



Risultati dei Primi Nove Mesi 2011

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

Milano, 9 Novembre 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 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.

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.

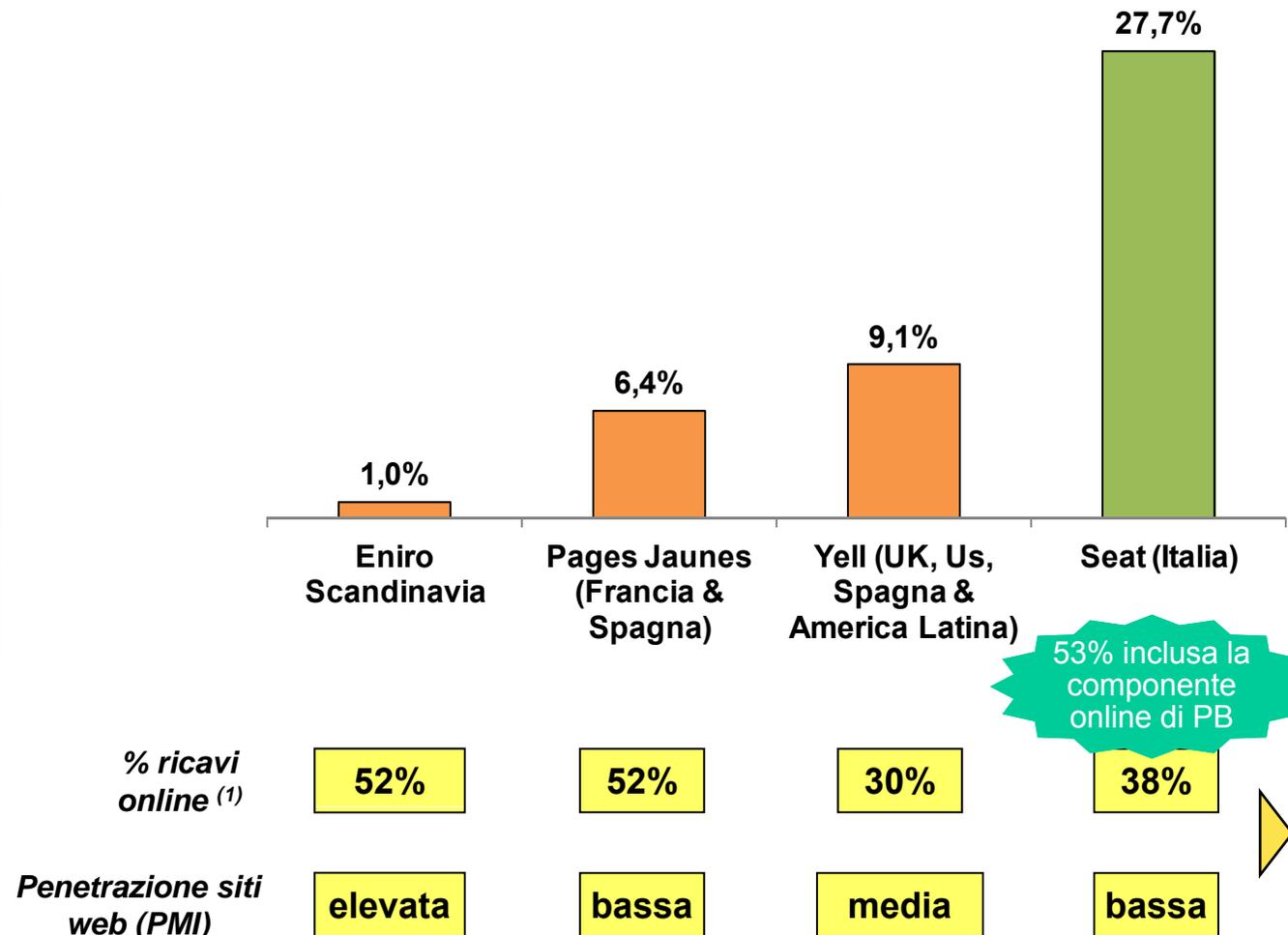
I dati contabili esposti nelle presenti diapositive sono tratti dalla Relazione trimestrale al 30 settembre 2011, da depositarsi ai sensi di legge. Il Dirigente preposto alla redazione dei documenti contabili societari, dott. Massimo Cristofori, CFO, dichiara, ai sensi dell'art. 154-bis comma 2 del Testo 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.

Indice

Risultati del gruppo	
Andamento del core business in Italia	
Current trading	
Andamento dei business internazionali	
Outlook 2011	
Appendice	

Nei 9M'11 crescita (+27,7%) dell'offerta pubblicitaria e dei servizi di marketing online, grazie alla strategia commerciale

SEAT S.p.A. vs. MERCATI EU: POSIZIONAMENTO SULL'ONLINE



La Società sta accelerando la crescita dei ricavi online grazie a:

- Diffusione di internet più bassa rispetto agli altri paesi europei
- Penetrazione dei siti web per le PMI ancora bassa in Italia rispetto agli altri paesi (~37%)

Note: Eniro Scandinavia (include "deferral method + media products"); Yell (include servizi digitali e di directory)

(1) Basate sul totale dei ricavi

Risultati principali raggiunti nei 9M'11

Gruppo

- 1 OFCF solido e deleverage nonostante i minori ricavi, i maggiori investimenti ed il più elevato costo del debito, grazie al contenimento dei costi e al miglioramento del capitale circolante

