



Risultati primo trimestre del 2014

Vincenzo Santelia – *Chief Executive Officer*
Andrea Servo – *Chief Financial Officer*
Leonardo Fava – *Investor Relations Officer*

Milano, 12 maggio 2014



Disclaimer

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.

Principi contabili

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 2013.

I dati contabili esposti nelle presenti diapositive sono tratti dal Resoconto intermedio di gestione al 31 marzo 2014, 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 Seat

4

Risultati del Gruppo

12

Outlook

16

Appendice

18

Risultati del primo trimestre del 2014

1 L'andamento del business nella prima parte dell'esercizio in corso conferma l'efficacia dell'azione manageriale messa in atto a sostegno del rilancio operativo della Società, che sta portando i primi segnali positivi di ripresa

- I risultati preliminari relativi all'andamento degli ordini da clientela a fine aprile 2014 sono leggermente inferiori a quelli dello stesso periodo del 2013, ma superiori alle previsioni di Piano
- Tale performance risulta significativa nell'ambito di uno scenario di mercato sotto pressione, che nel mese di febbraio, secondo i più recenti dati Nielsen, ha visto un'inaspettata contrazione degli investimenti pubblicitari (-5,2%), che di fatto ha interrotto il trend di avvicinamento a "quota zero" che si era registrato nei mesi precedenti
- L'andamento degli ordini da clientela non è riflesso nella performance dei ricavi del primo trimestre del 2014, in quanto i principi di contabilizzazione rendono visibile la performance degli ordini commerciali in media dopo sei/otto mesi dalla data di acquisizione
- La Società ha già completamente individuato e implementato tutte le azioni per realizzare i *cost saving* previsti dal Piano per l'esercizio in corso

2 Risultati SEAT⁽¹⁾

- Calo dei ricavi a 89,6 €m (-29,9 €m o -25,0%) con una contrazione che ha interessato tutte e tre le linee di prodotto *core*. L'andamento è coerente con il risultato previsto dal Piano a fine anno
- Calo dell'EBITDA a 5,9 €m (-23,3 €m or -79,7%) riconducibile alla dinamica negativa dei ricavi. Ebitda *margin* al 6,6% dei ricavi (-17,8pp). L'andamento è coerente con il risultato previsto dal Piano a fine anno
- Forte crescita dello *usage* sui siti web e mobile di Seat (+9,6%) e dei *downloads* delle applicazioni mobile (+51,3%)

3 Risultati del Gruppo⁽²⁾

- Calo dei ricavi a 93,2 €m (-32,1 €m o -25,6%) e dell'Ebitda a 7,0 €m (-20,7 €m o -74,7%)
- FCF operativo a -0,2 €m (-43,5 €m) che riflette il calo dell'Ebitda e la contribuzione negativa del capitale circolante
- Al 31 marzo 2014 l'indebitamento finanziario netto ammonta a € 1.502,2, in peggioramento di € 42,2 milioni rispetto al 31 dicembre 2013

