto.

## Gruppo SEAT Pagine Gialle

### Infomazioni per Area di Business

(milioni di euro)		Directories Italia	Directories UK	Directory Assistance	Altre Attività	Totale Aggregato	Elisioni e altre rettifiche	Totale Consolidato
Ricavi delle vendite e delle prestazioni	1° semestre 2011	335,4	26,0	61,0	20,7	443,1	(9,9)	433,2
	1° semestre 2010 rideterminato	344,3	39,2	73,5	24,9	481,9	(19,5)	462,4
	Esercizio 2010 rideterminato	797,5	73,6	140,7	55,1	1.066,9	(32,5)	1.034,4
Margine operativo lordo (MOL)	1° semestre 2011	164,6	0,5	9,2	0,4	174,7	0,3	175,0
	1° semestre 2010 rideterminato	157,7	9,1	13,7	0,4	180,9	0,3	181,2
	Esercizio 2010 rideterminato	411,9	13,6	25,9	4,4	455,8	0,4	456,2
Risultato operativo prima degli ammortamenti e degli oneri netti non ricorrenti e di ristrutturazione (EBITDA)	1° semestre 2011	143,6	(0,4)	6,9	0,1	150,2	-	150,2
	1° semestre 2010 rideterminato	143,5	7,6	12,5	0,1	163,7	(0,1)	163,6
	Esercizio 2010 rideterminato	378,4	10,6	23,7	4,0	416,7	(0,2)	416,5
Risultato operativo (EBIT)	1° semestre 2011	112,8	(18,3)	0,6	(2,3)	92,8	0,1	92,9
	1° semestre 2010 rideterminato	114,0	4,8	4,6	(3,0)	120,4	-	120,4
	Esercizio 2010 rideterminato	(356,5)	(8,5)	(7,3)	(2,4)	(374,7)	(0,1)	(374,8)
Totale attività	30 giugno 2011	3.463,8	67,2	208,2	45,2	3.784,4	(89,6)	3.694,8
	30 giugno 2010 rideterminato	4.280,8	127,8	249,9	309,2	4.967,7	(345,9)	4.621,8
	31 dicembre 2010 rideterminato	3.580,0	101,4	217,4	248,8	4.147,6	(305,9)	3.841,7
Totale passività	30 giugno 2011	3.397,3	85,7	74,9	37,1	3.595,0	(105,9)	3.489,1
	30 giugno 2010 rideterminato	3.513,3	138,1	80,0	299,0	4.030,4	(339,2)	3.691,2
	31 dicembre 2010 rideterminato	3.469,0	127,6	81,0	238,5	3.916,1	(303,0)	3.613,1
Capitale investito netto	30 giugno 2011	2.734,5	8,9	88,6	15,2	2.847,2	(6,7)	2.840,5
	30 giugno 2010 rideterminato	3.459,3	41,4	110,9	14,6	3.626,2	(6,8)	3.619,4
	31 dicembre 2010 rideterminato	2.794,8	24,2	85,5	14,9	2.919,4	(6,8)	2.912,6
Investimenti industriali	1° semestre 2011	14,6	1,5	2,5	1,8	20,4	0,1	20,5
	1° semestre 2010	12,1	0,9	1,5	1,5	16,0	-	16,0
	Esercizio 2010	31,3	2,1	2,7	4,4	40,5	(0,2)	40,3
Forza lavoro media	1° semestre 2011	1.027	630	1.922	333	3.912	-	3.912
	1° semestre 2010	1.219	687	2.444	373	4.723	-	4.723
	Esercizio 2010	1.129	676	2.327	361	4.493	-	4.493
Agenti di vendita (numero medio)	1° semestre 2011	1.406	-	2	43	1.451	-	1.451
	1° semestre 2010	1.593	-	2	43	1.638	-	1.638
	Esercizio 2010	1.565	-	2	41	1.608	-	1.608