



## Risultati primo trimestre 2012

---

Massimo Cristofori – CFO  
Stefano Canu – IR Manager

Milano, 11 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 2012.

I dati contabili esposti nelle presenti diapositive sono tratti dalla Relazione trimestrale al 31 marzo 2012, 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

---

<b>Risultati del gruppo</b>	
<b>Andamento del core business in Italia</b>	
<b>Andamento dei business internazionali</b>	
<b>Appendice</b>	

## Principali risultati raggiunti nel Q1'12

---

### **Group**

- 1 Margini di Gruppo elevati (32,2%), nonostante i minori ricavi, grazie alle attività di contenimento dei costi
- 2 OFCF solido (a 65,5 €m), nonostante i minori ricavi, ed un leggero miglioramento della NFP (-17,8 €m)

### **Seat Core Business**

- 3 - Ricavi a 154,2 €m (-3,9% a parità di elenchi pubblicati incluso l'anticipo delle edizioni di Torino e Milano dal Q2'12 al Q1'12)<sup>(1)</sup> con una migliore performance dei ricavi core (in calo dell'1,9%), sostenuti dalla crescita dei ricavi online (in crescita del 12,8%, inclusa la componente online dei ricavi pubblicitari delle Pagine Bianche)
  - Nel Q1'12 usage in crescita del 37,1% grazie al traffico sui siti web e mobile e alle visite sul sito di proprietà PG.it (sostenute dalle *user reviews* e dal *restyling* del sito)
  - Gross Operating margin sostanzialmente stabile (47,4%), nonostante i minori ricavi, grazie alle attività di contenimento dei costi e all'efficienza operativa
- 4 Seat ha continuato a trasformare il suo business con iniziative promozionali e di innovazione di prodotto che hanno portato ad importanti risultati

### **Attività Internazionali**

- 5 Telegate e Thomson continuano l'evoluzione verso la multimedialità

---

(1) A parità di edizioni pubblicate, incluse le edizioni di Torino e Milano (25,9 €m 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<sup>(1)</sup>

euro milioni	Ricavi			Ebitda		
	Q1'11 like for like <sup>(1)</sup>	Q1'12	Variaz.	Q1'11 like for like <sup>(1)</sup>	Q1'12	Variaz.
<b>Attività italiane</b>	<b>168,2</b>	<b>161,9</b>	<b>(3,7)%</b>	<b>67,2</b>	<b>63,6</b>	<b>(5,4)%</b>
Seat S.p.A	160,4	154,2	(3,9)%	68,1	64,4	(5,4)%
Altre attività italiane <sup>(2)</sup>	7,8	7,7	(1,3)%	(0,9)	(0,8)	11,1%
<b>Attività internazionali</b>	<b>44,6</b>	<b>39,2</b>	<b>(12,1)%</b>	<b>3,5</b>	<b>(0,3)</b>	<b>n.s.</b>
Thomson	12,2	9,9	(18,9)%	(0,5)	(3,5)	n.s.
Telegate	28,2	25,2	(10,6)%	3,5	2,7	(22,9)%
Europages	4,2	4,1	(2,4)%	0,5	0,5	0,0%
Elisioni, rettifiche e altro	(4,5)	(4,8)	n.s.	0,2	(0,1)	n.s.
<b>Totale</b>	<b>208,3</b>	<b>196,3</b>	<b>(5,8)%</b>	<b>70,9</b>	<b>63,2</b>	<b>(10,8)%</b>
<i>Ebitda margin</i>				34,0%	32,2%	(1,8)pp

Like for like ricavi di Seat in calo del 3,9%, con una migliore performance dei ricavi core (in calo dell'1,9%), sostenuti dalla crescita dei ricavi online (in aumento del 12,8%, incluso l'unbundling dei ricavi pubblicitari delle PB)

Like for like ricavi di TDL in calo del 18,8% (in £), a fronte di un diverso phasing, in particolare dei ricavi online, rispetto al Q1'11, in attesa di una revisione dell'offerta commerciale e del restyling del sito

