



Investor and Analyst Presentation

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 S.p.A. 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 S.p.A. 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

I principi contabili adottati per la redazione di questa presentazione e per il Resoconto Intermedio di gestione al 30 settembre 2014 sono stati applicati in modo coerente con quelli adottati per la redazione Resoconto Intermedio di gestione al 30 settembre 2013, al quale si può fare riferimento.

I dati contabili esposti nelle presenti diapositive sono tratti dal Resoconto Intermedio di gestione al 30 settembre 2014, da depositarsi ai sensi di legge. Il Dirigente preposto alla redazione dei documenti contabili societari, dott. Andrea Servo, 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.

Seat ha conseguito i propri obiettivi chiave per il 2014...

Struttura del capitale



- Indebitamento finanziario azzerato

Rimessa a regime del motore commerciale



- Ricostruzione della capacità commerciale della Società
- Innovazione di prodotto
- Estensione dell'offerta di prodotto
- Nuova immagine per la Società

Semplificazione e riduzione dei costi



- Misure incisive per ridurre i costi
- Razionalizzazione della macro-organizzazione
- Semplificazione della struttura del Gruppo

Risultati ad oggi (dalla fine del 2013)

Indebitamento finanziario azzerato (ad eccezione di una porzione residua per 12 €m relativa a due contratti di leasing)

Disponibilità liquide a fine periodo in linea con il Piano includendo le uscite di cassa nell'ambito della procedura concordataria

1.405 agenti (+30% rispetto all'inizio del 2013)
74 agenzie territoriali (Digital Local Services)

Rilancio di tutta l'offerta dei prodotti proprietari della Società (Smartbook, nuovo sito www.paginegialle.it, Smart Site, nuove mobile app)

Creazione di un portafoglio media completo con prodotti di terzi (Google, Facebook, Sky, Rai e altri)

Nuova campagna pubblicitaria

Nel 2014 costo indiretto del lavoro in calo di ~20pp (+ ~12pp aggiuntivi attesi nel 2015)

