



Risultati dell'esercizio 2011 e aggiornamento sul processo di Ristrutturazione Finanziaria e sulle Guidance Strategiche

Massimo Cristofori – CFO
Stefano Canu – IR Manager

Milano, 2 Maggio 2012

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 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.

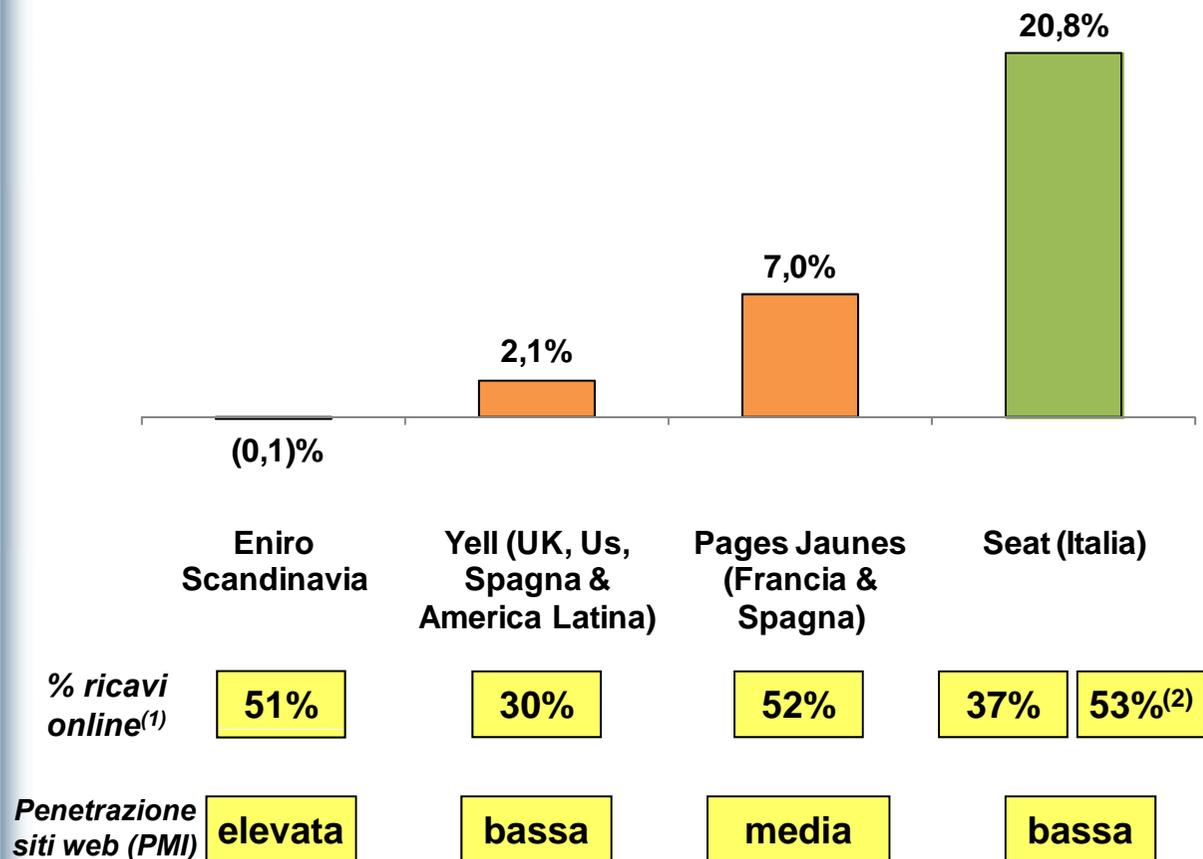
I dati contabili esposti nelle presenti diapositive sono tratti dal bilancio di esercizio 2011, da depositarsi ai sensi di legge. Il Dirigente preposto alla redazione dei documenti contabili societari, dott. Massimo Cristofori, CFO, dichiara, ai sensi dell'art. 154-bis comma 2 del Testo Unico della Finanza (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 dell'esercizio 2011	
Aggiornamento sul processo di Ristrutturazione Finanziaria	
Guidance Strategiche 2011-'13 e Proiezioni di Stima al 2015	
Appendice	

Nel FY'11 crescita (+20,8%) 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 (in rialzo dal ~37% dello scorso anno al ~40%)

Note: Eniro Scandinavia (include "deferral method + media products"); Yell (include "digital directories & services") – risultati 9M'12 (chiusi il 31 Dicembre 2011)

(1) Basate sul totale dei ricavi

(2) Incluso l'unbundling dei ricavi delle PB (crescita annua dei ricavi totali online +55,7%)

Principali risultati raggiunti nel FY'11 (in linea con le guidance fornite ad agosto 2011) e risultati preliminari del Q1'12

Gruppo

- 1 Ebitda a 370,6 €m, in linea con la guidance (365 ÷ 385 €m), grazie alle attività di contenimento dei costi
- 2 OFCF solido, 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

Seat Core Business

- 3 Ricavi a 748,5 €m (-6,1%), in linea con la guidance (-5% ÷ -7%) grazie a:
 - Forte crescita dei ricavi online, +55,7% (in linea con la guidance)
 - ~182k pacchetti multimediali (in linea con il target) e ~123k siti web personalizzati
- 4 Offerta multimediale di Seat ulteriormente sostenuta dal couponing lanciato ad Ottobre (siglata una partnership con Glamoo)

Business Internazionali

- 5 Telegate e Thomson continuano l'evoluzione verso la multimedialità (i ricavi online e media hanno evidenziato nell'anno un rialzo a doppia cifra per entrambe le società)

Risultati preliminari Q1'12 (in un trimestre poco significativo)

- 6 Ricavi totali di Seat S.p.A. Q1'12 in calo di circa il 4%⁽¹⁾, sostenuti da una crescita complessiva dell'online di circa il 13%

(1) A parità di elenchi pubblicati, incluse alcune edizioni cartacee (25,9 €m di ricavi nel Q2'11) anticipate dal Q2'12 al Q1'12

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⁾		
	FY'10	FY'11	Variaz.	FY'10	FY'11	Variaz.
Attività italiane	853,4	790,9	(7,3)%	382,8	349,5	(8,7)%
Seat S.p.A	797,5	748,5	(6,1)%	378,4	345,9	(8,6)%
Altre attività italiane ⁽²⁾	55,9	42,4	(24,2)%	4,4	3,6	(18,2)%
Attività internazionali	213,7	187,6	(12,2)%	33,8	21,2	(37,3)%
Thomson	73,6	60,9	(17,3)%	10,6	4,6	(56,6)%
Telegate	123,1	110,0	(10,6)%	22,2	14,7	(33,8)%
Europages	17,0	16,7	(1,8)%	1,0	1,9	90,0%
Elisioni, rettifiche e altro	(32,8)	(21,8)	n.s.	(0,1)	(0,1)	n.s.
Totale	1.034,4	956,7	(7,5)%	416,5	370,6	(11,0)%
<i>Ebitda margin</i>				40,3%	38,7%	(1,6)pp

In Italia ricavi in calo del 6,1%, in linea con la guidance, con una migliore performance dei ricavi core (in calo del 5,2%) sostenuti dalla crescita dell'offerta pubblicitaria e dei servizi di marketing online (+55,7% 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 di TDL (like for like) in calo del 12,6% (in £), ma ricavi online in aumento a doppia cifra (+21,5%, al 33% del totale dei ricavi)

Ebitda di Telegate a 14,7 €m, in linea con la guidance

Margini di Gruppo elevati 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

Il risultato d'esercizio del 2011 è influenzato dalla svalutazione dell'avviamento iscritto in Seat ed in alcune controllate, a seguito dell'effettuazione di un test di impairment

CONTO ECONOMICO DEL GRUPPO SEAT SOTTO EBITDA

euro milioni	FY 2010	FY 2011	Variaz.
<i>Nuovi criteri</i>			
EBITDA	416,5	370,6	(11,0)%
% ricavi	40,3%	38,7%	(1.6)pp
Amm.ti e svalutazioni operative	(65,1)	(62,4)	4,1%
EBITA	351,4	308,2	(12,3)%
% ricavi	34,0%	32,2%	(1.8)pp
Amm.ti e svalutazioni extra-operative	(685,6)	(698,9)	(1,9)%
Oneri netti di natura non ricorrente e di ristrutturazione	(40,7)	(42,4)	(4,2)%
EBIT	(374,8)	(433,0)	(15,5)%
% ricavi	(36,2)%	(45,3)%	(9.1)pp
Oneri finanziari netti	(254,0)	(268,4)	(5,7)%
Utili (perdite) da valutazione e cessione di partecipazioni	0,0	(0,4)	n.s.
Risultato prima delle imposte	(628,8)	(701,8)	(11,6)%
Imposte sul reddito dell'esercizio	(87,9)	(87,2)	0,9%
Utile (perdite) netto da attività non correnti cessate/destinate ad essere	(0,2)	0,0	n.s.
Risultato dell'esercizio	(716,9)	(789,0)	(10,0)%
- di cui di competenza di Terzi	1,2	0,8	(34,8)%
- di cui di competenza del Gruppo	(718,1)	(789,8)	(10,0)%

Milioni di euro	Svalutazione dell'avviamento	Valore netto al 31/12/'11
Seat S.p.A.	662,8	1.866,9
Altre⁽¹⁾	33,5	73,5
Totale	696,3	1.940,4