Ebitda di Telegate a 2,7 €m, in linea con la guidance FY'12 (10 ÷ 12 €m)

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 edizioni pubblicate e di tassi di cambio per Seat e Thomson

# OFCF solido, nonostante i minori ricavi, e leggero miglioramento della NFP

## CASH FLOW OPERATIVO E DELEVERAGE DEL GRUPPO SEAT

euro milioni	Q1'11	Q1'12	Variaz.	
	reported		mln	%
<b>Ebitda like for like</b>	<b>70,9</b>	<b>63,2</b>	<b>(7,6)</b>	<b>(10,8)%</b>
<b>Ebitda</b>	<b>57,0</b>	<b>63,2</b>	<b>6,3</b>	<b>11,0%</b>
Diminuzione (aumento) capitale circolante	29,5	11,6	(17,9)	(60,7)%
Diminuzione (aumento) passività non correnti	(2,7)	(1,8)	0,9	0,3
Investimenti industriali	(10,2)	(7,5)	2,7	0,3
<b>Free Cash Flow operativo</b>	<b>73,6</b>	<b>65,5</b>	<b>(8,1)</b>	<b>(11,0)%</b>
Interessi finanziari netti pagati	(44,6)	0,1	44,7	n.s.
Imposte pagate	(2,3)	(0,8)	1,5	66,8%
Oneri non ricorrenti e di ristrutturazione	(11,2)	(15,5)	(4,3)	(38,5)%
Altri	(14,0)	(31,5)	(17,5)	n.s.
<b>Deleverage</b>	<b>1,5</b>	<b>17,8</b>	<b>16,3</b>	<b>n.s.</b>
	FY 2011	Q1'11	Variaz.	
			mln	
<b>Indebitamento Finanziario Netto</b>	<b>2.734,2</b>	<b>2.716,4</b>	<b>(17,8)</b>	

Like for like il calo della variazione del capitale circolante operativo è compensato dalla più elevata Ebitda nel Q1'11

Minor livello di investimenti industriali, a seguito di una politica selettiva focalizzata sullo sviluppo dei prodotti internet

La somma degli interessi pagati + quelli maturati (inclusi nella voce Altri) è pari a 55,0 €m nel Q1'11 e a 29,2 €m nel Q1'12

Gli oneri non ricorrenti e di ristrutturazione includono le legal e advisory fees relative alla Ristrutturazione Finanziaria

La voce Altri include la variazione degli interessi maturati

# Posizione Finanziaria del Gruppo Seat: a fine marzo 2012

Debito	Ammontare (€m)
<b>DEBITO LORDO</b>	<b>2.793,2</b>
• <b>Debito Bancario Senior</b>	<b>721,3</b>
Tranche A	184,5
Tranche B	446,8
Revolving Facility	90,0
• <b>Debito subordinato vs. Lighthouse<sup>(1)</sup></b>	<b>1.300,0</b>
• <b>Senior Secured Bond<sup>(2)</sup></b>	<b>723,3</b>
• <b>Leasing finanziario<sup>(3)</sup></b>	<b>48,6</b>
<b>Ratei e risconti finanziari netti e altri</b>	<b>145,5</b>
<b>CASSA</b>	<b>-222,3</b>
<b>PFN DEL GRUPPO SEAT</b>	<b>2.716,4</b>
<b>Rettifiche AS:</b>	
Oneri di negoziazione	-27
Derivati negativi Mark to Market e altri	0,8
<b>PFN DEL GRUPPO – VAL. CONTABILE</b>	<b>2.690,2</b>

## Interessi (prima della ristrutturazione finanziaria)

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

## CASSA TRATTENUTA 146 €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
- 39 €m interessi sul prestito obbligazionario SSB (coupon di gennaio)

## Al closing

“To be waived”

“Da pagare”

“Da pagare”

“Da pagare”

“Da pagare”

(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

## Indice

---

<b>Risultati del gruppo</b>	
<b>Andamento del core business in Italia</b>	
<b>Andamento dei business internazionali</b>	
<b>Appendice</b>	