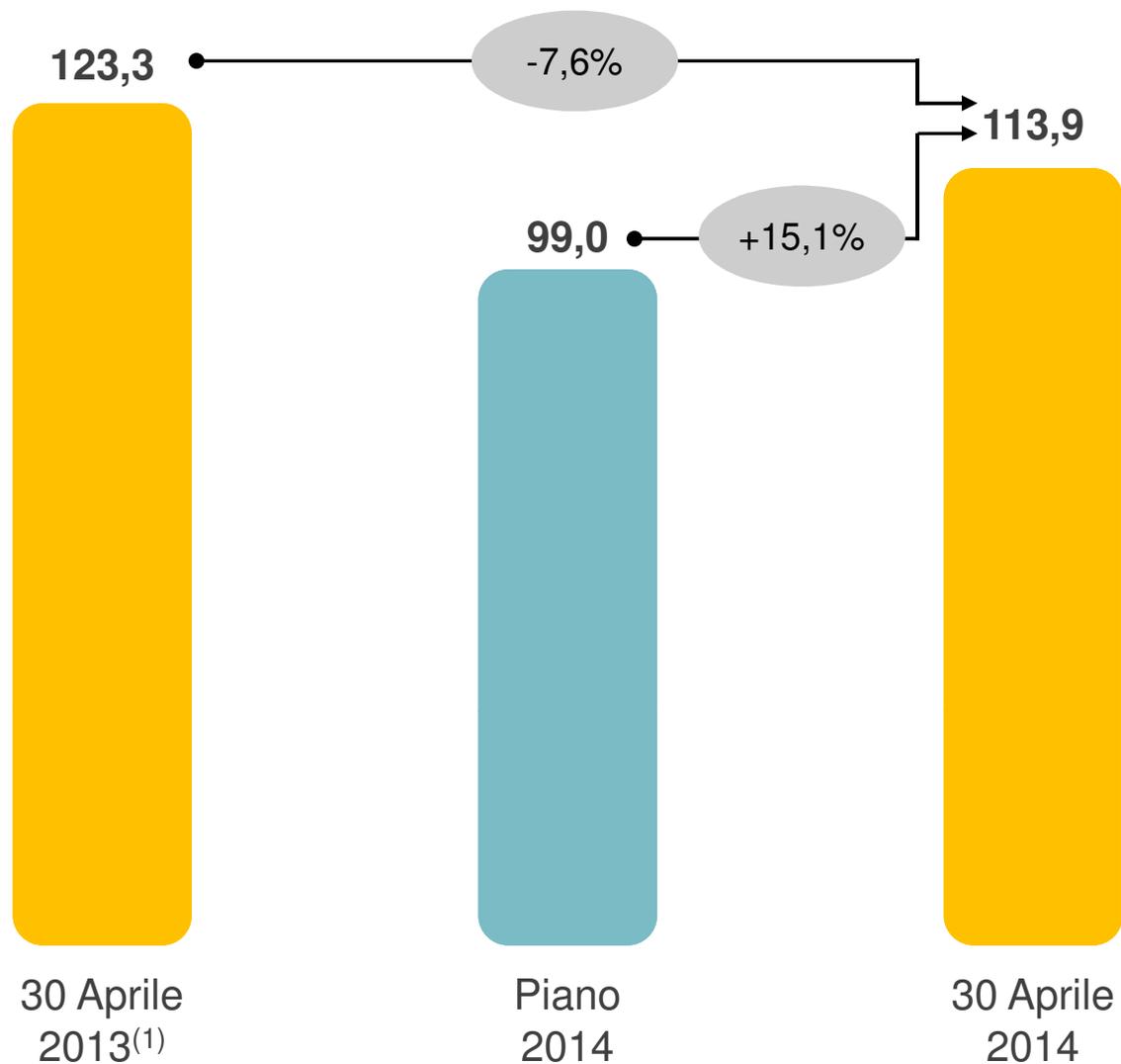
(1) Include Seat Pagine Gialle S.p.A., Seat Pagine Gialle Italia S.p.A. e le Web.co S.r.l. (Digital Local Services "DLS")

(2) Include Consodata, Prontoseat, Europages e Cipi (solo nel primo trimestre del 2013)

I risultati preliminari relativi all'andamento degli ordini da clientela a fine aprile 2014 sono leggermente inferiori a quelli dello stesso periodo del 2013, ma superiori alle previsioni di Piano

SEAT – ORDINI DA CLIENTELA AL 30 APRILE 2014

Euro milioni



(1) A parità di scadenza di contratti

Tale performance risulta significativa nell'ambito di uno scenario di mercato sotto pressione, anche se non è riflessa nell'andamento dei ricavi del primo trimestre del 2014

- 1 Mercato degli investimenti pubblicitari in Italia: gennaio – febbraio 2014 (Nielsen Media Research)**
 - I primi due mesi del 2014 sono stati caratterizzati da una diminuzione degli investimenti pubblicitari rispetto allo stesso periodo del 2013, con un calo che si è attestato a -4,3% (-42,7 €m a 940,2 €m)
 - Il mese di febbraio ha chiuso con un calo del -5,2% rispetto a febbraio 2013, che di fatto ha interrotto il trend di avvicinamento a “quota zero” che si era registrato per sei mesi consecutivi a partire dallo scorso mese di agosto, quando da un gap di -10,9% si era arrivati al -2,8% di gennaio 2014

- 2 L'andamento degli ordini da clientela non è riflesso nella performance dei ricavi del primo trimestre del 2014**
 - I principi di contabilizzazione dei ricavi dei prodotti cartacei (al momento della pubblicazione degli elenchi) e di quelli online (quasi interamente su base dodici mesi), rendono visibile la performance degli ordini commerciali in media dopo sei/otto mesi dalla data di acquisizione
 - A riprova di ciò, si evidenzia che i ricavi del primo trimestre del 2014 sono sostanzialmente in linea con l'andamento degli ordini da clientela acquisiti alla fine dell'estate scorsa
 - A ciò si deve aggiungere il differente mix dei prodotti rispetto al 2013, con gli ordini da clientela acquisiti nel 2014 che includono anche l'offerta di visibilità su mezzi di terzi, digitali, Tv, radio, cinema in partnership con operatori specializzati, che presentano tempistiche di imputazione a ricavi differenti rispetto a quelle degli altri prodotti dell'offerta Seat