Core Business in Italia

- 2 Ricavi core in calo del 9,4%:
 - Impattati dal calo del Q3'11 a causa della contabilizzazione separata della componente online dei ricavi delle PB con un diverso mix YonY. Il trend non è rappresentativo della performance dell'anno
 - Sostenuto dalla crescita (+27,7%) dei ricavi delle directories e dei servizi di marketing online (+70,7% inclusa la contabilizzazione separata della componente online dei ricavi delle PB)
 - Migrazione dal print all'online accelerata dalla strategia multimediale (~62mila nuovi pacchetti multimediali venduti) e dalla contabilizzazione separata della componente online dei ricavi delle PB
- 3 Primi risultati positivi⁽¹⁾ da (i) LaMiaImpresaOnline.it (>27mila siti web, la maggior parte dei quali non erano di clienti Seat); (ii) app4site (>3,8mila clienti); (iii) social business (>5,3k clienti); offerta di couponing lanciata ad ottobre (siglata una partnership con Glamoo)
- 4 Il trend della base clienti per il ciclo di vendita 2011, conferma un miglioramento grazie ad un minore tasso d'abbandono e all'aumento dei nuovi clienti
- 5 Gross Operating margin stabile, nonostante la perdita sui ricavi, grazie al contenimento dei costi e all'efficienza operativa. Ebitda margin al 47,4% in linea con la guidance FY'11

Business Internazionali

- 6 Telegate e Thomson continuano l'evoluzione verso la multimedialità (i ricavi online dei 9M'11 evidenziano un rialzo di più del 20% per entrambe le società)
- 7 Sentenza in favore di telegate sulle controversie con DT in merito ai costi connessi alla fornitura dei dati degli abbonati telefonici per circa 94 €m (inclusi gli interessi e al lordo delle tasse)

(1) Basato sui dati di acquisito – ciclo di vendita 2011

Margini di Gruppo elevati nonostante i minori ricavi grazie alle attività di contenimento dei costi

CONTO ECONOMICO DEL GRUPPO SEAT⁽¹⁾

euro milioni	Ricavi (nuovi criteri) ⁽³⁾			Ebitda (nuovi criteri) ⁽³⁾		
	9M'10	9M'11	Variatz.	9M'10	9M'11	Variatz.
Attività italiane	642,8	572,2	(11,0)%	307,6	258,9	(15,8)%
Seat S.p.A	605,2	546,2	(9,7)%	307,1	259,1	(15,6)%
Altre attività italiane ⁽²⁾	37,6	26,0	(30,9)%	0,5	(0,2)	n.s.
Attività internazionali	158,9	137,7	(13,3)%	23,9	14,2	(40,6)%
Thomson	52,9	41,7	(21,2)%	6,3	1,4	(77,8)%
Telegate	92,8	83,6	(9,9)%	16,8	11,2	(33,3)%
Europages	13,2	12,4	(6,1)%	0,8	1,6	100,0%
Elisioni, rettifiche e altro	(24,7)	(14,3)	n.s.	0,1	(0,1)	n.s.
Totale	777,0	695,6	(10,5)%	331,7	273,0	(17,7)%
<i>Ebitda margin</i>				42,7%	39,2%	(3,5)pp

In Italia ricavi in ribasso del 9,7% (ricavi core in diminuzione del 9,4%) impattati dal calo del Q3'11, ma sostenuti dalla crescita (+27,7%) delle directories e dei servizi di mkt online (+70,7%) incluso l'unbundling dei ricavi delle PB

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 like for like di TDL in calo del 16,9% in GBP, ma rialzo a doppia cifra per quelli online (+23,4%, al 42% del totale ricavi)

Ebitda di Telegate a 11,2 €m, in linea con le previsioni per il FY'11 (≥ 13 €m)

Marginalità a livello di Gruppo sostanzialmente stabile grazie alle attività di contenimento dei costi

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

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

(3) A parità di criteri di contabilizzazione dei ricavi e dei costi per Seat, Consodata, Thomson, Telegate e Europages

FCF operativo solido e deleverage nonostante i maggiori investimenti ed il più elevato costo del debito, grazie al miglioramento del capitale circolante

FREE CASH FLOW OPERATIVO E DELEVERAGE DEL GRUPPO SEAT

euro milioni	9M'10	9M'11	Variaz.	
	Nuovi criteri ⁽¹⁾		mln	%
Ebitda	331,7	273,0	(58,7)	(17,7)%
Diminuzione (aumento) capitale circolante	1,6	63,0	61,4	n.s.
Diminuzione (aumento) passività non correnti	(8,4)	(13,4)	(5,0)	(59,6)%
Investimenti industriali	(23,4)	(31,9)	(8,5)	(36,4)%
Free Cash Flow operativo	301,4	290,7	(10,8)	(3,6)%
Interessi finanziari netti pagati	(126,9)	(155,2)	(28,3)	(22,3)%
Costi di transazione pagati relativi all'SSB	(22,2)	0,0	22,2	n.s.
Imposte pagate	(31,9)	(60,8)	(28,9)	(90,5)%
Oneri non ricorrenti e di ristrutturazione	(21,2)	(23,5)	(2,3)	(10,8)%
Altri	(57,5)	(23,1)	34,4	59,9%
Deleverage	41,7	28,1	(13,6)	(32,7)%
	FY 2010	9M'11	Variaz.	
			mln	
Indebitamento Finanziario Netto	2.731,0	2.703,0	(28,1)	

Capitale circolante in miglioramento grazie anche al progetto di ottimizzazione

Investimenti in leggero aumento, principalmente per lo sviluppo dei prodotti internet

La somma degli interessi pagati + quelli maturati (inclusi nella voce Altri) passa da 162,4 €m nei 9M'10 a 173,5 €m nei 9M'11, a fronte del maggiore costo del debito (8,45% vs. 7,3% nei 9M'10) dovuto alla diversa struttura del debito

Tasse pagate in aumento (es. customer DB) a fronte del venir meno delle ottimizzazioni fiscali del passato

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

La voce Altri include la variazione degli interessi maturati da pagare nei prossimi trimestri

(1) A parità di criteri di contabilizzazione dei ricavi e dei costi per Seat, Consodata, Thomson, Telegate e Europages