Svalutazione dell'avviamento dovuta principalmente all'aumento del WACC utilizzato per il test di impairment (dall' 8,11% al 30 giugno 2011, al 10,40%, a causa dell'andamento dei tassi di riferimento⁽²⁾)

(1) Incluse Thomson e Telegate

(2) Incremento del risk free rate (tasso di rendimento del bond decennale italiano dal 4,82% al 30 giugno 2011, al 6,81% al 31 dicembre 2011) e utilizzo del costo marginale del debito di SEAT per la determinazione del costo del debito

FCF operativo sostenuto dal minor livello di investimenti, con una PFN impattata da effetti *one-off*

CASH FLOW OPERATIVO E DELEVERAGE DEL GRUPPO SEAT

euro milioni	FY10	FY11	Variaz.	
	Nuovi criteri		mln	%
Ebitda	416,5	370,6	(45,9)	(11,0)%
Diminuzione (aumento) capitale circolante operativo	48,1	57,5	9,4	19,5%
Diminuzione (aumento) passività non correnti operative	(9,6)	(13,7)	(4,1)	(42,2)%
Investimenti industriali	(40,3)	(48,1)	(7,8)	(19,2)%
Free Cash Flow operativo	414,6	366,3	(48,3)	(11,6)%
Interessi finanziari netti pagati	(196,4)	(162,9)	33,5	17,1%
Costi di transazione pagati relativi all'SSB	(26,6)	0,0	26,6	n.s.
Imposte pagate	(85,4)	(94,0)	(8,7)	(10,2)%
Oneri non ricorrenti e di ristrutturazione	(22,5)	(34,9)	(12,4)	(55,2)%
Altri	(52,0)	(77,6)	(25,6)	(49,2)%
Deleverage	31,8	(3,2)	(34,9)	n.s.
	FY10	FY11	Variaz.	
			mln	
Indebitamento Finanziario Netto	2.731,0	2.734,2	3,2	

Capitale circolante in miglioramento grazie anche al progetto di ottimizzazione lanciato a gennaio 2011

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

La somma degli interessi pagati + quelli maturati (inclusi nella voce Altri) passa da 225,1 €m nel FY'10 a 234,7 €m nel FY'11, a fronte del maggiore costo del debito dovuto alla diversa struttura del debito

Le tasse FY'11 includono il pagamento *one-off* di circa 30 €m a Novembre, a titolo di imposta sostitutiva delle ritenute sugli interessi corrisposti sull'indebitamento verso Lighthouse a tutto il 2011

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 71,8 €m degli interessi maturati (di cui 52,1 €m sul bond Lighthouse, 4,9 €m sull'SSB e 14,8 €m sul debito bancario RBS)

Posizione Finanziaria Netta di Gruppo: a fine 2011

Debito	Ammontare (€m)	Interessi (prima della ristrutturazione finanziaria)
DEBITO LORDO	2.792,9	
• Debito Bancario Senior	721,3	
Tranche A	184,5	
Tranche B	446,8	
Revolving Facility	90,0	
• Debito subordinato vs. Lighthouse ⁽¹⁾	1.300,0	
• Senior Secured Bond ⁽²⁾	722,2	
• Leasing finanziario ⁽³⁾	49,4	
Ratei e risconti finanziari netti e altri	114,0	
CASSA	-172,7	
PFN DEL GRUPPO SEAT	2.734,2	
Rettifiche AS:		
Oneri di negoziazione	-33,1	
Derivati negativi Mark to Market e altri	1,5	
PFN DEL GRUPPO – VAL. CONTABILE	2.702,6	

Costo complessivo del debito per il 2011 all'8,5%

Term A:	Euribor	+3,41%
Term B:	Euribor	+3,91%
Revolving:	Euribor	+3,41%
Lighthouse:	Fixed	8%
SSB:	Fixed (nom.) ⁽²⁾	10,5%
Leasing:	3M Euribor	+0,65%

CASSA TRATTENUTA 105 €m:

- 52 €m: coupon dell'ottobre 2011 relativo all'HY bond Lighthouse
- 35 €m: rata del debito bancario senior RBS
- 3 €m derivati
- 15 €m interessi sul debito bancario senior RBS

Rimborso (escluso il leasing) prima della ristr. Finanz.					
€m	2012	2013	2014	2017	Tot.
Debito banc. senior	274,5	446,8			721,3
Deb. vs Lighthouse			1.300		1.300
SSBond				750	750

(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 del 2011

Nota: programma di cartolarizzazione totalmente rimborsato il 15 giugno 2011

Nel FY'11 ricavi core sostenuti dalla crescita del business online (+55,7% incluso l'unbundling delle PB)

SEAT S.p.A. - ANALISI DEI RICAVI

euro milioni	FY'10	FY'11	Variaz.	
	Nuovi criteri ⁽³⁾		mln	%
Ricavi				
Ricavi Core	721,7	684,5	(37,2)	(5,2)%
Pubblicità su prodotti cartacei	428,4	252,7	(175,7)	(41,0)%
-Pagine Gialle	188,2	132,2	(56,0)	(29,8)%
-Pagine Bianche unbundled ⁽¹⁾	240,2	120,5	(119,7)	(49,8)%
Pubblicità su online e servizi	253,2	394,1	140,9	55,7%
-Directories online & servizi di marketing	231,6	279,8	48,2	20,8%
-Pagine Bianche unbundled ⁽¹⁾	21,6	114,3	92,7	n.s.
Pubblicità su telefono	40,1	37,7	(2,4)	(6,0)%
-89.24.24 Pronto Pagine Gialle	33,2	27,3	(5,9)	(17,9)%
-12.40 Pronto Pagine Bianche	6,9	10,4	3,5	51,4%
Altri⁽²⁾	75,8	64,0	(11,8)	(15,5)%
Totale	797,5	748,5	(49,0)	(6,1)%
Mix ricavi (% ricavi core)	FY'10	FY'11	Variaz.	
-Pubblicità su prodotti cartacei	59,4%	36,9%	(22,5) pp	
-Pubblicità su online e servizi	35,1%	57,6%	+22,5 pp	
-Pubblicità sul telefono	5,6%	5,5%	(0,1) pp	

Ricavi core sostenuti dalla crescita elevata delle attività internet:

- Crescita organica (+20,8%)
- +55,7% inclusi i ricavi online delle PB (computati con i prodotti cartacei nell'H1'10)

Accelerazione del calo dei prodotti cartacei ottenuto attraverso la strategia dei pacchetti multimediali e l'unbundling dei ricavi pubblicitari delle PB

Altri prodotti in calo a causa soprattutto del calo dei ricavi da traffico telefonico (~71% del totale), dei prodotti di direct marketing e delle attività di merchandising

I ricavi online del FY'11 rappresentano il 57,6% del totale dei ricavi core (incluso l'unbundling dei ricavi pubblicitari 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)

Nel FY'11 crescita dello usage del 23,7% grazie al traffico mobile e dei siti web

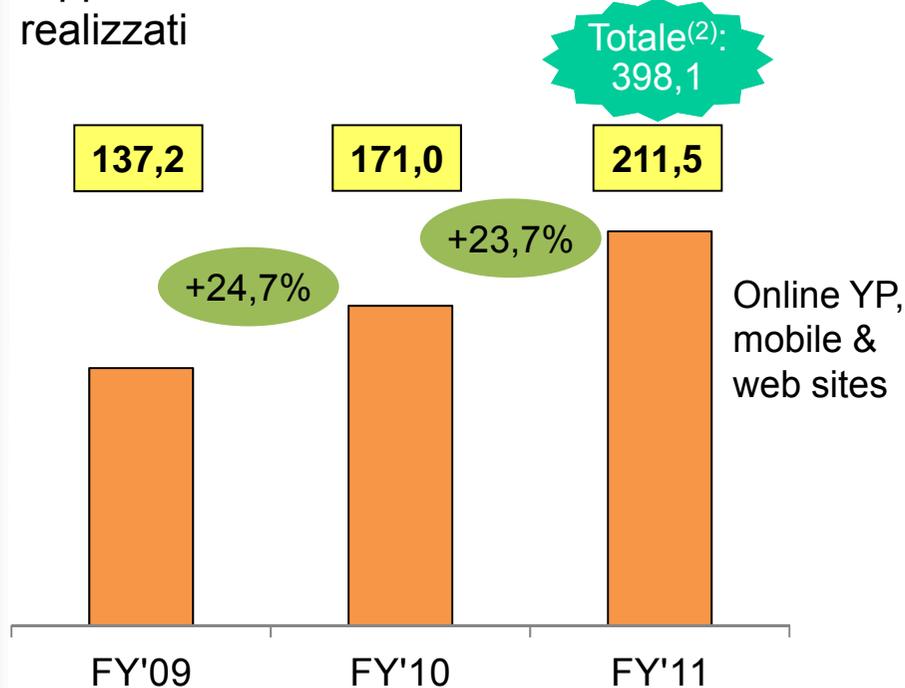
SEAT S.p.A.- USAGE PG.it, MOBILE, WEB SITES e KPIs
PGMOBILE