- 3 I risultati del primo trimestre del 2014 presentano, tuttavia, un andamento coerente con il risultato previsto dal Piano a fine anno**

Calo dei ricavi a 89,6 €m (-29,9 €m o -25,0%) con una contrazione che ha interessato tutte e tre le linee di prodotto *core*. L'andamento è coerente con il risultato previsto dal Piano a fine anno

SEAT⁽¹⁾ – ANALISI DEI RICAVI

<i>euro milioni</i>	Q1'13	Q1'14	Var.	
Ricavi			mln	%
Ricavi Core	108,9	80,1	(28,8)	(26,4)%
Pubblicità su prodotti cartacei	24,3	12,0	(12,2)	(50,4)%
Pubblicità su online e servizi	79,1	65,1	(14,0)	(17,7)%
-Directories & servizi di mkt online	61,3	51,6	(9,7)	(15,8)%
-PB online	17,8	13,5	(4,3)	(24,2)%
Pubblicità su telefono	5,5	3,0	(2,5)	(46,1)%
Altri ⁽¹⁾	10,6	9,5	(1,1)	(10,6)%
Totale	119,5	89,6	(29,9)	(25,0)%
Mix ricavi (% ricavi core)	Q1'13	Q1'14	Var.	
-Pubblicità su prodotti cartacei	22,3%	15,0%	(7,3) pp	
-Pubblicità su online e servizi	72,7%	81,3%	+8,6 pp	
-Pubblicità sul telefono	5,1%	3,7%	(1,4) pp	

Calo dell'EBITDA a 5,9 €m (-23,3 €m or -79,7%) riconducibile alla dinamica negativa dei ricavi. Ebitda *margin* al 6,6% dei ricavi (-17,8pp). L'andamento è coerente con il risultato previsto dal Piano a fine anno

SEAT⁽¹⁾ – ANALISI DEI COSTI

	euro milioni	Q1'13	Q1'14	Var.	
				mln	%
Ricavi		119,5	89,6	(29,9)	(25,0)%
Costi industriali		(24,2)	(23,5)	0,7	2,9%
% ricavi		20,3%	26,2%		5,9pp
Costi generali e del lavoro		(32,4)	(31,5)	0,8	2,6%
% ricavi		27,1%	35,2%		9,8pp
Costi commerciali		(18,7)	(20,9)	(2,1)	(11,4)%
% ricavi		15,7%	23,3%		7,6pp
Costi di pubblicità		(4,3)	(0,7)	3,6	84,4%
% ricavi		3,6%	0,7%		(2,9)pp
Totale costi		(79,6)	(76,6)	3,0	3,8%
% ricavi		66,6%	85,4%		18,8pp
Margine Operativo Lordo		39,9	13,1	(26,8)	(67,3)%
% ricavi		33,4%	14,6%		(18,8)pp
Stanziam. netti rettif. e a fondi per rischi ed oneri		(10,7)	(7,1)	3,6	33,4%
EBITDA		29,2	5,9	(23,3)	(79,7)%
% ricavi		24,4%	6,6%		(17,8)pp

Costi industriali in calo a fronte di minori costi di stampa, di lavorazione e di distribuzione, alla contrazione dei costi per prestazioni di *call center inbound*, che hanno compensato la crescita dei costi delle lavorazioni *online* e delle commissioni a *web publisher*

Costi generali in calo e costo del lavoro stabile (con le maggiori spese dovute quasi interamente all'implementazione del Nuovo Modello Commerciale⁽¹⁾ compensate da risparmi equivalenti sulla restante struttura Seat

Costi commerciali in aumento per effetto dell'introduzione, a partire da gennaio 2014 di un nuovo modello provvigionale finalizzato a garantire un più elevato controllo e monitoraggio della performance degli agenti

Spese pubblicitarie in calo, a fronte di una diversa pianificazione a/a delle campagne pubblicitarie

Calo sia degli acc.ti al f.do rischi commerciali (grazie alla riduzione delle pratiche errore) che degli stanziamenti al f.do svalutazione crediti commerciali (copertura dei crediti scaduti a circa il 57%, in linea con i livelli del 31 dicembre 2013)

(1) Include Seat Pagine Gialle S.p.A., Seat Pagine Gialle Italia S.p.A. e Web.co S.r.l. (Digital Local Services "DLS")