Alla fine del mese di settembre 2011, la Società ha una liquidità solida

Debito	Ammontare (€m)	Ripagamento	Interessi
DEBITO LORDO	2.792,4	Debito bancario senior (€m)	
• Debito Bancario Senior	721,3	Esistente a fine periodo	
Tranche A	184,5	2011	35
Tranche B	446,8	2012	149
Revolving e altre	90,0	2013	447
• Debito subordinato vs. Lighthouse⁽¹⁾	1.300,0		0
• Senior Secured Bond ⁽²⁾	721,1	Linea Revolving (€m)	
• Titoli Asset Backed	0,0	2012	90
• Leasing finanziario⁽³⁾	50,0	Lighthouse Bond (€m)	
Ratei e risconti finanziari netti e altri	66,9	2014	1.300
Cassa e altre disponibilità liquide equivalenti	-156,3	Senior Secured Bond (€m)	
PFN DEL GRUPPO SEAT	2.703,0	2017	750
			0
Rettifiche IAS:		Linea di capitale circolante interamente utilizzata ad Aprile '11	
Oneri di negoziazione	-48,3	Titoli ABS interamente rimborsati il 15 giugno 2011	
Derivati negativi Mark to Market e altri	3,3	Costo del debito complessivo 9M'11 all'8,45%	
PFN DEL GRUPPO – VAL.CONTABILE	2.658,0	Costo del debito atteso per il FY'11 all'8,50	
		2011-'13	2014-'15
% debito a tasso fisso/coperto su debito totale		~81%	~96%

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

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

(3) Al netto della riserva IAS per -4,1€m alla fine di Sett. 2011

Indice

Risultati del gruppo	
Andamento del core business in Italia	
Current trading	
Andamento dei business internazionali	
Outlook 2011	
Appendice	

Il Q3'11 impattato dall'unbundling delle PB (a causa di un diverso mix YonY), con il calo del print e la crescita dell'online influenzati dai nuovi criteri contabili

SEAT S.p.A.- BREAK-DOWN DEI RICAVI PB PRINT E ONLINE

<i>euro milioni</i>	Q1'11 vs. Q1'10	Q2'11 vs. Q2'10	Q3'11 vs. Q3'10	Q4'11 vs. Q4'10
Ricavi	Variaz.	Variaz.	Variaz.	Variaz. (E)
-PB print unbundled	(10,4)	(49,9)	(66,8)	
-PB online unbundled	20,6	27,9	25,7	+
PB print&online bundled	10,2	(22,0)	(41,1)	

- Nel Q1'10 e Q2'10 ricavi delle PB print & online ancora bundled
- Nel Q1'11 anticipazione dei ricavi delle PB online riferiti al ciclo di vendita 2011/2012
- Nel Q2'11 riassorbimento dell'impatto positivo sul Q1'11

Il Q3'11 impattato dall'unbundling dei ricavi delle PB con un diverso mix YonY:

- PB print: in calo di 66,8 €m (vs. 60,3 €m nell'H1'11) poichè l'unbundling nel Q3'11 ha interessato un n# elevato di libri nei quali la % delle PB è superiore alla media
- PB online: in aumento di 25,7 €m impattate dai nuovi criteri contabili (efficaci dall'H1'11)

Nel Q4'11 atteso un recupero dei ricavi delle PB sia print che online

Nei 9M'11 ricavi core sostenuti dalla crescita (+27,7%) delle directories e dei servizi di marketing online (+70,7% incluso l'unbundling delle PB)

SEAT S.p.A.- ANALISI DEI RICAVI

euro milioni	9M'10	9M'11	Variaz.	
	Nuovi criteri ⁽³⁾		mln	%
Ricavi				
Ricavi Core	550,2	498,5	(51,8)	(9,4)%
Pubblicità su prodotti cartacei	351,9	182,9	(169,0)	(48,0)%
-Pagine Gialle	134,5	92,6	(41,9)	(31,1)%
-Pagine Bianche unbundled ⁽¹⁾	217,5	90,4	(127,1)	(58,5)%
Pubblicità su online e servizi	168,2	287,1	118,9	70,7%
-Directories online & servizi di marketing	161,2	205,9	44,7	27,7%
-Pagine Bianche unbundled ⁽¹⁾	7,0	81,2	74,2	n.s.
Pubblicità su telefono	30,1	28,4	(1,7)	(5,6)%
-89.24.24 Pronto Pagine Gialle	25,3	20,6	(4,6)	(18,4)%
-12.40 Pronto Pagine Bianche	4,9	7,8	3,0	60,6%
Altri⁽²⁾	55,0	47,7	(7,2)	(13,1)%
Totale	605,2	546,2	(59,0)	(9,7)%
Mix ricavi (% ricavi core)				
-Pubblicità su prodotti cartacei	64,0%	36,7%	(27,3) pp	
-Pubblicità su online e servizi	30,6%	57,6%	+27,0 pp	
-Pubblicità sul telefono	5,5%	5,7%	+0,2 pp	

Performance dei ricavi core 9M'11:

- Impattata dal calo del Q3'11 (-19,4%) a causa dell'unbundling dei ricavi delle PB con un diverso mix YoY
- Sostenuta dalla crescita (+27,7%) delle directories e dei servizi di mkt online (+70,7% incluso l'unbundling dei ricavi delle PB)
- Inclusa l'accelerazione del calo del print, ottenuto attraverso la strategia dei pacchetti multimediali e l'unbundling dei ricavi delle PB

Altri prodotti in calo a causa soprattutto del calo dei ricavi da traffico telefonico (~74% del totale), dei prodotti di direct marketing e delle attività di merchandising

I ricavi online dei 9M'11 rappresentano il 58% del totale dei ricavi core (incluso l'unbundling dei ricavi 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)