## Nel Q1'12 ricavi core sostenuti dalla crescita del business online (+12,8% incluso l'unbundling dei ricavi pubblicitari delle PB)

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

euro milioni	Q1'11	Q1'12	Variaz.
Ricavi	<i>like for like<sup>(1)</sup></i>		%
Ricavi Core	143,4	140,7	(1,9)%
Pubblicità su prodotti cartacei	39,2	25,9	(33,9)%
Pubblicità su online e servizi	94,3	106,4	12,8%
Pubblicità su telefono	9,9	8,5	(14,9)%
Altri <sup>(2)</sup>	17,0	13,5	(20,8)%
Totale	160,4	154,2	(3,9)%
Mix ricavi (% ricavi core)	Q1'11	Q1'12	Variaz.
-Pubblicità su prodotti cartacei	27,3%	18,4%	(8,9) pp
-Pubblicità su online e servizi	65,8%	75,6%	+9,8 pp
-Pubblicità sul telefono	6,9%	6,0%	(0,9) pp

**Dati like for like inclusa l'anticipazione delle edizioni di Torino e Milano dal Q2'12 al Q1'12**

**Nel Q1'12 ricavi core sostenuti dalla crescita del business online (incluso l'unbundling dei ricavi pubblicitari delle PB)**

**Calo del print gestito attraverso la strategia dei pacchetti multimediali**

**Altri prodotti in calo a causa soprattutto del calo dei ricavi da traffico telefonico (~66% del totale), dei prodotti di direct marketing e delle attività di merchandising**

**I ricavi online del Q1'12 rappresentano il 75,6% del totale dei ricavi core (incluso l'unbundling dei ricavi pubblicitari delle PB)**

(1) A parità di edizioni pubblicate, incluse le edizioni di Torino e Milano (25,9 €m nel Q2'11) anticipate dal Q2'12 al Q1'12

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

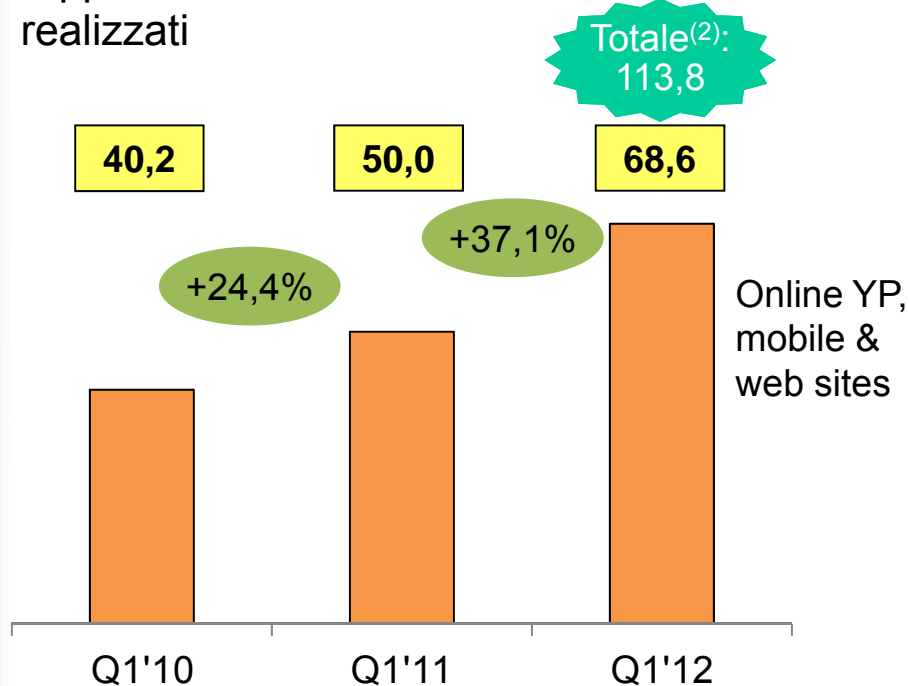
# Nel Q1'12 usage in crescita del 37,1% grazie al traffico sui siti web e mobile e alle visite sul sito di proprietà PG.it (sostenute dalle user reviews e dal restyling del sito)