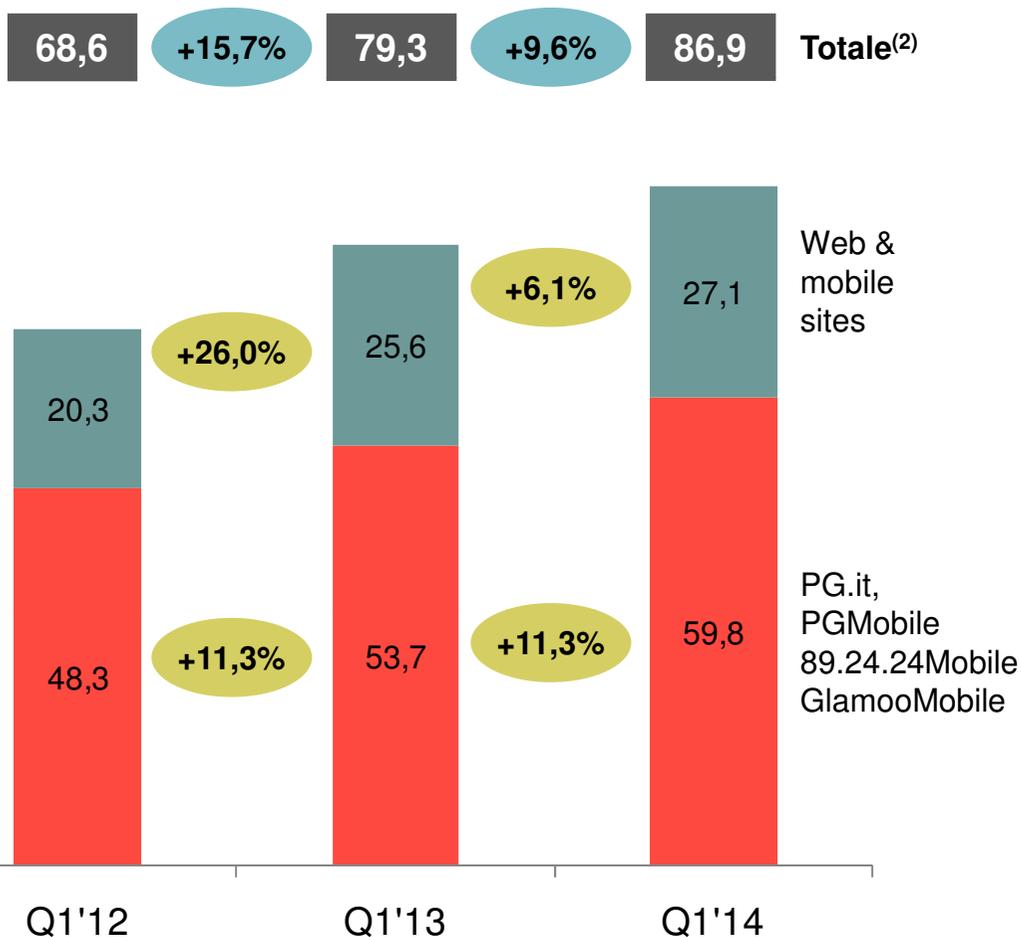
(2) Da luglio 2012 implementazione del Nuovo Modello Commerciale che prevede la costituzione di nuove società (Digital Local Services), dislocate sul territorio nazionale, affidate a dipendenti in precedenza agenti (zone manager)

Nel primo trimestre del 2014 crescita (+9,6%) dello *usage online e mobile* su Pagine Gialle

SEAT - USAGE⁽¹⁾: PG.it, PGMobile, SITI *WEB E MOBILE* REALIZZATI PER I CLIENTI

Andamento del n# delle visite su PG⁽¹⁾

milioni



Principali iniziative e metriche

Siti web

Posizione di *leadership* nella creazione e nella gestione di siti in Italia: ~25k siti *web* attivati nel primo trimestre del 2014

PG.it, PGMobile

Impatto positivo da:

- continuo aggiornamento dei prodotti e *SEO refinement*
- aumento del n# delle *user-generated-content reviews* (381k a fine marzo 2014)
- influenza crescente dei *social media* sul comportamento degli *users* (418k *fans* su Facebook⁽³⁾ a fine marzo 2014)