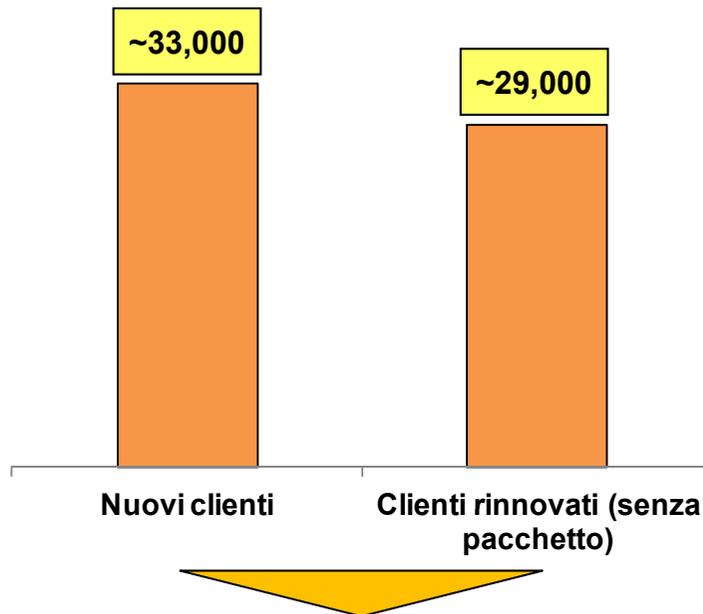
(2) Ricavi da traffico telefonico dei prodotti voice e altri

(3) A parità di criteri di contabilizzazione dei ricavi (non incluso nell'H1'10 l'unbundling delle PB, contabilizzato a partire da luglio '10)

Successo della vendita dei pacchetti multimediali, con elevato focus sull'acquisizione dei nuovi clienti e sull'incremento della penetrazione nella fascia bassa di mercato

SEAT S.p.A.- STRATEGIA MULTIMEDIALE E KPIs DEI 9M'11

**Nuovi Pacchetti Multimediali nei 9M'11
(~62,000)**



- Arpa totale: ~1.100 € (inferiore al 2010) dovuta all'accelerazione dell'acquisizione dei nuovi clienti in relazione a specifiche gare di vendita nei 9M'11
- Crescita Arpa sui clienti rinnovati (senza pacchetti nel 2010): +17,5% nei 9M'11

**Pacchetti Multimediali venduti nel 2010
~112k**

Nei 9M'11 ~64k pacchetti multimediali (venduti nel 2010) sono già stati lavorati:

- Confermata una negatività molto bassa, solo legata a problematiche di credito (~6%)
- 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 settembre 2011: ~170k

Nei 9M'11 crescita dello usage del 21,4% grazie al traffico mobile e dei siti web

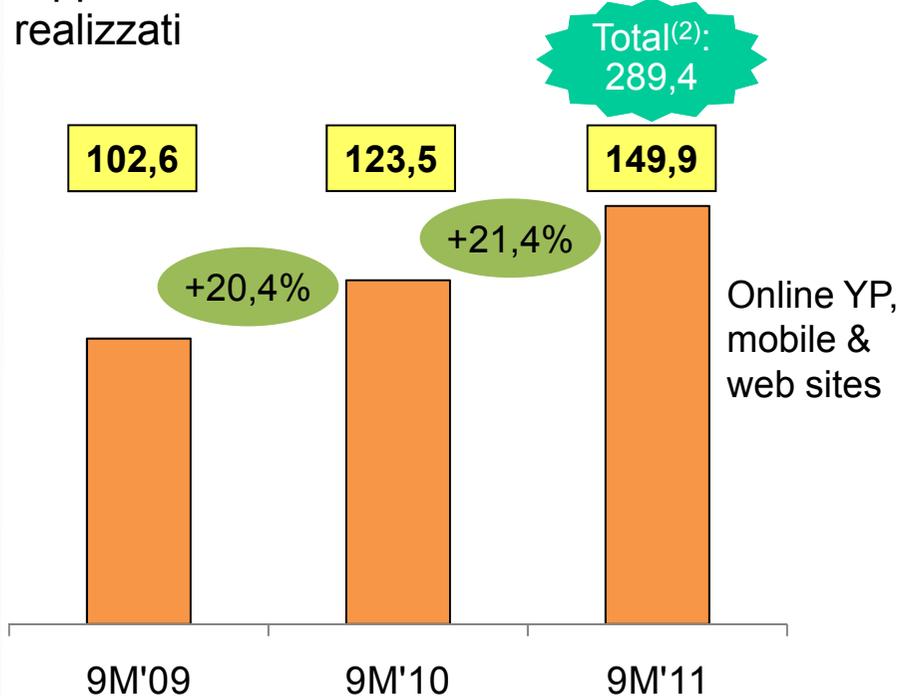
SEAT S.p.A.- USAGE PG.it, MOBILE, WEB SITES e KPIs
PGMOBILE

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

Visite PG.it, mobile e siti web⁽¹⁾

milioni

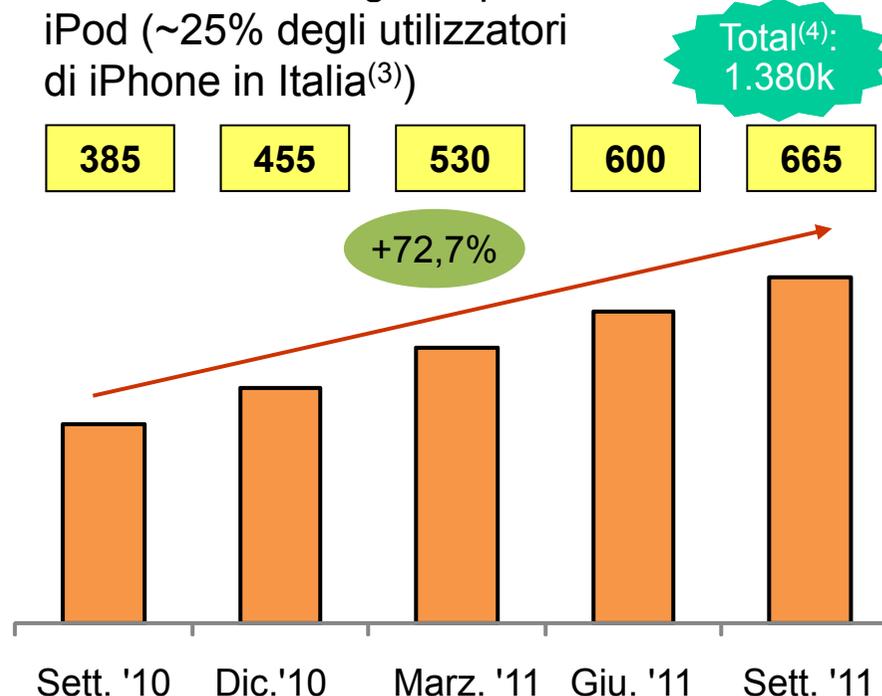
Nei 9M'11, il ~31% dello usage totale è rappresentato da mobile e siti web realizzati