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

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

milioni

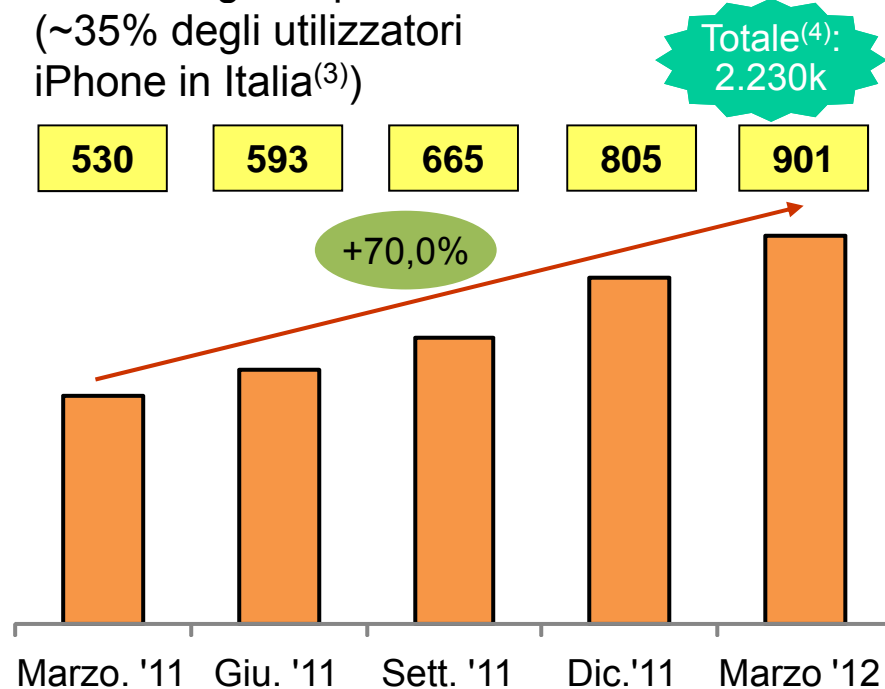
Nel Q1'12, il ~37% dello usage totale è rappresentato da mobile e siti web realizzati



## Download Applicazioni PG Mobile da iTunes

'000

A marzo 2012, 901k applicazioni PG Mobile scaricate gratis per iPhone, iPad e iPod (~35% degli utilizzatori iPhone in Italia<sup>(3)</sup>)



(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 Q1'12 stabile, nonostante la perdita sui ricavi, grazie al contenimento dei costi e all'efficienza operativa

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

euro milioni	Q1'11	Q1'12	Variaz.	
	like for like <sup>(1)</sup>		mln	%
<b>Ricavi</b>	<b>160,4</b>	<b>154,2</b>	<b>(6,2)</b>	<b>(3,9)%</b>
Costi industriali	(26,5)	(26,2)	0,3	1,1%
% ricavi	16,5%	17,0%		0,5pp
Costi generali e del lavoro	(30,1)	(30,3)	(0,2)	(0,8)%
% ricavi	18,7%	19,7%		1,0pp
Costi commerciali	(23,5)	(22,8)	0,7	3,1%
% ricavi	14,7%	14,8%		0,1pp
Costi di pubblicità	(3,9)	(1,8)	2,0	52,5%
% ricavi	2,4%	1,2%		(1,2)pp
Totale costi	(84,0)	(81,2)	2,8	3,4%
% ricavi	52,4%	52,6%		0,2pp
<b>Margine Operativo Lordo</b>	<b>76,4</b>	<b>73,0</b>	<b>(3,4)</b>	<b>(4,4)%</b>
% ricavi	47,6%	47,4%		(0,2)pp
Stanziam. netti rettif. e a fondi per rischi ed oneri	(8,3)	(8,7)	(0,4)	(4,3)%
<b>EBITDA</b>	<b>68,1</b>	<b>64,4</b>	<b>(3,7)</b>	<b>(5,5)%</b>
% ricavi	42,5%	41,7%		(0,8)pp