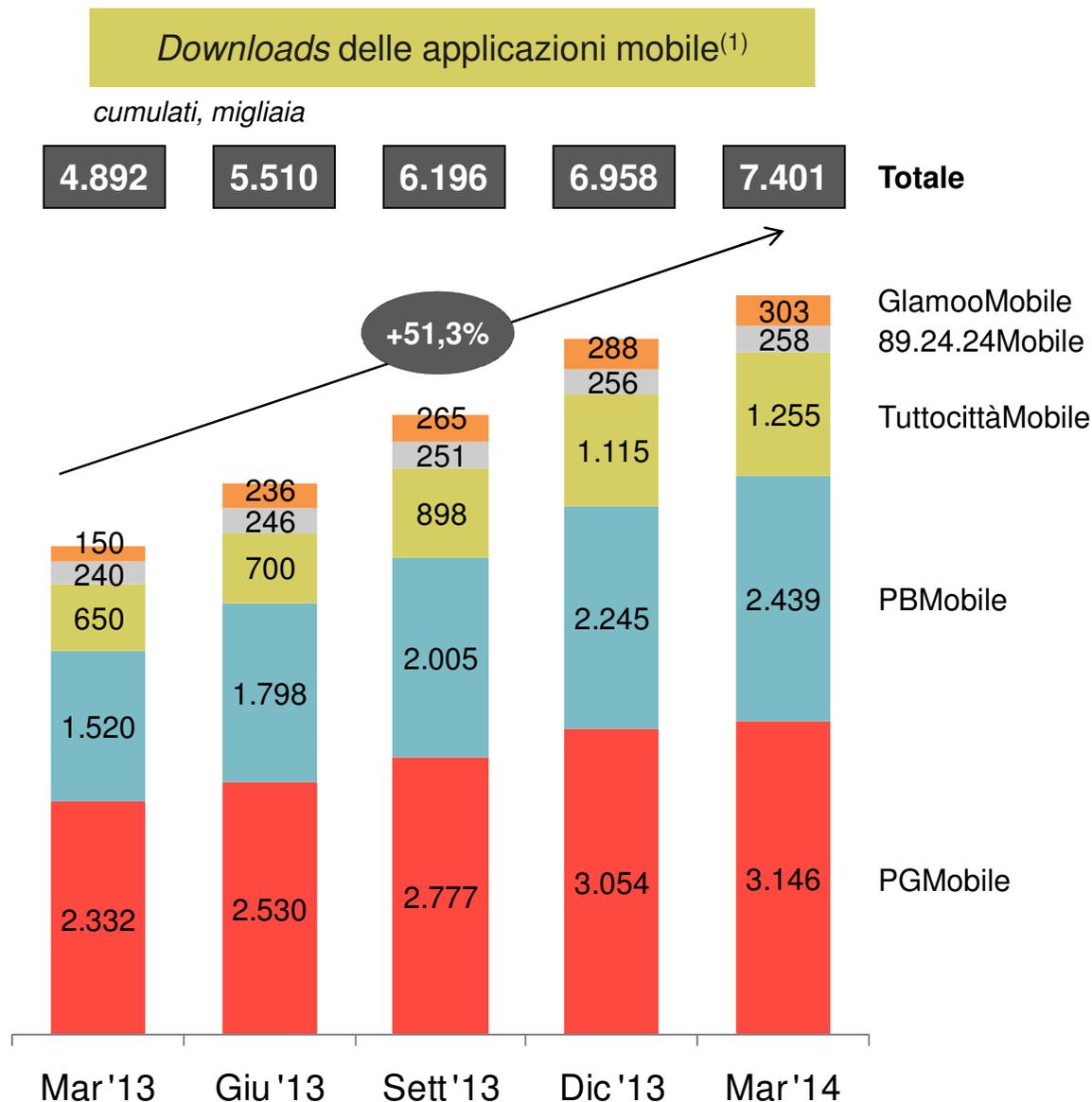
(1) Fonte: SiteCensus

(2) 140,8 milioni nel primo trimestre del 2014, inclusi tutti i siti proprietari di Seat (Pagine Gialle, Pagine Bianche, Tuttocittà)

(3) Riferiti solo a PG.it

A fine marzo 2014, circa 7,4m di *downloads* per le applicazioni *mobile* di Seat, rispetto ai 4,9m a fine marzo 2013

SEAT - DOWNLOADS DELLE APPLICAZIONI MOBILE



Principali iniziative e metriche

Tutte le app dei siti proprietari

- Crescita del n# totale di *downloads* da 4,9m a 7,4m in 1 anno

PGMobile⁽²⁾

- 3,1m di *downloads* per l'applicazione PGMobile, di cui 1,6m per iOS (iPhone e iPad)

PBMobile⁽²⁾

- 2,4m di *downloads* per l'applicazione PBMobile, di cui 1,1m per iOS (iPhone e iPad)

TuttocittàMobile⁽³⁾

- 1,3m di *downloads* per l'applicazione TuttocittàMobile (iPhone), di cui 1,0m per iOS (iPhone e iPad)

89.24.24Mobile

- 0,3m di *downloads* per l'applicazione 89.24.24Mobile (iPhone)