Download Applicazioni PG Mobile da iTunes

'000

A settembre 2011, 665k applicazioni PG Mobile scaricate gratis per iPhone, iPad e iPod (~25% degli utilizzatori di iPhone in Italia⁽³⁾)



(1) Fonte: SiteCensus-Nielsen Netratings

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

(3) Fonte: Comscore

(4) Inclusive le applicazioni scaricate per PG iPhone, iPad e iPod; Blackberry, Android, Windows Phone 7, Nokia Ovi, Samsung Bada e per PB mobile & 89.24.24 iPhone

Gross Operating margin dei 9M'11 stabile, nonostante la perdita sui ricavi, grazie al contenimento dei costi e all'efficienza operativa

SEAT S.p.A. - ANALISI DEI COSTI

euro milioni	9M'10	9M'11	Variaz.	
	Nuovi criteri		mln	%
Ricavi	605,2	546,2	(59,0)	(9,7)%
Costi industriali	(90,4)	(85,5)	4,9	5,5%
% ricavi	14,9%	15,6%		0,7pp
Costi generali e del lavoro	(96,8)	(87,7)	9,0	9,3%
% ricavi	16,0%	16,1%		0,1pp
Costi commerciali	(79,1)	(70,7)	8,4	10,6%
% ricavi	13,1%	12,9%		(0,2)pp
Costi di pubblicità	(12,5)	(12,0)	0,6	4,6%
% ricavi	2,1%	2,2%		0,1pp
Totale costi	(278,8)	(255,9)	23,0	8,2%
% ricavi	46,1%	46,8%		0,7pp
Margine Operativo Lordo	326,4	290,3	(36,0)	(11,0)%
% ricavi	53,9%	53,2%		(0,7)pp
Stanziam. netti rettif. e a fondi per rischi ed oneri	(19,2)	(31,2)	(12,0)	(62,5)%
EBITDA	307,1	259,1	(48,1)	(15,6)%
% ricavi	50,8%	47,4%		(3,4)pp

- Dal Q3'11 nuova riclassificazione dei costi industriali che ora include i compensi editori ⁽¹⁾ (prima contabilizzati nei costi commerciali)

- In % dei ricavi, costi generali, del lavoro e commerciali stabili grazie al contenimento dei costi e all'efficienza operativa

Gross Operating margin stabile, nonostante la perdita sui ricavi

- In % dei ricavi, riduzione degli accantonamenti al fondo svalutazione crediti da ~3,6% a ~2,6% (la copertura dello scaduto (~42%) rimane sostanzialmente in linea con quella di fine dicembre 2010)

- Accantonamenti al fondo rischi commerciali in crescita di ~0,7 €m like for like (nell'H1'10 beneficiava di un rilascio one-off di ~4,5 €m relativi ad una controversia del 2007 sui costi del traffico)

Ebitda margin al 47,4% in linea con la guidance del FY'11

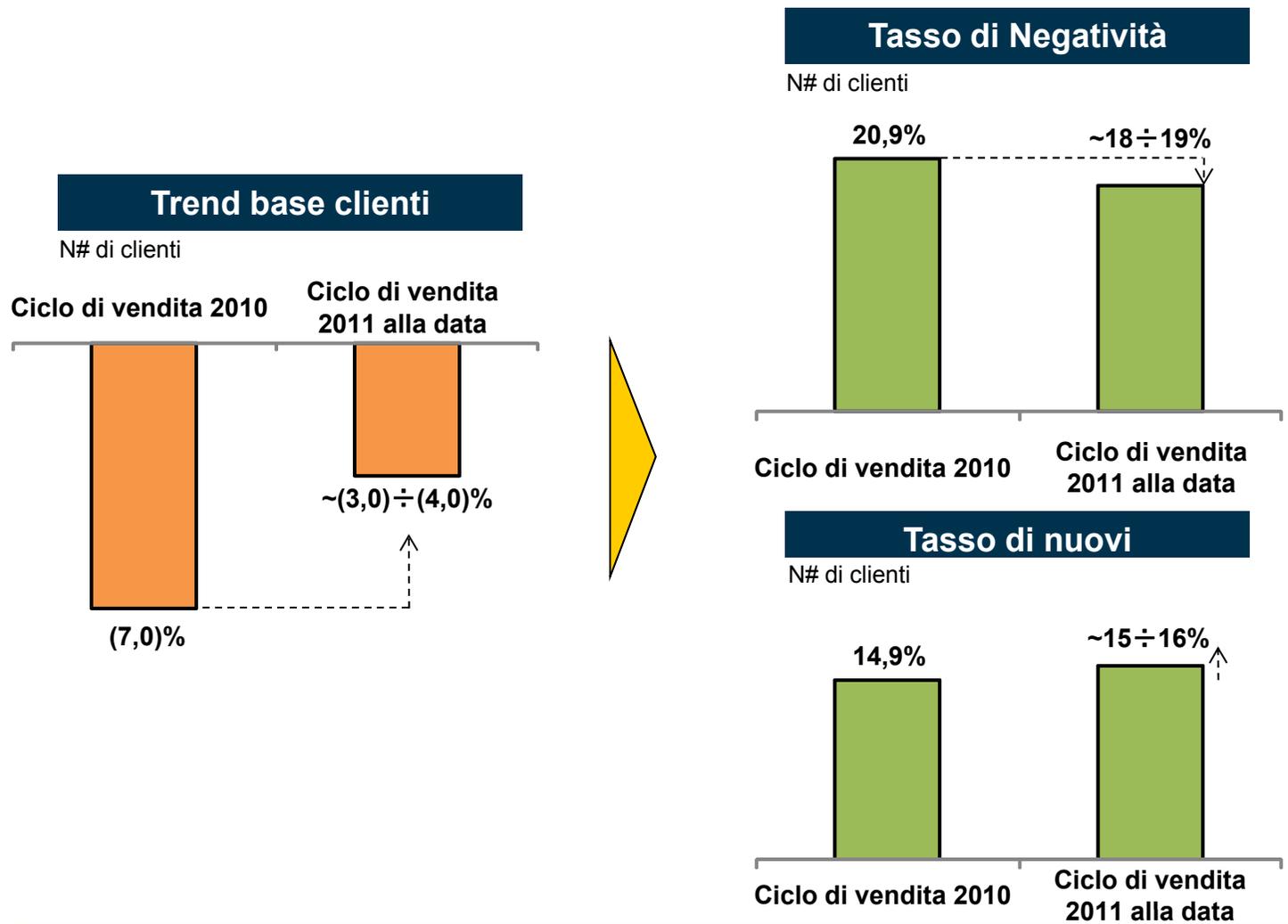
(1) La voce "compensi editori" include le fee pagate ai motori di ricerca e agli altri portali online, quale quota parte nell'ambito dell'offerta di rivendita dei prodotti