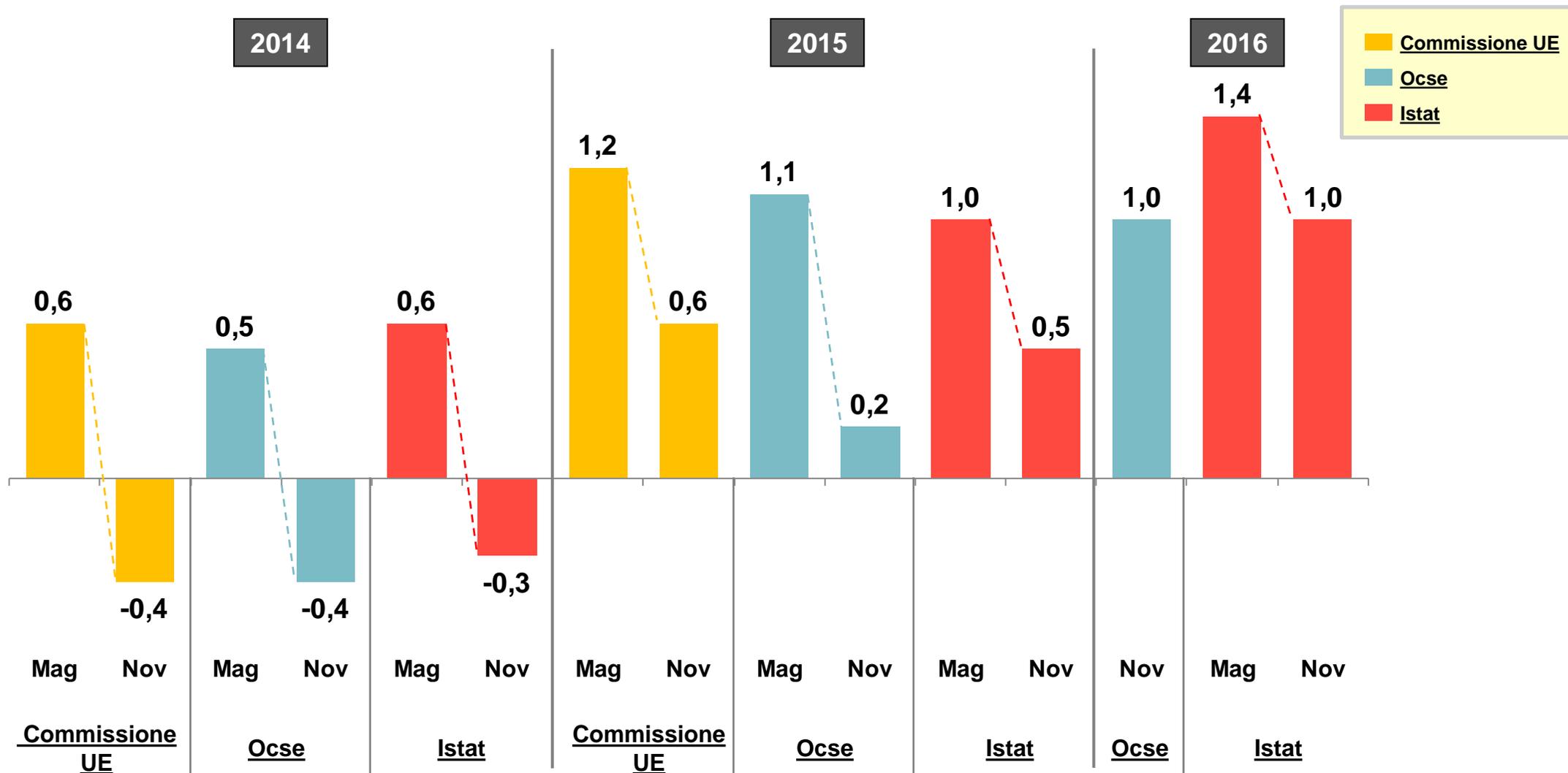
Riduzione dei riporti apicali da 11 a 4

Cessione di Thomson e Cipi

... e raggiungerà quelli previsti per fine anno nonostante una ripresa economica in Italia che stenta ad arrivare