GlamooMobile

- 0,3m di *downloads* per l'applicazione GlamooMobile, di cui 0,2m per iOS (iPhone)

(1) Include le applicazioni disponibili per iOS (iPhone e iPad), Android (Smartphone e Tablet), Blackberry, Blackberry 10, Windows Phone, Windows 8, Nokia Symbian e Samsung Bada

(2) Include l'applicazione eBook

(3) Include TuttoCittà NAV

Indice

Risultati Seat

4

Risultati del Gruppo

12

Outlook

16

Appendice

18

Calo dei ricavi a 93,2 €m (-32,1 €m o -25,6%) e dell'Ebitda a 7,0 €m (-20,7 €m o -74,7%). Ebitda margin a 7,5% dei ricavi (-14,6pp)

CONTO ECONOMICO DEL GRUPPO SEAT

	Ricavi			Ebitda		
	Q1'13	Q1'14	Var.	Q1'13	Q1'14	Var.
<i>euro milioni</i>						
Italian Directories ⁽¹⁾	119,5	89,7	(24,9)%	29,0	5,8	(80,0)%
Consodata	2,7	2,7	0,0%	(0,5)	(0,5)	0,0%
Cipi	1,7	0,0	n.s.	(0,6)	0,0	n.s.
Europages	2,9	2,1	(27,6)%	(0,2)	(0,4)	100%
Elisioni, rettifiche e altro ⁽²⁾	(1,5)	(1,3)	n.s.	0,0	2,1	n.s.
Totale	125,3	93,2	(25,6)%	27,7	7,0	(74,7)%
<i>Ebitda margin</i>				<i>22,1%</i>	<i>7,5%</i>	<i>(14,6)pp</i>

(1) Include Seat Pagine Gialle S.p.A., Seat Pagine Gialle Italia S.p.A., Web.co S.r.l. (Digital Local Services companies "DLS") e Prontoseat

(2) Include gli effetti del deconsolidamento di Cipi S.p.A. (nel primo trimestre del 2014, a fronte della cessione della Società il 13 marzo 2014)

FCF operativo a -0,2 €m (-43,5 €m) che riflette il calo dell'Ebitda, la contribuzione negativa del capitale circolante (-22,8 €m) e un lieve incremento degli investimenti industriali (+1,1 €m)

FCF OPERATIVO E DELEVERAGE DEL GRUPPO SEAT

	euro milioni	Q1'13	Q1'14	Var.	
				mln	%
Ebitda		27,7	7,0	(20,7)	(74,7)%
Diminuzione (aumento) capitale circolante operativo		23,8	0,9	(22,8)	(96,1)%
Diminuzione (aumento) passività non correnti operative e altri		(2,3)	(1,1)	1,2	51,5%
Investimenti industriali		(5,9)	(7,0)	(1,1)	(18,3)%
Free Cash Flow operativo		43,3	(0,2)	(43,5)	n.s.
Pagamento di interessi ed oneri finanziari netti		(0,9)	0,4	1,3	n.s.
Pagamento di imposte sui redditi		(7,2)	(0,1)	7,1	98,3%
Pagamento di oneri non ricorrenti e di ristrutturazione		(9,5)	(8,0)	1,5	15,9%
Effetto cambi ed altri movimenti		(34,7)	(34,4)	0,3	0,8%
Variatione dell'indebitamento finanziario netto		(9,0)	(42,2)	(33,3)	n.s.
		FY13	Q1'14	Var.	
				mln	
Indebitamento finanziario netto		(1.459,9)	(1.502,2)	(42,2)	

Investimenti industriali destinati prevalentemente allo sviluppo dei prodotti *internet e mobile*

Variatione dell'indebitamento finanziario netto imputabile principalmente all'accertamento degli interessi maturati (~31 €m) sui debiti finanziari (obbligazioni SSB e debito bancario RBS)

Al 31 marzo 2014 l'indebitamento finanziario netto ammonta a € 1.502,2, in peggioramento di € 42,2 milioni rispetto al 31 dicembre 2013

INDEBITAMENTO FINANZIARIO NETTO GRUPPO SEAT

Debito	Ammontare (€m)
DEBITO LORDO	1.495,6
Debito Bancario Senior	661,1
Nuova Term Facility	571,1
Revolving Facility	90,0
Senior Secured Bond & Stub Bond ⁽¹⁾	795,8
Leasing Finanziario ⁽²⁾	38,7
Interessi maturati e non pagati al netto di altre voci finanziarie	188,9
CASSA	(182,3)
INDEBITAMENTO FINANZIARIO NETTO	1.502,2