Costi industriali in calo a fronte della perdita di ricavi sui prodotti cartacei e su quelli a più bassa marginalità (es. traffico telefonico) che hanno compensato l'incremento dei costi web (es. lavorazioni online e compensi editori)

Costi generali in calo (-1,5 €m) a fronte dell'attività di contenimento dei costi, e incremento del costo del lavoro (+ 1,7 €m) a causa soprattutto del rinnovo del Contratto Collettivo Nazionale

In % dei ricavi costi commerciali stabili

Investimenti pubblicitari in calo a fronte soprattutto di una diversa pianificazione delle campagne pubblicitarie vs. Q1'11

In % dei ricavi calo degli acc.ti al fondo rischi commerciali grazie ad una riduzione delle pratiche errore

Il f.do svalutazione crediti permette una copertura dello scaduto in linea con lo scorso anno (circa ~33%)





Leggero calo dell'Ebitda margin (0,8pp) dovuto soprattutto all'aumento degli acc.ti

(1) A parità di edizioni pubblicate, inclusi i costi diretti (12,2 €m nel Q2'11) delle edizioni di Torino e Milano anticipate dal Q2'12 al Q1'12

(2) Dal Q3'11 nuova riclassificazione dei costi industriali che ora include i compensi editori<sup>(1)</sup> (prima contabilizzati nei costi commerciali)






## Nel 2012 Seat ha continuato a lanciare nuove iniziative promozionali e di innovazioni di prodotto a sostegno dello usage

### NUOVE INIZIATIVE PROMOZIONALI E DI INNOVAZIONE PRODOTTO NEL 2012

	Lancio	Descrizione	Risultati 2012 / Rationale
 	Gennaio / Febbraio, 2012	Estensione della presenza di PG e PB su altri sistemi operativi (tablets Android)	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Costruire un posizionamento competitivo nell'ecosistema delle Apps</li> </ul>
	Aprile, 2012	Il nuovo sito e la nuova app per iPhone che offrono tutte le informazioni utili per vivere appieno la città: luoghi, eventi, meteo e traffico a portata di click	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ A maggio "App della settimana" per iPhone sull'App Store</li> <li>▪ 300k downloads dal lancio</li> <li>▪ Rating di 4,5 da parte degli utenti</li> </ul>
	Aprile, 2012	89.24.24 Pronto Pagine Gialle diventa sempre più social e pubblica direttamente nei profili di Facebook le informazioni trovate grazie al supporto dell'operatore telefonico	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Interazione con più di 100k fans</li> <li>▪ Più facile per gli utenti condividere con i propri amici i risultati della ricerca su 89.24.24 Pronto PagineGialle sul proprio profilo di Facebook.</li> </ul>

# Le iniziative di prodotto lanciate durante il 2011 hanno portato ad importanti risultati

## IMPATTO DELLE INIZIATIVE DI PRODOTTO LANCIATE NEL 2011

	<i>Descrizione</i>	<i>Risultati 2012</i>	<i>Focus</i>
	Piattaforma per le PMI per lo sviluppo di siti web in modalità self-provisioning	~ 39k siti web (al 1° di maggio) La maggior parte non sono clienti Seat	Forte penetrazione nel segmento B2C e professionisti, allargando la 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 ~6,3k merchants (al 30 marzo)	Focus sul segmento B2C, focus specifico sulle PMI, professionisti interessati ad aprire nuovi canali di vendita e promozione

## Indice

---

<b>Risultati del gruppo</b>	
<b>Andamento del core business in Italia</b>	
<b>Andamento dei business internazionali</b>	
<b>Appendice</b>	

## Attività internazionali – analisi dei ricavi e dell'Ebitda

### GRUPPO SEAT – CONTO ECONOMICO DELLE ATTIVITA' INTERNAZIONALI

euro milioni	Ricavi			Ebitda		
	Q1'11	Q1'12	Variaz.	Q1'11	Q1'12	Variaz.
<b>Attività estere</b>	<b>44,6</b>	<b>39,2</b>	<b>(12,1)%</b>	<b>3,5</b>	<b>(0,3)</b>	<b>n.s.</b>
Thomson <i>(like for like)</i> <sup>(1)</sup>	12,2	9,9	(18,9)%	(0,5)	(3,5)	n.s.
Telegate	28,2	25,2	(10,6)%	3,5	2,7	(22,9)%
Europages	4,2	4,1	(2,4)%	0,5	0,5	0,0%
<i>GBP milioni</i>						
Thomson <i>(like for like)</i> <sup>(1)</sup>	10,1	8,2	(18,8)%	(0,4)	(2,9)	n.s.