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

Visite PG.it, mobile e siti web⁽¹⁾

milioni

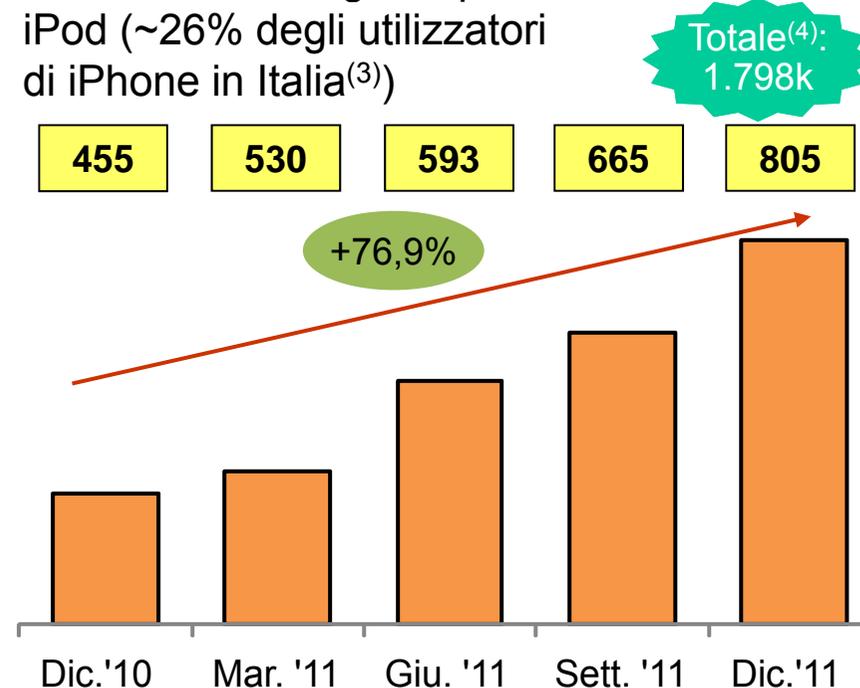
Nel FY'11, il ~32% dello usage totale è rappresentato da mobile e siti web realizzati



Download Applicazioni PG Mobile da iTunes

'000

A dicembre 2011, 805k applicazioni PG Mobile scaricate gratis per iPhone, iPad e iPod (~26% 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) Include YP iPhone, iPad, e iPod app.; YP Android, Blackberry, WindowsPhone7, Nokia Ovi, Samsung Bada app.; WP Mobile & 89.24.24 iPhone app.

Gross Operating margin del FY'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	FY'10	FY'11	Variaz.	
	Nuovi criteri		mln	%
Ricavi	797,5	748,5	(49,0)	(6,1)%
Costi industriali	(133,7)	(125,6)	8,2	6,1%
% ricavi	16,8%	16,8%		0,0pp
Costi generali e del lavoro	(126,5)	(123,6)	3,0	2,3%
% ricavi	15,9%	16,5%		0,6pp
Costi commerciali	(109,9)	(104,3)	5,6	5,1%
% ricavi	13,8%	13,9%		0,1pp
Costi di pubblicità	(15,5)	(15,2)	0,3	2,0%
% ricavi	1,9%	2,0%		0,1pp
Totale costi	(385,7)	(368,7)	17,0	4,4%
% ricavi	48,4%	49,3%		0,9pp
Margine Operativo Lordo	411,9	379,8	(32,0)	(7,8)%
% ricavi	51,6%	50,7%		(0,9)pp
Stanziam. netti rettif. e a fondi per rischi ed oneri	(33,5)	(34,0)	(0,5)	(1,5)%
EBITDA	378,4	345,9	(32,5)	(8,6)%
% ricavi	47,4%	46,2%		(1,2)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

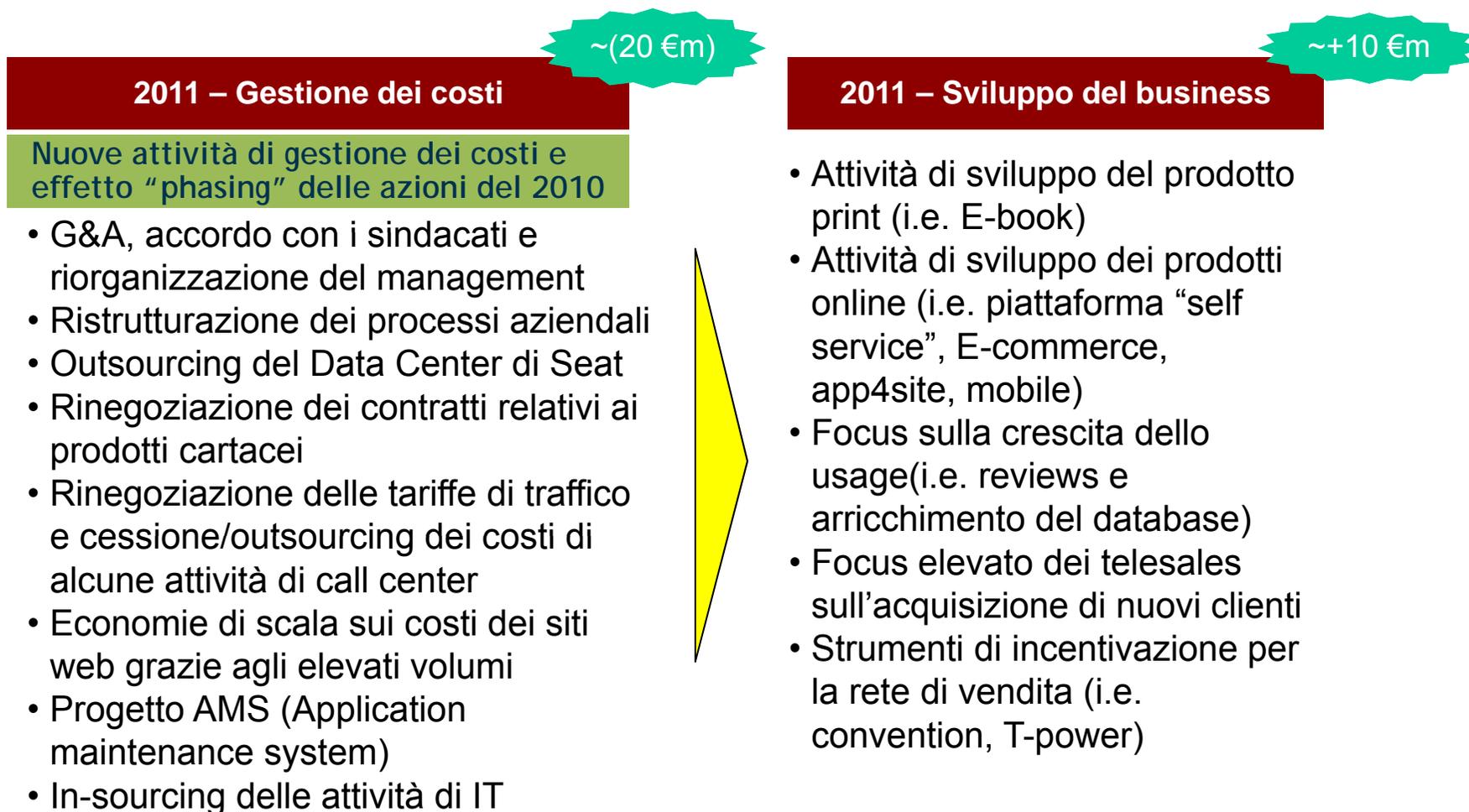
- In % dei ricavi, riduzione degli accantonamenti al fondo svalutazione crediti di 9,5 €m (la copertura dello scaduto ancora al 37%)
- Accantonamenti al fondo rischi commerciali in crescita di ~4,5 €m like for like (nell'H1'10 beneficiava di un rilascio one-off di ~4,5 €m relativi ad una controversia del 2007 sui costi del traffico)

Ebitda margin al 46,2% in linea con la guidance

(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

La base costi 2011 è stata impattata positivamente dall'attività di contenimento dei costi nonostante l'aumento dei costi relativi allo sviluppo del business

SEAT S.p.A. – ATTIVITA' DI GESTIONE DEI COSTI



Attività internazionali – analisi dei ricavi e dell'Ebitda

GRUPPO SEAT – CONTO ECONOMICO DELLE ATTIVITA' INTERNAZIONALI

	Ricavi (nuovi criteri)			Ebitda (nuovi criteri)		
	FY'10	FY'11	Variaz.	FY'10	FY'11	Variaz.
<i>euro milioni</i>						
Attività Internazionali	213,7	187,6	(12,2)%	33,8	21,2	(37,3)%
Thomson	73,6	60,9	(17,3)%	10,6	4,6	(56,6)%
Telegate	123,1	110,0	(10,6)%	22,2	14,7	(33,8)%
Europages	17,0	16,7	(1,8)%	1,0	1,9	90,0%
<i>GBP milioni</i>						
Thomson	63,1	52,8	(16,3)%	9,1	4,0	(56,0)%
Thomson (like for like)⁽¹⁾	60,4	52,8	(12,6)%	7,0	4,0	(42,9)%

Thomson (in valuta / like for like)

– Ricavi online a +21,5% al 33,1% dei ricavi totali
 – L'Ebitda è influenzato dal calo dei ricavi (-12,6%) nonostante le iniziative di contenimento dei costi (4,2 £m)

Telegate

– In Germania ricavi pubblicitari in aumento del 19,0%, a 34,6% del totale (vs. 26,2% nel FY'10)
 – Ebitda di Gruppo in linea con la guidance del FY (≥13€m)

Europages

– Ebitda in miglioramento grazie alle iniziative di contenimento dei costi (0,9 €m)