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

	Piano di Amm.to contrattuale (€m)				
	2014	2015	2016	2017	Totale
Term Facility⁽³⁾	150	95	326,1		571,1
RCF		90			90
SSB & Stub Bond				815	815

CASSA TRATTENUTA A FRONTE DEL MANGATO PAGAMENTO DEGLI INTERESSI: 171,1 €m:

- Interessi SSB: 127,8 €m dovuti fino al 31 gen. 2014
- Interessi RBS: 43,3 €m dovuti fino al 10 gen. 2014

(1) Valore nominale di 815 €m

(2) Al netto della riserva IAS, a fronte di una valutazione a *fair value* (ad oggi l'ammontare dovuto 46,5 €m)

(3) 70 €m di quota capitale scaduti, rispettivamente 35 €m il 28 Giugno '13 e 35 €m il 28 Dic. '13 e non ancora pagati nell'ambito della procedura di concordato preventivo

Indice

Risultati Seat

4

Risultati del Gruppo

12

Outlook

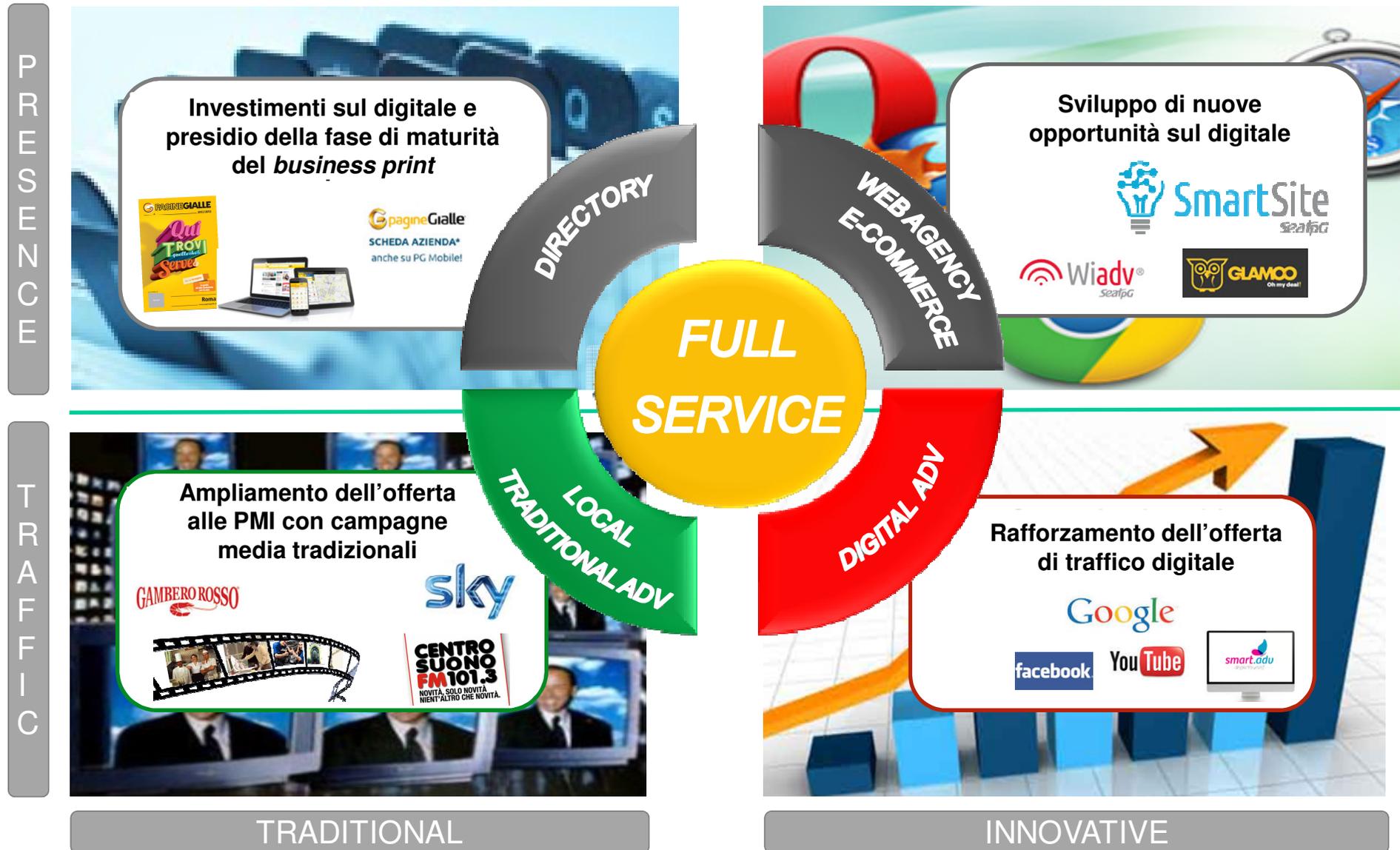
16

Appendice

18

Seat conferma il suo obiettivo di diventare l'unica concessionaria nazionale di pubblicità locale per le PMI, in grado di offrire un pacchetto completo di servizi (*directory, web agency/e-commerce, digital e local traditional adv.*)