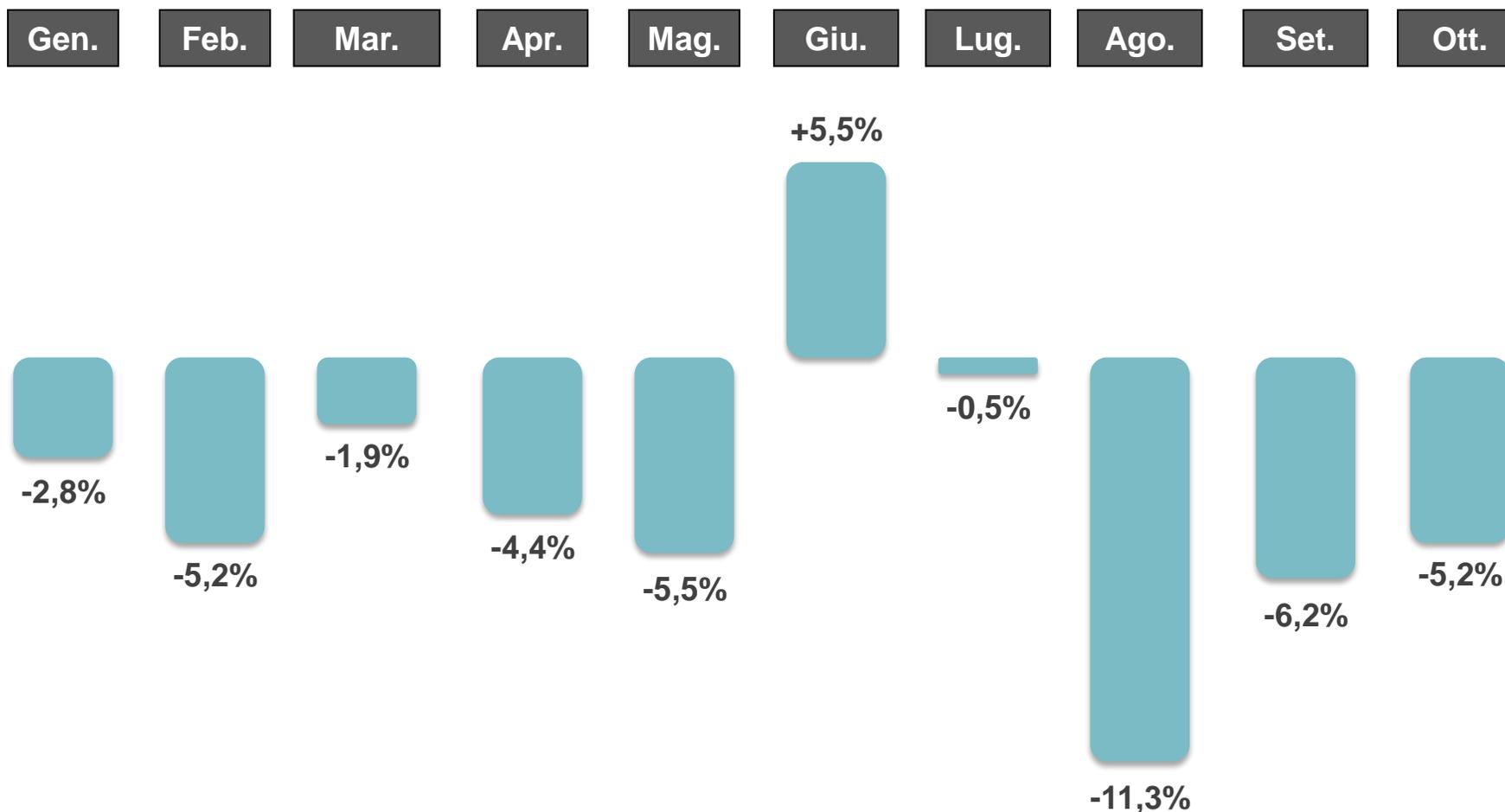
CONFRONTO TRA LE STIME DI CRESCITA DEL PIL ITALIANO PER IL 2014, 2015 E 2016

Variazione % a/a



Dopo alcuni timidi segnali di ripresa nell'H1, il trend degli investimenti pubblicitari in Italia è nuovamente peggiorato

NIELSEN – TREND MENSILE DEGLI INVESTIMENTI PUBBLICITARI IN ITALIA (GEN.-OTT. 2014)



Dati cumulati	a/a%	Gen.	Feb.	Mar.	Apr.	Mag.	Giu.	Lug.	Ago.	Set.	Ott.
	€m		440,4	940,2	1.539,1	2.082,0	2.712,3	3.275,0	3.653,8	3.844,5	4.360,0

Indice

Procedura di concordato preventivo

7

Risultati di Seat ad oggi

11

Focus sull'innovazione di prodotto di Seat

22

Appendice

42

I concordati preventivi sono stati omologati dal Tribunale di Torino

Concordati preventivi



- 1 In data **3 ottobre 2014**, il Tribunale di Torino ha omologato i concordati preventivi proposti da Seat Pagine Gialle S.p.A. e dalla controllata Seat Pagine Gialle Italia S.p.A.
- 2 Il provvedimento del Tribunale rende definitive le proposte concordatarie e realizza concretamente l'obiettivo di riportare **la Società nella condizione di potere dedicare al business tutte le attenzioni e risorse necessarie**
- 3 L'esecuzione dei concordati preventivi, con il soddisfacimento dei creditori concorsuali nella misura e con le modalità indicati nelle proposte concordatarie, è prevista **entro quattro mesi** dalla omologazione, in via definitiva, dei concordati medesimi

Operazioni straordinarie

- 4 Tutte le **operazioni straordinarie** (approvate dall'Assemblea straordinaria degli azionisti del 4 marzo 2014) dovranno essere finalizzate entro la data di esecuzione dei concordati preventivi

Operazione	Data
✓ Fusione per incorporazione di Seat Pagine Gialle Italia S.p.A. in Seat Pagine Gialle S.p.A.	24 ottobre
✓ Riduzione del capitale sociale di Seat e copertura delle perdite maturate	Ad oggi attesa entro la fine del mese di dicembre 2014
✓ Aumento del capitale sociale di Seat riservato ai creditori finanziari appartenenti alle classi B e C	
✓ Raggruppamento delle azioni di Seat	
✓ Emissione di warrant riservati agli azionisti ordinari che hanno partecipato all'Assemblea straordinaria del 4 marzo 2014 e agli azionisti di risparmio	

Il soddisfacimento dei creditori concorsuali nella misura e con le modalità indicati nelle proposte concordatarie, è previsto entro la fine del mese di dicembre 2014

OFFERTA AI CREDITORI

Classi		Offerta complessiva (Dicembre 2014)				
		Debito (€m) ad oggi	Offerta da Seat		Offerta da Telegate Holding ⁽¹⁾	
			Cassa (€m)	Azioni (#)	Cassa (€m)	Azioni (#)
Privilegi generali – CLASSE A		14,8	9,5	-	-	-
Finanz. RBS – CLASSE B		668,0	17,8	2.898.181.532.454	10,2	5.100.976
▪ di cui Privilegio		17,8	17,8	-	10,2	5.100.976
▪ di cui Chirografario		650,2	-	2.898.181.532.454	-	-
Obbligaz. SSB – CLASSE C		858,6	21,5	3.512.513.788.497	13,2	6.582.063
▪ di cui Privilegio		21,5	21,5	-	13,2	6.582.063
▪ di cui Chirografario		837,1	-	3.512.513.788.497	-	-
Altri creditori chirog. – CLASSE D		71,2	12,5	-	-	-
Costi della procedura			8,3	-	-	-
Totale			69,6	6.410.695.320.951	23,4	11.683.039
Passività contingenti e pagamenti differiti			19,6			
▪ passività contingenti ⁽²⁾			15,7			
▪ pagamenti differiti ⁽³⁾			3,9			
Importi corrisposti e aggiustamenti			8,2			
Totale pagamenti per cassa			97,4			