(1) A parità di elenchi pubblicati

Indice

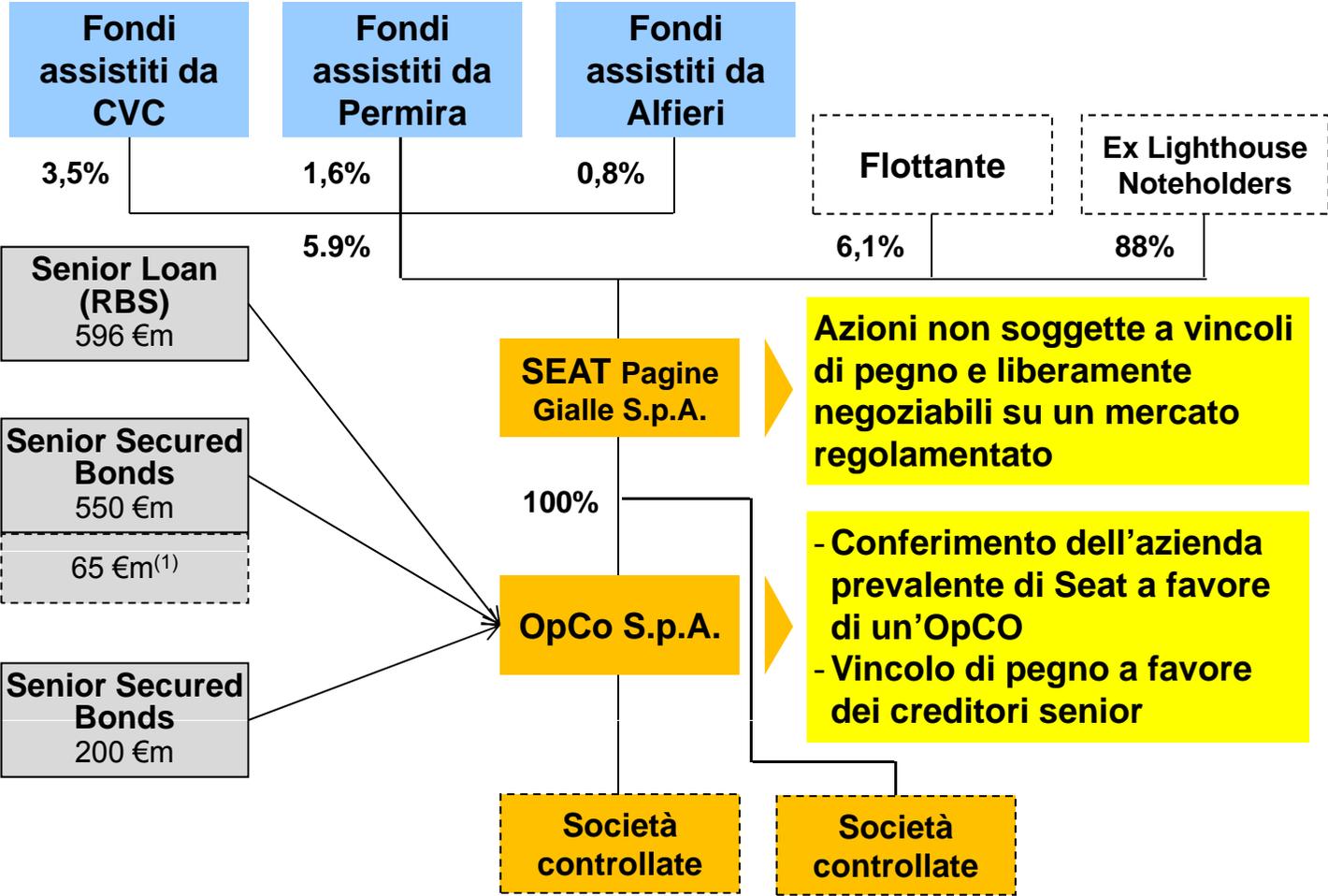
Risultati dell'esercizio 2011	
Aggiornamento sul processo di Ristrutturazione Finanziaria	
Guidance Strategiche 2011-'13 e Proiezioni di Stima al 2015	
Appendice	

Ristrutturazione Finanziaria: prossimi steps contabili e implicazioni

	Descrizione	Implicazioni
STEP 1	Conversione dei bonds Lighthouse in nuove azioni Lighthouse, meno 65 €m	Nessun impatto fiscale atteso dalla conversione del debito in azioni
STEP 2	Fusione per incorporazione di Lighthouse (<i>società incorporata</i>) in SEAT (<i>società incorporante</i>), con una struttura di capitale detenuta per il 12% dagli attuali azionisti e per l'88% dai nuovi azionisti (ex Lighthouse Bondholders)	SEAT incorporerà Lighthouse, ma da un punto di vista contabile si tratta di una "reverse acquisition" (IFRS 3.B15) poichè il controllo della società risultante dalla fusione sarà trasferito in capo all'azionariato della società acquisita
STEP 3	Emissione di un bond di nominali 65 €m in cambio del residuo del Lighthouse bond di pari ammontare	Ranking <i>pari passu</i> con l'SSB e il debito Senior esistenti
STEP 4	Conferimento "Hive Down" dell'azienda prevalente di Seat a favore di un'OpCO (potenzialmente con l'esclusione, tra gli altri, di società controllate)	<ul style="list-style-type: none"> - Azioni SEAT's: non soggette a vincoli di pegno e liberamente negoziabili su un mercato regolamentato - Azioni della Opco: mantenimento di un vincolo di pegno a favore dei creditori senior (incluso l'SSB di 65 €m)
STEP 5	Rifinanziamento del debito senior vs. RBS e successiva approvazione di un bilancio straordinario della OpCo alla data effettiva del conferimento, che attesta la conformità ai limiti di legge per emissioni obbligazionarie	Pagamento agli stakeholders delle <i>consent fees</i> e delle somme nel frattempo scadute e non pagate (fino al closing)

Ristrutturazione Finanziaria: nuova struttura societaria post fusione

Capitale azionario totale di SEAT PG post fusione pari a € 450.265.793,58 (invariato), diviso in n. 16.066.212.958 azioni ordinarie e n. 680.373 azioni di risparmio



(1) Il nuovo bond da 65 €m sarà emesso sotto l' "indenture" del bond SSB da 550 €m

Ristrutturazione Finanziaria: focus sullo step 5 e implicazioni

Atteso durante il Q4'12

STEP 5

Rifinanziamento del debito senior vs. RBS



- 1 Sostituzione delle due tranches previste dal finanziamento in essere con una tranche unica
- 2 Allungamento dal 2013 al 2016 della scadenza del prestito e rimodulazione delle rate di rimborso tra il 2013 e il 2016
- 3 Aumento dei *margin spread* e rimodulazione dei *covenant ratios* con un headroom definito rispetto ai medesimi ratios calcolati sui dati del Business Plan

Approvazione di un bilancio straordinario della OpCo

CLOSING

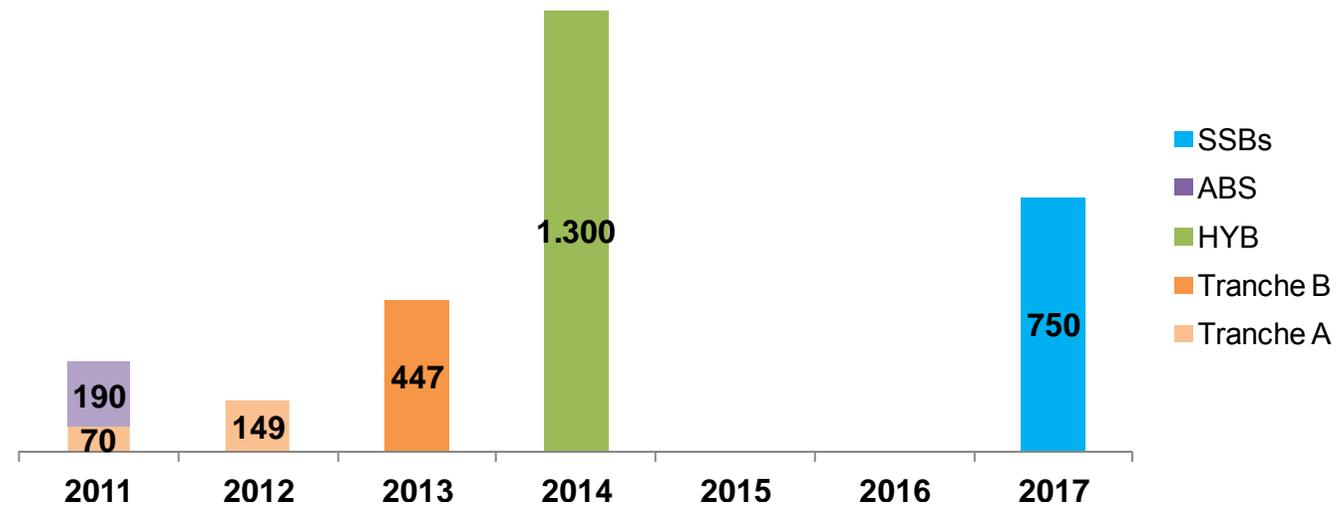
Il rifinanziamento del debito senior vs. RBS e l'approvazione di un bilancio straordinario della OpCo sono identificati come il "closing" e implicano