SEAT – STRATEGIA DI BUSINESS



Indice

Risultati Seat

4

Risultati del Gruppo

12

Outlook

16

Appendice

18

Conto economico del Gruppo Seat

CONTO ECONOMICO DEL GRUPPO SEAT

<i>euro milioni</i>	Q1'13	Q1'14	Var.	
			mln	%
Ricavi delle vendite e delle prestazioni	125,3	93,2	(32,1)	(25,6)%
Costi operativi e del lavoro	(86,6)	(78,9)	7,7	8,9%
Margine operativo lordo	38,7	14,3	(24,4)	(63,1)%
<i>% ricavi</i>	<i>30,9%</i>	<i>15,3%</i>		<i>(15,6)pp</i>
Stanziamenti netti rettificativi ed a fondi per rischi ed oneri	(11,0)	(7,3)	3,7	33,7%
EBITDA	27,7	7,0	(20,7)	(74,7)%
<i>% ricavi</i>	<i>22,1%</i>	<i>7,5%</i>		<i>(14,6)pp</i>

Conto economico del Gruppo Seat – sotto l'Ebitda

GRUPPO SEAT: CONTO ECONOMICO – SOTTO L'EBITDA

<i>euro milioni</i>	Q1'13	Q1'14	Var.	
			mln	%
EBITDA	27,7	7,0	(20,7)	(74,7)%
<i>% ricavi</i>	22,1%	7,5%		(14,6)pp
Ammortamenti e svalutazioni operative	(11,4)	(10,4)	1,0	8,8%
Ammortamenti e svalutazioni extra-operative	(5,4)	(1,7)	3,7	68,4%
Oneri netti di natura non ricorrente e di ristrutturazione	(1,4)	(3,1)	(1,7)	n.s.
EBIT	9,6	(8,2)	(17,8)	n.s.
<i>% ricavi</i>	7,6%	(8,8)%		n.s.
Oneri finanziari netti	(32,6)	(32,0)	0,6	1,8%
Utile (Perdite) da cessione di partecipazioni	0,0	(2,9)	(2,9)	n.s.
Risultato prima delle imposte	(23,0)	(43,2)	(20,1)	(87,3)%
Imposte sul reddito	(1,0)	(0,6)	0,4	39,5%
Utile (perdita) da attività in funzionamento	(24,1)	(43,8)	(19,7)	(81,8)%
Utile (perdita) netta da attività non correnti cessate/destinate ad essere cedute	(5,6)	0,0	5,7	n.s.
Utile (perdita) del periodo	(29,7)	(43,8)	(14,0)	(47,3)%
- di cui di competenza del Gruppo	(29,5)	(43,8)	(14,2)	(48,1)%
- di cui di competenza di Terzi	(0,2)	(0,0)	0,2	97,1%

Stato Patrimoniale

GRUPPO SEAT

<i>euro milioni</i>	31 dic. '13	31 marzo '14	Var.
Goodwill e attività immateriali "marketing related"	29,1	28,3	(0,8)
Altri attivi non correnti	148,9	145,7	(3,2)
Passivi non correnti operativi	(40,3)	(39,4)	1,0
Passivi non correnti extra-operativi	(15,4)	(16,0)	(0,5)
Capitale circolante operativo	(56,5)	(57,3)	(0,8)
Capitale circolante extra-operativo	(47,8)	(44,5)	3,4
Attività nette non correnti cessate/destinate ad essere cedute e/o possedute per la vendita	118,7	118,0	(0,6)
Capitale investito netto	136,5	134,9	(1,6)
Patrimonio netto di Gruppo	(1.342,9)	(1.386,8)	(43,9)
Patrimonio netto di Terzi	19,5	19,4	(0,0)
Totale patrimonio netto	(1.323,4)	(1.367,3)	(43,9)
Attività finanziarie correnti e disponibilità liquide	(198,5)	(188,2)	10,3
Passività finanziarie correnti	1.623,2	1.655,9	32,7
Passività finanziarie non correnti	35,2	34,5	(0,8)
Indebitamento finanziario netto	1.459,9	1.502,2	42,2
Totale	136,5	134,9	(1,7)