#### Thomson *(Gbp like for like basis)*

Like for like ricavi di TDL in calo del 18,8% (in £), a fronte di un diverso phasing, in particolare dei ricavi online, rispetto al Q1'11, in attesa di una revisione dell'offerta commerciale e del restyling del sito

#### Telegate

– In Germania ricavi pubblicitari in aumento del 2,3%, al 37,6% del totale (vs. 33,1% nel Q1'11)  
 – Ebitda di Gruppo in linea con la guidance FY'12 (10 ÷ 12 €m)

#### Europages

– Risultati sostanzialmente stabili anno su anno

(1) A parità di edizioni pubblicate ed tasso di cambio

---

# Q & A



## Indice

---

<b>Risultati del gruppo</b>	
<b>Andamento del core business in Italia</b>	
<b>Andamento dei business internazionali</b>	
<b>Appendice</b>	

## Conto economico del Gruppo Seat

### GRUPPO SEAT: CONTO ECONOMICO

<i>euro milioni</i>	Q1 2011 reported	Q1 2011 like for like	Q1 2012	Variaz. reported	Variaz. like for like
<b>Ricavi</b>	<b>181,8</b>	<b>208,3</b>	<b>196,3</b>	<b>8,0%</b>	<b>(5,8)%</b>
Costi operativi e del lavoro	(114,8)	(127,4)	(122,6)	(6,8)%	3,7%
<b>Margine operativo lordo</b>	<b>67,0</b>	<b>80,9</b>	<b>73,7</b>	<b>9,9%</b>	<b>(9,0)%</b>
<i>% ricavi</i>	36,9%	38,8%	37,5%	0,6pp	(1,3)pp
Stanziamenti netti rettificativi ed a fondi per rischi ed oneri	(10,0)	(10,1)	(10,4)	(3,9)%	(3,7)%
<b>EBITDA</b>	<b>57,0</b>	<b>70,9</b>	<b>63,2</b>	<b>11,0%</b>	<b>(10,8)%</b>
<i>% ricavi</i>	31,3%	34,0%	32,2%	0,9pp	(1,8)pp

## Conto economico del Gruppo Seat – sotto Ebitda

### CONTO ECONOMICO DEL GRUPPO SEAT SOTTO EBITDA

<i>euro milioni</i>	Q1 2011 reported	Q1 2011 like for like	Q1 2012	Variaz. reported	Variaz. like for like
<b>EBITDA</b>	<b>57,0</b>	<b>70,9</b>	<b>63,2</b>	<b>11,0%</b>	<b>(10,8)%</b>
<i>% ricavi</i>	31,3%	34,0%	32,2%	0,9pp	(1,8)pp
Amm.ti e svalutazioni operative	(14,9)	(14,9)	(12,7)	14,8%	14,8%
<b>EBITA</b>	<b>42,0</b>	<b>55,9</b>	<b>50,5</b>	<b>0,2</b>	<b>(9,7)%</b>
<i>% ricavi</i>	23,1%	26,8%	25,7%	2.6pp	(1.1)pp
Amm.ti e svalutazioni extra-operative	(0,6)	(0,6)	(0,6)	0,0%	0,0%
Oneri netti di natura non ricorrente e di ristrutturazione	(1,6)	(1,6)	(13,3)	n.s.	n.s.
<b>EBIT</b>	<b>39,8</b>	<b>53,7</b>	<b>36,6</b>	<b>(8,2)%</b>	<b>(31,9)%</b>
<i>% ricavi</i>	21,9%	25,8%	18,6%	(3.3)pp	(7.2)pp
Oneri finanziari netti	(64,6)	(64,6)	(38,1)	41,0%	41,0%
<b>Risultato prima delle imposte</b>	<b>(24,8)</b>	<b>(10,9)</b>	<b>(1,5)</b>	<b>93,8%</b>	<b>85,9%</b>
Imposte sul reddito dell'esercizio	14,6	14,6	(6,2)	n.s.	n.s.
<b>Risultato dell'esercizio</b>	<b>(10,2)</b>	<b>3,7</b>	<b>(7,7)</b>	<b>24,0%</b>	<b>n.s.</b>
- di cui di competenza di Terzi	0,3	0,3	0,1	(80,7)%	(80,7)%
- di cui di competenza del Gruppo	10,5	3,4	(7,8)	n.s.	n.s.