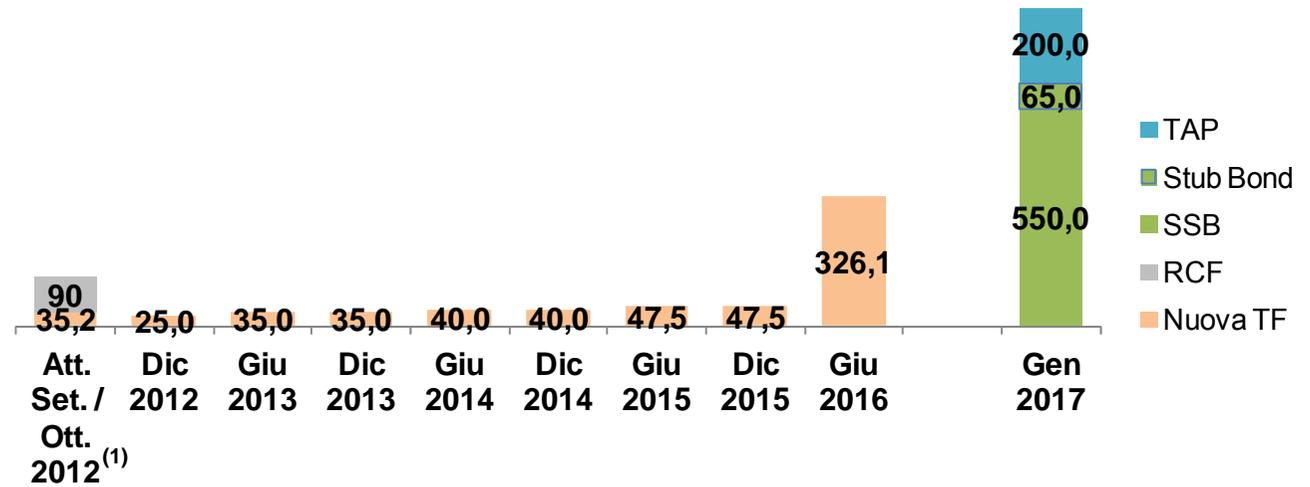
- 1 Pagamento delle *consent fees* (pari a circa l'1% del valore del debito oggetto di ristrutturazione (cash-out totale pari a ~80 €m incluse le *advisory* e *legal fees* di cui ~10 €m già pagate nel 2011)
- 2 Pagamento delle somme nel frattempo scadute e non pagate dalla Società a valere (inclusi gli interessi) sui debiti Senior verso Royal Bank of Scotland e verso gli obbligazionisti SSB
- 3 Integrale rimborso del debito verso Royal bank of Scotland a valere sulla linea di credito revolving credit facility di € 90 milioni (che sarà nuovamente disponibile dopo un brevissimo lasso di tempo fino al 28 dicembre 2015)

Piano di rimborso del debito prima e dopo la Ristrutturazione Finanziaria

Prima della ristrutturazione



Dopo la ristrutturazione



(1) Rimborso temporaneo della RCF (utilizzabile se necessario fino al 28 Dic., 2015)

(2) Nota: Il Piano di rimborso del debito (prima e dopo la ristrutturazione finanziaria) non include il leasing

Timetable attesa

Entro la fine di aprile

Il Consiglio di Amministrazione di SEAT e Lighthouse approvano rispettivamente (i) i bilanci e (ii) i documenti di fusione

Entro la fine di giugno

L'Assemblea di Seat approva il bilancio e il progetto di fusione

Entro la fine di agosto

Data di efficacia dell'Equitizzazione di Lighthouse, della Fusione e dell'*Hive Down* e data di emissione dell'SSB

Durante il Q4'12

Rifinanziamento del debito senior vs. RBS e approvazione di un bilancio straordinario della OpCo (closing)

Maggiori impatti della Ristrutturazione Finanziaria sul CE di Gruppo 2012

CONTO ECONOMICO DEL GRUPPO SEAT SOTTO EBITDA

<i>euro milioni</i>	FY 2011	<i>Dopo la Ristrutturazione Finanziaria</i>
		Maggiori impatti sul FY2012
Oneri non ricorrenti e di ristrutturazione	(42,4)	▶ ~ (70) ÷ (80) di ammontare one-off (non capitalizzato) riferito soprattutto alle consent, legal e advisory fees (all'incirca lo stesso ammontare atteso a livello cash)
Oneri finanziari netti	(268,4)	
▪ <i>Di cui oneri finanziari netti pagati e risconti passivi</i>	(240,7)	▶ Minore ammontare di oneri finanziari netti grazie alla diversa struttura del debito (attesi a ~140 €m a CE e a livello cash)
▪ <i>Di cui costi di transazione</i>	(27,7)	▶ Ammontare significativamente inferiore rispetto al passato: impatto one-off a CE dell'ammontare residuo relativo a Lighthouse e RBS; continua l'amm.to annuale dei costi di transazione relativi all'SSB
Imposte	(87,2)	▶ Impatto positivo dai nuovi criteri contabili. Attesi ~50 ÷ 60 €m a CE e un ammontare ancora più basso a livello cash (che riflette le imposte correnti del 2011)

Posizione Finanziaria del Gruppo Seat Group : Fine 2011 (inclusi gli effetti della Ristrutturazione Finanziaria)

Debito	Ammontare (€m)
DEBITO LORDO	1.432,7
• Debito Bancario Senior	596,1
Nuova Term Facility ⁽¹⁾	596,1
Revolving Facility ⁽²⁾	0,0
• Senior Secured Bond⁽³⁾	722,2
• Stub Senior Secured Bond	65,0
• Leasing Finanziario⁽⁴⁾	49,4
Ratei e risconti finanziari netti e altri	27,0
CASSAPFN DEL GRUPPO SEAT⁽⁵⁾	-4,7
	1.455,0
RCF (non tirata, utilizzabile fino a 90 €m)	

Interessi (dopo la Ristrutturazione Finanziaria)

Nuova TF & RCF: Euribor + 5,4%
Stub Debt & SSB: Fixed 10,5%
Leasing: 3M Euribor +0,65%

Bilancio di cassa al 31 dicembre 2011 (173 €m) al netto di alcuni cash-out attesi nel 2012: 35,2 €m (quota capitale RBS dovuta a Dic. '11); 17,7 €m (interessi scaduti RBS e derivati); 26 €m (consent fees strettamente legate alla Ristrutturazione Finanziaria); 90 €m (rimborso temporaneo della RCF)

Piano di Rimborso atteso dopo la Ristr. Finanz.

€m	2012	2013	2014	2015	2016	2017	Tot.
Term Debt	25	70	80	95	326,1		596,1
Stub Debt						65	65
SSBond						750	750

Movimenti di cassa attesi nel 2012

- Generazione di cassa nel 2012 sostenuta da:
 - ✓ Minor esborso di interessi netti (~100 €m) grazie alla differente struttura del debito
 - ✓ Minor esborso di imposte grazie all'impatto positivo dei nuovi criteri contabili
- ~44 €m di cash-out (legal e advisory fees) concentrato soprattutto alla data del closing (atteso durante il Q4'12)
- Non incluso l'esito positivo della sentenza sulle controversie con Deutsche Telekom

(1) Uguale al precedente bilancio al netto di 35,2 €m di quota capitale inizialmente dovuta a Dic '11, da pagare alla data del closing

(2) Da rimborsare alla data del closing; può essere utilizzata dopo se necessario fino al 28 Dic. 2015; commitment fee (1%)

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

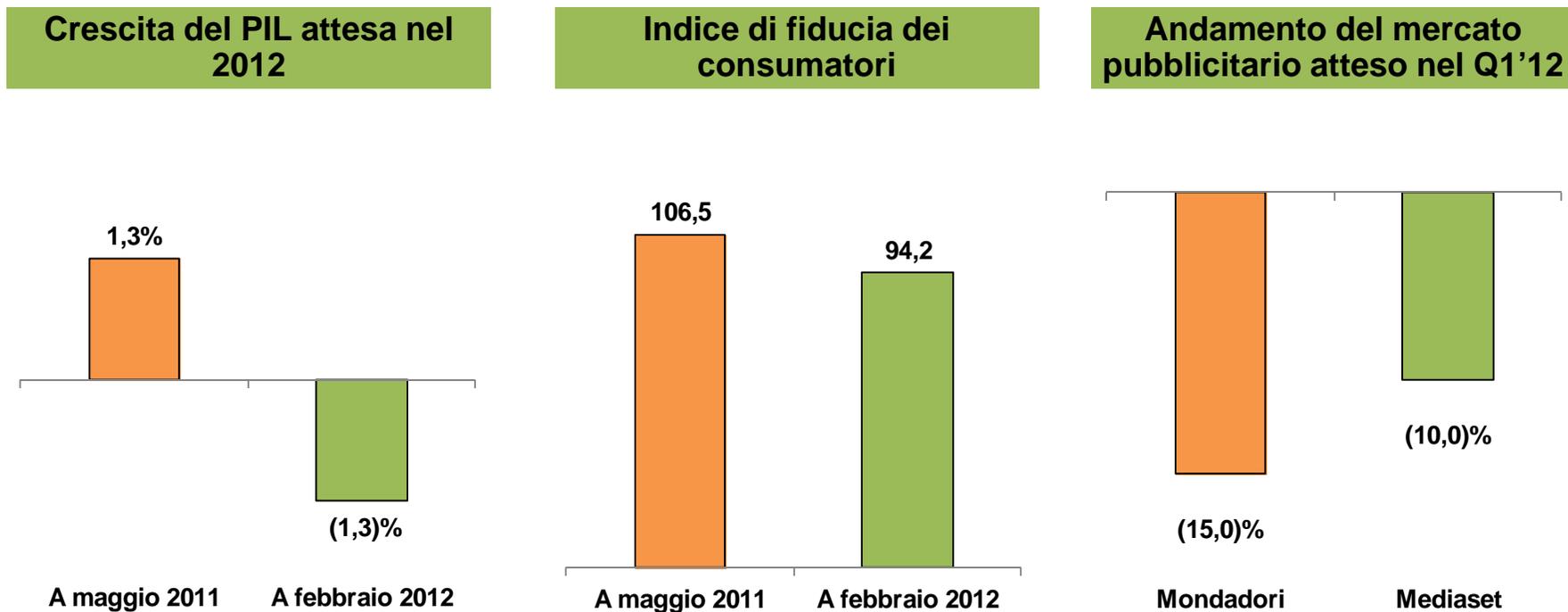
(4) Al netto della riserva IAS per -4,1€m alla fine del 2011