Indice

Risultati del gruppo	
Andamento del core business in Italia	
Current trading	
Andamento dei business internazionali	
Outlook 2011	
Appendice	

Il ciclo di vendita 2011 (basato sul >95 % dell'acquisito) sta confermando un miglioramento sia del tasso di negatività che del nuovo

SEAT S.p.A. – CICLO DI VENDITA 2011 BASATO SU >95% DELL'ACQUISITO



(1) Basato sugli ordini acquisiti fino alla fine del mese di ottobre 2011

Il nuovo progetto per la riduzione del capitale circolante nel 2011/'12, lanciato a gennaio, procede al di sopra delle aspettative iniziali

Analisi dei tempi del processo Order-to-Cash 2009 - (canale di vendita PMI)



Da gennaio 2011, nuove condizioni sia per i clienti nuovi che per quelli già esistenti

500 €m il valore dei contratti gestiti con le nuove condizioni

- Il 100% dei nuovi clienti cui vengono applicate le nuove condizioni, mostrano una netta riduzione del numero dei giorni
- A ~70% dei clienti già esistenti sono state applicate le nuove condizioni

Riduzione di ~40 giorni rispetto al 2010 (il progetto procede al di sopra delle aspettative)

Indice

Risultati del gruppo	
Andamento del core business in Italia	
Current trading	
Andamento dei business internazionali	
Outlook 2011	
Appendice	

Attività internazionali – analisi dei ricavi e dell'Ebitda

GRUPPO SEAT – CONTO ECONOMICO DELLE ATTIVITA' INTERNAZIONALI

euro milioni	Ricavi (nuovi criteri)			Ebitda (nuovi criteri)		
	9M'10	9M'11	Variaz.	9M'10	9M'11	Variaz.
Attività estere	158,9	137,7	(13,3)%	23,9	14,2	(40,6)%
Thomson	52,9	41,7	(21,2)%	6,3	1,4	(77,8)%
Telegate	92,8	83,6	(9,9)%	16,8	11,2	(33,3)%
Europages	13,2	12,4	(6,1)%	0,8	1,6	100,0%
<i>GBP milioni</i>						
Thomson	45,3	36,4	(19,6)%	5,4	1,2	(77,8)%
Thomson (like for like)⁽¹⁾	43,8	36,4	(16,9)%	4,4	1,2	(72,7)%

Thomson (in valuta / like for like)

- Ricavi online a +23,4% al 42% dei ricavi totali
- L'Ebitda è influenzato dal calo dei ricavi (-16,9%) nonostante le iniziative di contenimento costi (3,8 £m); è atteso un miglioramento nel Q4'11 (con un Ebitda per il FY a ≥4€m)

Telegate

- In Germania i ricavi da pubblicità (+20,9%) sono a circa il 33,9% del totale (vs. circa il 25,5% dei 9M'10)
- L'Ebitda di Gruppo è in linea con le guidance dell'anno (≥13€m)

Europages

- Ebitda in miglioramento grazie alle iniziative di contenimento dei costi (1,5 €m)

(1) Al netto della pubblicazione di alcuni elenchi (1,5 £m nei 9M'10) shiftate dai 9M'11 al Q4'11

Indice

Risultati del gruppo	
Andamento del core business in Italia	
Current trading	
Andamento dei business internazionali	
Outlook 2011	
Appendice	

Outlook 2011

Italia:

- Nel FY'11 i ricavi core sono attesi in calo tra -5 ÷ -7% vs. il FY'10 (sulla base dei “nuovi criteri di contabilizzazione”):
 - La crescita dei ricavi online, inclusi i ricavi online delle PB, è attesa oltre il 50%, con i servizi di marketing online al ~30% del totale
 - L'obiettivo di pacchetti multimediali complessivi a fine anno è di oltre 180k
 - Nel ciclo di vendita 2011 è atteso un forte miglioramento del calo della base clienti (vs. -7,0% nel ciclo di vendita 2010)

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 di Gruppo è atteso tra ~365 ÷ 385 €m (~415 ÷ 435 €m secondo i “vecchi criteri contabilizzazione”) sostenuta dall'attenzione alla gestione dei costi (vs. 416 €m del 2010)
- I nuovi criteri di contabilizzazione non impatteranno sui flussi di cassa operativi, perché la minore Ebitda sarà compensata da un eguale variazione del capitale circolante
- Il nuovo progetto per la riduzione del capitale circolante nel 2011/12, lanciato a gennaio, procede al di sopra delle aspettative