## Gruppo Seat - analisi dei ricavi ed Ebitda per società – Q1'12 a parità di perimetro e di tasso di cambio

### GRUPPO SEAT – ANALISI DEI RICAVI ED EBITDA

euro milioni	Ricavi			Ebitda		
	Q1 2011 like for like	Q1 2012	Variaz.	Q1 2011 like for like	Q1 2012	Variaz.
<b>Attività italiane</b>	<b>168,2</b>	<b>161,9</b>	<b>(3,7)%</b>	<b>67,2</b>	<b>63,6</b>	<b>(5,4)%</b>
Seat S.p.A	160,4	154,2	(3,9)%	68,1	64,4	(5,4)%
Consodata	3,1	3,1	0,0%	(0,2)	(0,3)	(50,0)%
Prontoseat	2,2	2,3	4,5%	0,2	0,2	0,0%
Pagine Gialle Phone Service	0,0	0,2	n.s.	(0,3)	(0,1)	66,7%
Cipi	2,5	2,1	(16,0)%	(0,6)	(0,6)	0,0%
<b>Attività internazionali</b>	<b>44,6</b>	<b>39,2</b>	<b>(12,1)%</b>	<b>3,5</b>	<b>(0,3)</b>	<b>n.s.</b>
TDL	12,2	9,9	(18,9)%	(0,5)	(3,5)	n.s.
Telegate	28,2	25,2	(10,6)%	3,5	2,7	(22,9)%
Europages	4,2	4,1	(2,4)%	0,5	0,5	0,0%
Elisioni, rettifiche e altro	(4,5)	(4,8)	n.s.	0,2	(0,1)	n.s.
<b>Totale</b>	<b>208,3</b>	<b>196,3</b>	<b>(5,8)%</b>	<b>70,9</b>	<b>63,2</b>	<b>(10,8)%</b>

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

## Gruppo Seat - analisi dei ricavi ed Ebitda per società – Q1'12

### GRUPPO SEAT – ANALISI DEI RICAVI ED EBITDA

<i>euro milioni</i>	Ricavi			Ebitda		
	Q1 2011 reported	Q1 2012	Variaz.	Q1 2011 reported	Q1 2012	Variaz.
<b>Attività italiane</b>	<b>142,3</b>	<b>161,9</b>	<b>13,8%</b>	<b>53,5</b>	<b>63,6</b>	<b>n.s.</b>
Seat S.p.A	134,5	154,2	14,6%	54,4	64,4	18,4%
Consodata	3,1	3,1	0,0%	(0,2)	(0,3)	50,0%
Prontoseat	2,2	2,3	4,5%	0,2	0,2	0,0%
Pagine Gialle Phone Service	0,0	0,2	n.s.	(0,3)	(0,1)	66,7%
Cipi	2,5	2,1	(16,0)%	(0,6)	(0,6)	0,0%
<b>Attività internazionali</b>	<b>43,9</b>	<b>39,2</b>	<b>(10,7)%</b>	<b>3,3</b>	<b>(0,3)</b>	<b>n.s.</b>
TDL	11,5	9,9	(13,9)%	(0,7)	(3,5)	n.s.
Telegate	28,2	25,2	(10,6)%	3,5	2,7	(22,9)%
Europages	4,2	4,1	(2,4)%	0,5	0,5	0,0%
Elisioni, rettifiche e altro	(4,4)	(4,8)	n.s.	0,2	(0,1)	n.s.
<b>Totale</b>	<b>181,8</b>	<b>196,3</b>	<b>8,0%</b>	<b>57,0</b>	<b>63,2</b>	<b>11,0%</b>