(5) Posizione Finanziaria netta del Gruppo Seat, Pro-forma, not audited a fine 2011, inclusi gli effetti della Ristrutturazione Finanziaria

Indice

Risultati dell'esercizio 2011	
Aggiornamento sul processo di Ristrutturazione Finanziaria	
Guidance Strategiche 2011-'13 e Proiezioni di Stima al 2015	
Appendice	

Lo scenario macroeconomico, l'indice di fiducia dei consumatori e l'andamento del mercato pubblicitario sono peggiorati nella seconda metà del 2011



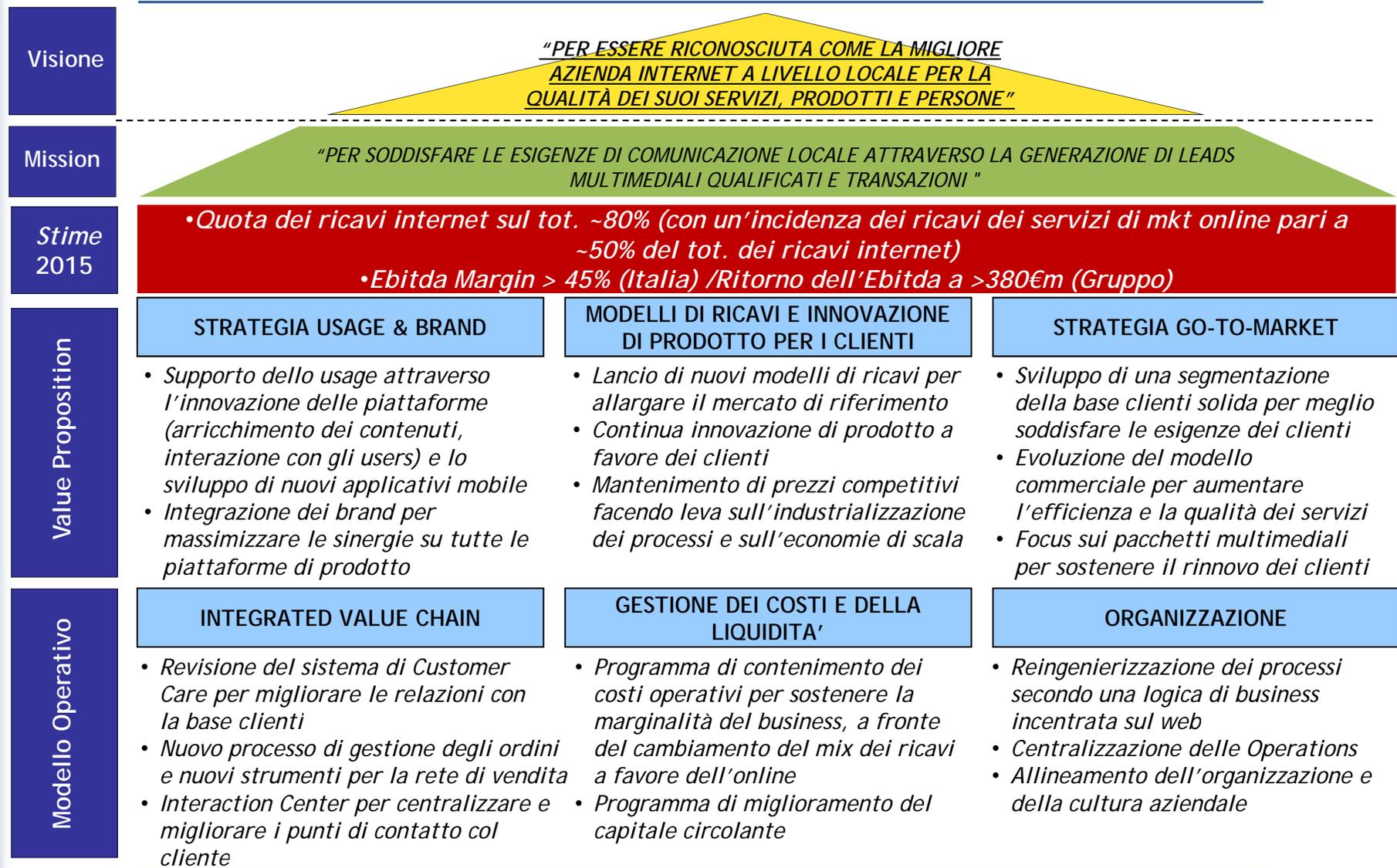
Fonti:

(1) PIL: Commissione UE

(2) Indice di Fiducia dei consumatori: Istat

(3) Andamento del mercato pubblicitario nel Q1'12: dati ufficiali delle Società

Nei prossimi anni Seat completerà il passaggio da una directory tradizionale a una "Internet Local Company"



Entro il 2013 Seat è attesa completare la trasformazione della Società in una "Local Internet Company" e stabilizzare il business

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

euro milioni	Linee guida strategiche 2011-2013 e proiezioni di stima al 2015		
	2011 act.	2013E	2015E
Crescita del PIL in Italia ⁽¹⁾	0,6%	+0,3%	n/a
Seat S.p.A.			
Ricavi	749	~720÷740	Crescita ad una cifra nel '14-15
-Ricavi online	394	~480÷500	~80% dei ricavi totali
-di cui servizi di Mkt online	28%	~45%	~50% dei ricavi online
Ebitda margin	46%	>43%	>45%
Altre Società			
Ebitda	25	>20	~Trend flat
Gruppo			
Ebitda	371	~330÷350	>380
Debito netto / Ebitda ⁽²⁾	3,9	Atteso sotto 3x entro il 2015	

ITALIA

- Stabilizzazione/crescita della base clienti dal 2013
- 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 43% nonostante lo shift nel mix dei ricavi, grazie alla gestione dei costi e all'efficienza operativa

GRUPPO

- L'obiettivo principale è stabilizzare l'Ebitda al 2013 a ~330÷350 €m (dopo la fase di maggior calo nel 2012) ed è proiettata a >380 €m alla fine del 2015
- Il rapporto debito netto su Ebitda è atteso scendere sotto 3x entro il 2015 e beneficerà di:
 - op. FCF atteso rimanere a livelli elevati sostenuto da una politica mirata degli investimenti (attesi a <50 €m per anno) focalizzati soprattutto sull'innovazione di prodotto e dal positivo contributo del programma di miglioramento del capitale circolante
 - Minor esborso di interessi grazie alla differente struttura del debito

(1) Fonte: Governo Italiano

(2) Debito Netto/Ebitda 2011: Pro-forma, not audited ,inclusi gli effetti della Ristrutturazione Finanziaria

Q & A

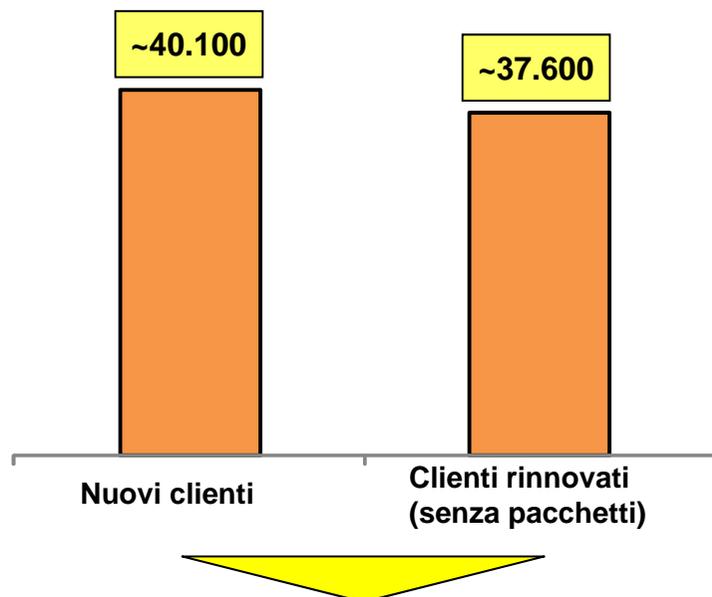
Indice

Risultati dell'esercizio 2011	
Aggiornamento sul processo di Ristrutturazione Finanziaria	
Guidance Strategiche 2011-'13 e Proiezioni di Stima al 2015	
Appendice	

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 FY'11

Nuovi Pacchetti Multimediali FY'11 (~77.700)



- Arpa totale: ~1.100 € (inferiore al 2010) dovuto all'accelerazione dell'acquisizione dei nuovi clienti in relazione a specifiche gare di vendita nel FY
- Crescita Arpa sui clienti rinnovati (senza pacchetti nel 2010) +17,1% nel FY'11