Q & A

Indice

Risultati del gruppo	
Andamento del core business in Italia	
Current trading	
Andamento dei business internazionali	
Outlook 2011	
Appendice	

Conto Economico del Gruppo Seat

GRUPPO SEAT CE

<i>euro milioni</i>	9M 2010	9M 2011	Variaz.
	<i>Nuovi criteri⁽¹⁾</i>		
Ricavi	777,0	695,6	(10,5)%
Costi operativi e del lavoro	(420,9)	(386,0)	8,3%
Margine operativo lordo	356,1	309,6	(13,1)%
<i>% ricavi</i>	<i>45,8%</i>	<i>44,5%</i>	<i>(1,3)pp</i>
Stanziamenti netti rettificativi ed a fondi per rischi ed oneri	(24,5)	(36,6)	(49,4)%
EBITDA	331,7	273,0	(17,7)%
<i>% ricavi</i>	<i>42,7%</i>	<i>39,2%</i>	<i>(3,5)pp</i>

(1) A parità di criteri di contabilizzazione dei ricavi e dei costi per Seat, Consodata, Thomson, Telegate e Europages

Seat Group P&L below Ebitda

SEAT GROUP P&L BELOW EBITDA

euro milioni	9M 2010	9M 2011	Variaz.
	<i>Nuovi criteri⁽¹⁾</i>		
EBITDA	331,7	273,0	(17,7)%
% ricavi	42,7%	39,2%	(3,5)pp
Amm.ti e svalutazioni operative	(48,3)	(44,6)	7,6%
EBITA	283,3	228,3	(19,4)%
% ricavi	36,5%	32,8%	(3,7)pp
Amm.ti e svalutazioni extra-operative	(2,3)	(19,6)	n.s.
Oneri netti di natura non ricorrente e di ristrutturazione	(11,0)	(27,7)	n.s.
EBIT	270,0	181,1	(32,9)%
% ricavi	34,8%	26,0%	(8,8)pp
Oneri finanziari netti	(183,5)	(191,9)	(4,6)%
Risultato prima delle imposte	86,5	(10,7)	n.s.
Imposte sul reddito dell'esercizio	(42,0)	(22,5)	46,5%
Utile (perdite) netto da attività non correnti cessate/destinate ad essere	(0,2)	0,0	n.s.
Risultato dell'esercizio	44,4	(33,2)	n.s.
- di cui di competenza di Terzi	2,2	0,7	(67,7)%
- di cui di competenza del Gruppo	42,2	(33,9)	n.s.

La voce amm.ti e svalutazioni extra-operative include la svalutazione di goodwill per Thomson (16,3 €m) e Telegate Holding (1,3 €m) a seguito dell'effettuazione del test di impairment sul periodo H1'11

(1) A parità di criteri di contabilizzazione dei ricavi e dei costi per Seat, Consodata, Thomson, Telegate e Europages

Gruppo Seat - analisi dei ricavi ed Ebitda per società – 9M'11

GRUPPO SEAT – ANALISI DEI RICAVI ED EBITDA

<i>euro milioni</i>	Ricavi (nuovi criteri) ⁽¹⁾			Ebitda (nuovi criteri) ⁽¹⁾		
	9M 2010	9M 2011	Variaz.	9M 2010	9M 2011	Variaz.
Attività italiane	642,8	572,2	(11,0)%	307,6	258,9	(15,8)%
Seat S.p.A	605,2	546,2	(9,7)%	307,1	259,1	(15,6)%
Consodata	14,9	11,7	(21,5)%	1,1	0,8	(27,3)%
Prontoseat	8,1	6,9	(14,8)%	1,0	0,6	(40,0)%
Pagine Gialle Phone Service	6,8	0,5	(92,6)%	0,6	(0,1)	n.s.
Cipi	7,8	6,9	(11,5)%	(2,2)	(1,5)	31,8%
Attività internazionali	158,9	137,7	(13,3)%	23,9	14,2	(40,6)%
TDL	52,9	41,7	(21,2)%	6,3	1,4	(77,8)%
Telegate	92,8	83,6	(9,9)%	16,8	11,2	(33,3)%
Europages	13,2	12,4	(6,1)%	0,8	1,6	100,0%
Elisioni, rettifiche e altro	(24,7)	(14,3)	n.s.	0,1	(0,1)	n.s.
Totale	777,0	695,6	(10,5)%	331,7	273,0	(17,7)%

(1) A parità di criteri di contabilizzazione dei ricavi e dei costi per Seat, Consodata, Thomson, Telegate e Europages

Gruppo Seat - analisi dei ricavi ed Ebitda per società – 9M'11 a parità di perimetro e di tasso di cambio per Thomson

GRUPPO SEAT – ANALISI DEI RICAVI ED EBITDA

<i>euro milioni</i>	Ricavi (nuovi criteri) ⁽¹⁾			Ebitda (nuovi criteri) ⁽¹⁾		
	9M 2010 <i>(like for like)</i> ⁽²⁾	9M 2011	Variaz.	9M 2010 <i>(like for like)</i> ⁽²⁾	9M 2011	Variaz.
Attività italiane	642,8	572,2	(11,0)%	307,6	258,9	(15,8)%
Seat S.p.A	605,2	546,2	(9,7)%	307,1	259,1	(15,6)%
Consodata	14,9	11,7	(21,5)%	1,1	0,8	(27,3)%
Prontoseat	8,1	6,9	(14,8)%	1,0	0,6	(40,0)%
Pagine Gialle Phone Service	6,8	0,5	(92,6)%	0,6	(0,1)	n.s.
Cipi	7,8	6,9	(11,5)%	(2,2)	(1,5)	31,8%
Attività internazionali	156,3	137,7	(11,9)%	22,6	14,2	(37,2)%
TDL	50,3	41,7	(17,1)%	5,0	1,4	(72,0)%
Telegate	92,8	83,6	(9,9)%	16,8	11,2	(33,3)%
Europages	13,2	12,4	(6,1)%	0,8	1,6	100,0%
Elisioni, rettifiche e altro	(24,7)	(14,3)	n.s.	0,1	(0,1)	n.s.
Totale	774,4	695,6	(10,2)%	330,3	273,0	(17,4)%