## Thomson – Ebitda influenzata dal calo dell'Ebitda

THOMSON P&L

£ milioni	Q1'11 reported	Q1'11 like for like <sup>(1)</sup>	Q1'12	Variaz.		Variaz. like for like	
				mln	%	mln	%
<b>Ricavi</b>	<b>9,8</b>	<b>10,1</b>	<b>8,2</b>	(1,6)	<b>(16,3)%</b>	(1,9)	<b>(18,8)%</b>
Costi operativi e del lavoro	(10,0)	(10,1)	(10,9)	(0,9)	(9,0)%	(0,8)	(7,9)%
<b>Margine operativo lordo</b>	<b>(0,2)</b>	<b>0,0</b>	<b>(2,6)</b>	(2,4)	<b>n.s.</b>	(2,6)	<b>n.s.</b>
% ricavi	(2,0)%	0,0%	(31,7)%		n.s.		n.s.
fondi per rischi ed oneri	(0,4)	(0,4)	(0,3)	0,1	25,0%	0,1	25,0%
<b>EBITDA</b>	<b>(0,6)</b>	<b>(0,4)</b>	<b>(2,9)</b>	(2,3)	<b>n.s.</b>	(2,5)	<b>n.s.</b>
% ricavi	(6,1)%	(4,0)%	(35,4)%		n.s.		n.s.

(1) A parità di edizioni pubblicate

## Telegate – Ebitda in linea con la guidance FY'12 (10 ÷ 12 €m)

TELEGATE CE

<i>euro milioni</i>	Q1'11	Q1'12	Variaz.	
			mln	%
<b>Ricavi</b>	<b>28,2</b>	<b>25,2</b>	(3,0)	<b>(10,6)%</b>
Costi operativi e del lavoro	(23,7)	(21,5)	2,2	9,3%
<b>Margine operativo lordo</b>	<b>4,6</b>	<b>3,7</b>	(0,9)	<b>(19,6)%</b>
<i>% ricavi</i>	16,3%	14,7%		(1,6)pp
Stanziam. netti rettif. e a fondi per rischi ed oneri	(1,1)	(1,0)	0,1	9,1%
<b>EBITDA</b>	<b>3,5</b>	<b>2,7</b>	(0,8)	<b>(22,9)%</b>
<i>% ricavi</i>	12,4%	10,7%		(1,7)pp

# Stato Patrimoniale

## GRUPPO SEAT

<i>euro milioni</i>	Dic. 31, '11	Marz. 31, '12	Variaz.
Goodwill e Customer Data Base	<b>1.951,9</b>	<b>1.951,2</b>	<b>(0,6)</b>
Altri attivi non correnti	175,2	171,3	(4,0)
Passivi non correnti	(58,5)	(53,5)	5,0
Capitale circolante	79,3	59,5	(19,8)
Attività/Passività nette non correnti cessate/destinate ad essere cedute	(0,3)	(0,3)	0,1
Capitale investito netto	<b>2.147,5</b>	<b>2.128,2</b>	<b>(19,3)</b>
Totale patrimonio netto	(555,1)	(562,0)	(6,9)
Indebitamento finanziario netto - "contabile"	<b>2.702,6</b>	<b>2.690,2</b>	<b>(12,4)</b>
Totale	<b>2.147,5</b>	<b>2.128,2</b>	<b>(19,3)</b>
Indebitamento finanziario netto	<b>2.734,2</b>	<b>2.716,4</b>	<b>(17,8)</b>
Adeguamenti IAS	(31,6)	(26,2)	5,4
Indebitamento finanziario netto "contabile"	<b>2.702,6</b>	<b>2.690,2</b>	<b>(12,4)</b>