Pacchetti Multimediali venduti nel 2010 ~112k

Nel FY'11 ~101k pacchetti multimediali (venduti nel 2010) sono già stati lavorati:

- Confermata una negatività molto bassa (~8%)
- Più di 1/4 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

In linea con la guidance

• Totale cumulato dei pacchetti multimediali a fine dicembre 2011: ~182k

Il ciclo di vendita 2011 evidenzia un chiaro miglioramento rispetto al 2010 del tasso di calo della base clienti con un livello medio di spesa sostanzialmente stabile

SEAT S.p.A.- CLIENTI UNICI E ANALISI ARPA (2010-'11)

	Clienti unici ('000) ⁽¹⁾			Arpa (€) ⁽²⁾		
	2010	2011	Variaz.	2010	2011	Variaz.
	<i>Nuovi criteri⁽⁴⁾</i>			<i>Nuovi criteri⁽⁴⁾</i>		
PG (carta) / PB (carta & online)	412	390	(5,3)%	1.093	941	(13,9)%
Online (directories & servizi mkt)	230	255	11,0%	1.008	1.097	8,8%
Telefono (89.24.24 TYP)	84	85	1,0%	397	323	(18,7)%
Totale (prodotti core)	445	424	(4,8)%	1.623	1.616	(0,4)%
Solo carta (% of tot.)	42%	33%				
Solo online (% of tot.)	4%	3%				
Solo telefono (% of tot.)	3%	4%				
Multimedia (> 2 prodotti)	52%	60%				

Nuovi KPIs della base clienti basati sui ricavi core pubblicitari (escl. direct mktg, oggettistica promozionale, traffico telefonico)

(1) Clienti acquisiti nel ciclo di vendita 2010-2011 che sono diversi dai clienti pubblicati

(2) Calcolati come ricavi pubblicati su clienti acquisiti (escludendo la contabilizzazione dei ricavi web di PB)

(3) Include i ricavi pubblicitari di 12.40 Pronto Pagine Bianche

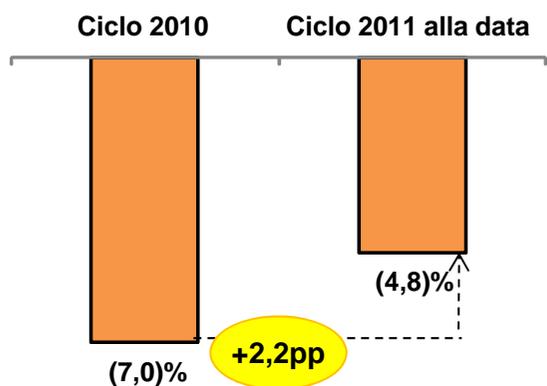
(4) A parità di criteri di contabilizzazione dei ricavi (non incluso nell'H1'10 l'unbundling delle PB, contabilizzato a partire da luglio '10)

Il ciclo di vendita 2011 evidenzia un chiaro miglioramento (+2,2pp) del tasso di calo della base clienti grazie al minor tasso di negatività ed al più elevato tasso di acquisizione dei nuovi clienti

SEAT S.p.A. – CICLO DI VENDITA 2011 ⁽¹⁾ BASATO SU CIRCA IL 100% DEGLI ORDINI ACQUISITI

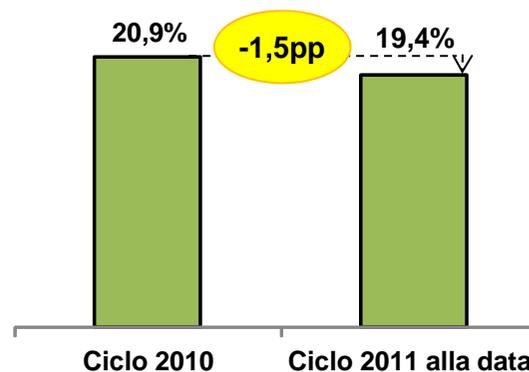
Trend della base clienti

N# di clienti



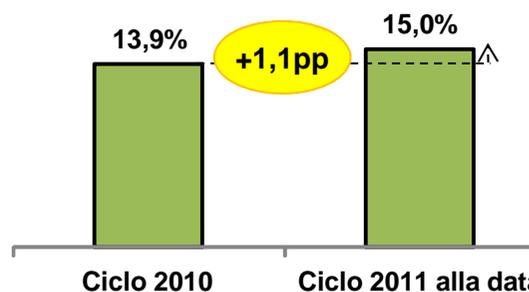
Tasso di negatività

N# di clienti



Tasso nuovi clienti

N# di clienti



(1) Basato sull'acquisito al 31 dicembre 2011

La strategia di ingresso sul mercato è studiata per segmento di clientela, con una value proposition che copre tutti i bisogni dei clienti di fascia alta/bassa

Strategia di ingresso sul mercato	PMI ⁽¹⁾	Arpa	Prodotti (%valore)	2011	Ricavi	2011 KPIs sui ricavi (trend anno su anno)			
	Mr. Name Orientamento su sul print	0 - € 799	▪ Carta ▪ Online ▪ Voce	2011	Arpa	N# Clienti	Churn	New	
		~16% dei ricavi '11	▪ Carta 63% ▪ Online 30% ▪ Voce 7%	2011	Sostanzialmente stabili	=	=	↓	↑
	Mr. Search Orientamento su multimedia	€ 800 - € 1,999	▪ Carta 48% ▪ Online 47% ▪ Voce 5%		Calo ad una cifra nel range basso	=	↓	↓	↓↓
	Mr. Big Orientamento su web	€ 2.000 - € 3,999	▪ Carta 49% ▪ Online 48% ▪ Voce 3%		Calo a due cifre nel range basso	=	↓↓	↓	↓
	Mr. Leader Clienti fascia alta	Sopra € 4,000	▪ Carta 56% ▪ Online 41% ▪ Voce 3%		Calo a due cifre nel range alto	=	↓↓	↓	↓
	National/Top Clienti nazionali/ regionali	Sopra € 20,000	▪ Carta 54% ▪ Online 42% ▪ Voce 4%		Calo a due cifre nel range basso	↓↓	↓↓	↓	↓
		~17% dei ricavi '11							

(1) Segmentazione basata sugli ordini acquisiti del ciclo 2011; i dati sono differenti da quelli dei ricavi. Esclusi l'unbundling delle PB e dei ricavi pubblicitari del 12.40 Pronto Pagine Bianche

Nel 2011 Seat ha continuato a trasformare il suo business con iniziative promozionali e di innovazione prodotto che hanno portato ad importanti risultati

IMPATTO DELLE PIU' IMPORTANTI INIZIATIVE PROMOZIONALI E DI INNOVAZIONE PRODOTTO

	<i>Descrizione</i>	<i>Risultati 2011</i>	<i>Focus</i>
	Aumento del tasso di penetrazione dei pacchetti multimediali	182k pacchetti multimediali venduti +62% vs. 2010 Churn inferiore a quello medio dell'azienda	Focus sui segmenti B2C e B2B per accelerare l'incremento della penetrazione sui clienti multimedia
	Piattaforma per le PMI per lo sviluppo di siti web in modalità self-provisioning	~ 35k siti web La maggior parte non sono clienti Seat	Forte penetrazione nel segmento B2C e professionisti, con allargamento della base di clienti potenziali. Gratuito nel primo anno (ma opportunità di vendita con altri prodotti), <300 € nel secondo anno
	Lancio di un nuovo prodotto per lo sviluppo dei social media e dei siti web	Elevato tasso di "utilizzo" da parte della rete (>80%) Aumento della spesa su internet da parte dei clienti target	Focus sul segmento B2C e B2B, per le PMI che vogliono incrementare le opportunità di up-selling sui clienti per gli investimenti sul web
	Siglata una partnership per fornire un servizio innovativo di couponing, geolocalizzato e mobile in tutte le società italiane (Lancio a Sett. '11)	Avviato il processo di incremento del tasso di penetrazione sulla base clienti di Seat con l'acquisizione di ~5.0k merchant	Focus sul segmento B2C, focus specifico sulle PMI, professionisti interessati ad aprire nuovi canali di vendita e promozione

Definizione del ciclo di vendita(basata sui nuovi criteri contabili)

		Anno 2010	Anno 2011	Anno 2012
ciclo di vendita 2011 prodotti core ⁽¹⁾	Ricavi print	2,6%	97,1%	0,3%
	Ricavi online	12,5%	69,4%	18,1%
	Ricavi voce	17,1%	69,7%	13,2%
	Ricavi core	9,1%	79,6%	11,3%

(1) Acquisito prodotti cartacei, online, voce (escluso 12.40 Pronto Pagine Bianche) a fine marzo 2012

Conto economico del Gruppo Seat

GRUPPO SEAT: CONTO ECONOMICO

<i>euro milioni</i>	FY 2010	FY 2011	Variaz.
	<i>Nuovi criteri</i>		
Ricavi	1.034,4	956,7	(7,5)%
Costi operativi e del lavoro	(578,1)	(545,8)	5,6%
Margine operativo lordo	456,2	411,0	(9,9)%
<i>% ricavi</i>	<i>44,1%</i>	<i>43,0%</i>	<i>(1,1)pp</i>
Stanziamenti netti rettificativi ed a fondi per rischi ed oneri	(39,7)	(40,3)	(1,5)%
EBITDA	416,5	370,6	(11,0)%
<i>% ricavi</i>	<i>40,3%</i>	<i>38,7%</i>	<i>(1,6)pp</i>