(1) A parità di criteri di contabilizzazione dei ricavi e dei costi per Seat, Consodata, Thomson, Telegate e Europages

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

Thomson – Ebitda impattata dal calo dei ricavi, parzialmente compensata dalle iniziative di taglio dei costi

THOMSON CE

£ milioni	9M'10 reported	9M'10 like for like ⁽¹⁾	9M'11	Variaz.		Variaz. like for like	
		Nuovi criteri		mln	%	mln	%
Ricavi	45,3	43,8	36,4	(8,9)	(19,6)%	(7,4)	(16,9)%
Costi operativi e del lavoro	(38,1)	(37,6)	(33,8)	4,3	11,3%	3,8	10,1%
Margine operativo lordo	7,3	6,2	2,5	(4,8)	(65,8)%	(3,7)	(59,7)%
% ricavi	16,1%	14,2%	6,9%		(9,2)pp		(7,3)pp
Stanziam. netti rettif. e a fondi per rischi ed oneri	(1,9)	(1,8)	(1,3)	0,6	31,6%	0,5	27,8%
EBITDA	5,4	4,4	1,2	(4,2)	(77,8)%	(3,2)	(72,7)%
% ricavi	11,9%	10,0%	3,3%		(8,6)pp		(6,7)pp

(1) A parità di edizioni pubblicate

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

TELEGATE CE

<i>euro milioni</i>	9M'10	9M'11	Variaz.	
	<i>Nuovi criteri</i>		mln	%
Ricavi	92,8	83,6	(9,2)	(9,9)%
Costi operativi e del lavoro	(73,1)	(69,4)	3,7	5,1%
Margine operativo lordo	19,7	14,2	(5,5)	(27,9)%
<i>% ricavi</i>	21,2%	17,0%		(4,2)pp
Stanziam. netti rettif. e a fondi per rischi ed oneri	(2,8)	(3,0)	(0,2)	(7,1)%
EBITDA	16,8	11,2	(5,6)	(33,3)%
<i>% ricavi</i>	18,1%	13,4%		(4,7)pp

Balance Sheet

SEAT GROUP

<i>euro milioni</i>	Dic. 31, '10	Set. 30, '11	Variaz.
	<i>Nuovi criteri</i>		
Goodwill e Customer Data Base	2.651,3	2.630,6	(20,6)
Altri attivi non correnti	242,0	186,5	(55,5)
Passivi non correnti	(82,7)	(56,2)	26,5
Capitale circolante	102,3	102,6	0,2
Attività/Passività nette non correnti cessate/destinate ad essere cedute	(0,3)	(0,3)	(0,1)
Capitale investito netto	2.912,6	2.863,2	(49,5)
Totale patrimonio netto	228,7	205,2	(23,4)
Indebitamento finanziario netto - "contabile"	2.684,0	2.657,9	(26,1)
Totale	2.912,6	2.863,2	(49,5)
Indebitamento finanziario netto	2.731,0	2.703,0	(28,1)
Adeguamenti IAS	(47,0)	(45,0)	2,0
Indebitamento finanziario netto "contabile"	2.684,0	2.657,9	(26,1)

Entro il 2013 Seat è attesa completare la trasformazione della Società in una "Local Internet Company" e avviare un percorso di crescita

SEAT S.p.A. E GRUPPO 2011-2013 : LINEE GUIDA STRATEGICHE E PROIEZIONI DI STIMA AL 2015

Stime sul PIL
pubblicate a
Giugno '11

euro milioni	2011-2013 Linee Guida Strategiche e Proiezioni di Stima al 2015 (nuovi criteri)			
	2010 act.	2011E	2013E	2015E
Crescita del PIL in Italia ⁽¹⁾		~1,0%	~1,0%	~1,0%
Seat S.p.A.				
Ricavi	798	~740÷760	~750÷770	Crescita ad una cifra nel '14-15
-Ricavi Online	253	~380÷400	~500÷520	~80% del tot. dei ricavi
-di cui Servizi di Mkt Online		~30%	~45%	~50% dei ricavi online
-Ebitda margin	47,4%	>46%	>45%	>45%
Altre Società				
Ebitda	38	>20	>20	~Trend Flat
Gruppo				
Ebitda	416	~365÷385	~360÷380	>400
Ebitda (vecchi criteri)	483	~415÷435	~375÷395	>400

ITALIA

- Stabilizzazione/crescita della base clienti dal 2012
- Ricavi internet all'80% del totale nel 2015, (con un'incidenza dei servizi di mkt online pari a ~ 50% del totale dei ricavi internet)
- Nel 2013, mantenimento di una marginalità superiore al 45% nonostante lo shift nel mix dei ricavi, grazie alla gestione dei costi e all'efficienza operativa (nel '11-'13 >50€m cumulati vs. un trend inerziale dei costi)

GRUPPO

- Ebitda in crescita nel 2013 (dopo un valore minimo nel 2012), attesa riportarsi a valori pressoché simili a quelli registrati nel 2011 e stimata essere >400 €m dalla fine del 2015
- FCF operativo cumulato nel 2011-13 atteso a ~1,100 €m sostenuto da:
 - Nuovo progetto lanciato a Gen. '11 per ottimizzare il capitale circolante
 - Investimenti, focalizzati sull'innovazione di prodotto, attesi a <50 €m all'anno

(1) Fonte: Economist Intelligence Unit, Italian country report, Giugno 2011