Gruppo Seat - analisi dei ricavi ed Ebitda per società – 2011

GRUPPO SEAT – ANALISI DEI RICAVI ED EBITDA

<i>euro milioni</i>	Ricavi (nuovi criteri)			Ebitda (nuovi criteri)		
	FY 2010	FY 2011	Variaz.	FY 2010	FY 2011	Variaz.
Attività italiane	853,4	790,9	(7,3)%	382,8	349,5	(8,7)%
Seat S.p.A	797,5	748,5	(6,1)%	378,4	345,9	(8,6)%
Consodata	24,5	20,5	(16,3)%	4,3	4,0	(7,0)%
Prontoseat	10,7	9,0	(15,9)%	1,1	0,5	(54,5)%
Pagine Gialle Phone Service	7,0	0,8	(88,6)%	0,3	(0,2)	n.s.
Cipi	13,7	12,1	(11,7)%	(1,3)	(0,7)	46,2%
Attività internazionali	213,7	187,6	(12,2)%	33,8	21,2	(37,3)%
TDL	73,6	60,9	(17,3)%	10,6	4,6	(56,6)%
Telegate	123,1	110,0	(10,6)%	22,2	14,7	(33,8)%
Europages	17,0	16,7	(1,8)%	1,0	1,9	90,0%
Elisioni, rettifiche e altro	(32,8)	(21,8)	n.s.	(0,1)	(0,1)	n.s.
Totale	1.034,4	956,7	(7,5)%	416,5	370,6	(11,0)%

Gruppo Seat - analisi dei ricavi ed Ebitda per società – 2011 a parità di perimetro e di tasso di cambio

GRUPPO SEAT – ANALISI DEI RICAVI ED EBITDA

<i>euro milioni</i>	Ricavi (nuovi criteri)			Ebitda (nuovi criteri)		
	FY 2010 <i>(like for like)⁽¹⁾</i>	FY 2011	Variaz.	FY 2010 <i>(like for like)⁽¹⁾</i>	FY 2011	Variaz.
Attività italiane	853,4	790,9	(7,3)%	382,8	349,5	(8,7)%
Seat S.p.A	797,5	748,5	(6,1)%	378,4	345,9	(8,6)%
Consodata	24,5	20,5	(16,3)%	4,3	4,0	(7,0)%
Prontoseat	10,7	9,0	(15,9)%	1,1	0,5	(54,5)%
Pagine Gialle Phone Service	7,0	0,8	(88,6)%	0,3	(0,2)	n.s.
Cipi	13,7	12,1	(11,7)%	(1,3)	(0,7)	46,2%
Attività internazionali	209,7	187,6	(10,5)%	31,2	21,2	(32,1)%
TDL	69,6	60,9	(12,5)%	8,0	4,6	(42,5)%
Telegate	123,1	110,0	(10,6)%	22,2	14,7	(33,8)%
Europages	17,0	16,7	(1,8)%	1,0	1,9	90,0%
Elisioni, rettifiche e altro	(32,8)	(21,8)	n.s.	(0,1)	(0,1)	n.s.
Totale	1.030,4	956,7	(7,1)%	413,9	370,6	(10,5)%

(1) A parità di elenchi pubblicati e di tasso di cambio per Thomson

Gruppo Seat - analisi dei ricavi ed Ebitda per società – Q4'11

GRUPPO SEAT – ANALISI DEI RICAVI ED EBITDA

<i>euro milioni</i>	Ricavi (nuovi criteri)			Ebitda (nuovi criteri)		
	Q4 2010	Q4 2011	Variaz.	Q4 2010	Q4 2011	Variaz.
Attività italiane	210,6	218,7	3,8%	75,2	90,6	20,6%
Seat S.p.A	192,3	202,3	5,2%	71,3	86,8	21,8%
Consodata	9,6	8,8	(8,3)%	3,2	3,2	0,0%
Prontoseat	2,6	2,1	(19,2)%	0,1	(0,1)	n.s.
Pagine Gialle Phone Service	0,2	0,3	50,0%	(0,3)	(0,1)	(66,7)%
Cipi	5,9	5,2	(11,9)%	0,9	0,8	(11,1)%
Attività internazionali	54,8	49,9	(8,9)%	9,9	7,0	(29,3)%
TDL	20,7	19,2	(7,2)%	4,3	3,2	(25,6)%
Telegate	30,3	26,4	(12,9)%	5,4	3,5	(35,2)%
Europages	3,8	4,3	13,2%	0,2	0,3	50,0%
Elisioni, rettifiche e altro	(8,1)	(7,5)	n.s.	(0,2)	0,0	n.s.
Totale	257,4	261,2	1,5%	84,8	97,6	15,1%

Gruppo Seat - analisi dei ricavi ed Ebitda per società – Q4'11 a parità di perimetro e di tasso di cambio

GRUPPO SEAT – ANALISI DEI RICAVI ED EBITDA

<i>euro milioni</i>	Ricavi (nuovi criteri)			Ebitda (nuovi criteri)		
	Q4 2010 <i>(like for like)⁽¹⁾</i>	Q4 2011	Variaz.	Q4 2010 <i>(like for like)⁽¹⁾</i>	Q4 2011	Variaz.
Attività italiane	210,6	218,7	3,8%	75,2	90,6	20,6%
Seat S.p.A	192,3	202,3	5,2%	71,3	86,8	21,8%
Consodata	9,6	8,8	(8,3)%	3,2	3,2	0,0%
Prontoseat	2,6	2,1	(19,2)%	0,1	(0,1)	n.s.
Pagine Gialle Phone Service	0,2	0,3	50,0%	(0,3)	(0,1)	(66,7)%
Cipi	5,9	5,2	(11,9)%	0,9	0,8	(11,1)%
Attività internazionali	53,4	49,9	(6,6)%	8,6	7,0	(18,6)%
TDL	19,3	19,2	(0,5)%	3,0	3,2	6,7%
Telegate	30,3	26,4	(12,9)%	5,4	3,5	(35,2)%
Europages	3,8	4,3	13,2%	0,2	0,3	50,0%
Elisioni, rettifiche e altro	(8,1)	(7,5)	n.s.	(0,2)	0,0	n.s.
Totale	256,0	261,2	2,0%	83,6	97,6	16,8%

(1) A parità di elenchi pubblicati e di tasso di cambio per Thomson

Thomson – Ebitda influenzato dal calo dei ricavi nonostante il contenimento dei costi

THOMSON CE

£ milioni	FY10 reported	FY10 like for like ⁽¹⁾ <i>Nuovi criteri</i>	FY11	Variaz.		Variaz. <i>like for like</i>	
				mln	%	mln	%
Ricavi	63,1	60,4	52,8	(10,3)	(16,3)%	(7,6)	(12,6)%
Costi operativi e del lavoro	(51,5)	(51,0)	(46,8)	4,7	9,1%	4,2	8,2%
Margine operativo lordo	11,6	9,4	6,1	(5,5)	(47,4)%	(3,3)	(35,1)%
<i>% ricavi</i>	18,4%	15,6%	11,6%		(6,8)pp		(4,0)pp
fondi per rischi ed oneri	(2,5)	(2,4)	(2,0)	0,5	20,0%	0,4	16,7%
EBITDA	9,1	7,0	4,0	(5,1)	(56,0)%	(3,0)	(42,9)%
<i>% ricavi</i>	14,4%	11,6%	7,6%		(6,8)pp		(4,0)pp

(1) A parità di elenchi pubblicati

Telegate – Ebitda in linea con la guidance

TELEGATE CE

<i>euro milioni</i>	FY10	FY11	Variaz.	
	<i>Nuovi criteri</i>		mln	%
Ricavi	123,1	110,0	(13,1)	(10,6)%
Costi operativi e del lavoro	(98,3)	(92,7)	5,6	5,7%
Margine operativo lordo	24,8	17,3	(7,5)	(30,2)%
<i>% ricavi</i>	20,1%	15,7%		(4,4)pp
Stanziam. netti rettif. e a fondi per rischi ed oneri	(2,6)	(2,6)	0,0	0,0
EBITDA	22,2	14,7	(7,5)	(33,8)%
<i>% ricavi</i>	18,0%	13,4%		(4,6)pp

Stato Patrimoniale

GRUPPO SEAT

<i>euro milioni</i>	31 Dic. '10	31 Dic. '11	Variaz.
	<i>Nuovi criteri</i>		
Goodwill e Customer Data Base	2.651,3	1.951,9	(699,4)
Altri attivi non correnti	242,0	175,2	(66,8)
Passivi non correnti	(82,7)	(58,5)	24,2
Capitale circolante	102,3	79,3	(23,1)
Attività/Passività nette non correnti cessate/destinate ad essere cedute	(0,3)	(0,3)	(0,1)
Capitale investito netto	2.912,6	2.147,5	(765,1)
Totale patrimonio netto	228,7	(555,1)	(783,7)
Indebitamento finanziario netto - "contabile"	2.684,0	2.702,6	18,6
Totale	2.912,6	2.147,5	(765,1)
Indebitamento finanziario netto	2.731,0	2.734,2	3,2
Adeguamenti IAS	(47,0)	(31,6)	15,5
Indebitamento finanziario netto "contabile"	2.684,0	2.702,6	18,6