(1) Trasferimento della Partecipazione Indiretta Telegate o delle 11.683.039 azioni Telegate AG detenute dalla subholding Telegate Holding GmbH, inclusi 23,4 €m di dividendi maturati da corrispondere ai creditori beneficiari del relativo pegno

(2) Passività contingenti al 6 febbraio 2013

(3) Include 2,9 €m di passività fiscali e 1,0 €m di passività chirografarie verso le società controllate

All'esito dell'avvenuta esecuzione dell'aumento di capitale sociale riservato, il 99,75%⁽¹⁾ delle azioni di Seat sarà detenuto dai creditori finanziari

COMPAGINE AZIONARIA DI SEAT

Classi	Prima dell'esercizio dei warrants ⁽¹⁾		Dopo l'esercizio dei warrants	
	Azioni Seat	% del tot.	Azioni Seat	% del tot.
Azionisti nuovi	64.106.953.209	99,75%	64.106.953.209	94,75%
Azioni ordinarie	64.106.953.209	99,75%	64.106.953.209	94,75%
Azionisti attuali	160.668.933	0,25%	3.552.100.309	5,25%
Azioni ordinarie	160.662.130	0,25%	3.552.093.506	5,25%
Azioni di risparmio	6.803	0,00%	6.803	0,00%
Azioni totali	64.267.622.142	100%	67.659.053.518	100%

Valutazione della Società		Capitalizzazione (€m)	Capitalizzazione implicita (€m) ⁽²⁾
Prezzo attuale delle azioni ordinarie Seat (€)	0,11	~ 17,7	~ 7.080
Prezzo futuro delle azioni ordinarie Seat ⁽³⁾ (€)	0,0031		~ 200
Valutazione di KPMG Advisory (€m)			DCF 180÷240
			Multipli 170÷250

(1) Prima dell'esercizio dei warrant riservato agli azionisti ordinari di Seat che hanno partecipato all'Assemblea Straordinaria del 4 marzo 2014 e agli azionisti di risparmio (secondo un rapporto 1:100)

(2) Dopo la diluizione (allo 0,25% del capitale sociale totale) degli azionisti attuali

(3) Fair value delle azioni ordinarie di Seat sulla base della valutazione di KPMG Advisory rilasciata a gennaio 2014

Indice

Procedura di concordato preventivo

7

Risultati di Seat ad oggi

11

Focus sull'innovazione di prodotto di Seat

22

Appendice

42

Principali risultati raggiunti nei 9M'14

1 Risultati conseguiti da SEAT⁽¹⁾ nei 9M'14 coerenti con gli obiettivi previsti dal Piano a fine anno

- Ricavi a 295,3 €m, in calo di 73,9 €m o del 20,0%, corrispondenti a circa il 74% dei ricavi previsti dal Piano a fine anno
- EBITDA pari a 42,2 €m, in calo di 49,5 €m o del 54,0%. Il risultato beneficia di uno *shift* temporale di costi dal Q3 al Q4 rispetto a quanto previsto originariamente nel *budget* 2014, a fronte di un obiettivo di 32 €m previsto dal Piano a fine anno. Ebitda *margin* al 14,3% dei ricavi (-10,5%)
- Forte crescita dello *usage* sui siti *web* e *mobile* di Seat (+11,5%) e dei *downloads* delle applicazioni mobile (+36,2%)

2 Risultati di Gruppo⁽²⁾

- Ricavi a 307,0 €m, in calo di 81,0 €m o del 20,9% e dell'Ebitda a 40,7 €m in calo di 46,6 €m o del 53,3%. Ebitda *margin* al 13,3% dei ricavi (-9,2pp)
- Free cash flow operativo a 8,1 €m (-103,3 €m) che riflette il calo dell'Ebitda (-46,6 €m) e la contribuzione negativa del capitale circolante (-59,6 €m)
- Indebitamento finanziario netto al 30 settembre 2014 a Euro 1.587,6 milioni, in peggioramento di Euro 127,7 milioni rispetto al 31 dicembre 2013 a fronte degli interessi (~93 €m) stanziati nel periodo per competenza, ma che saranno stralciati per effetto dell'esecuzione del concordato, e del flusso di cassa netto della gestione

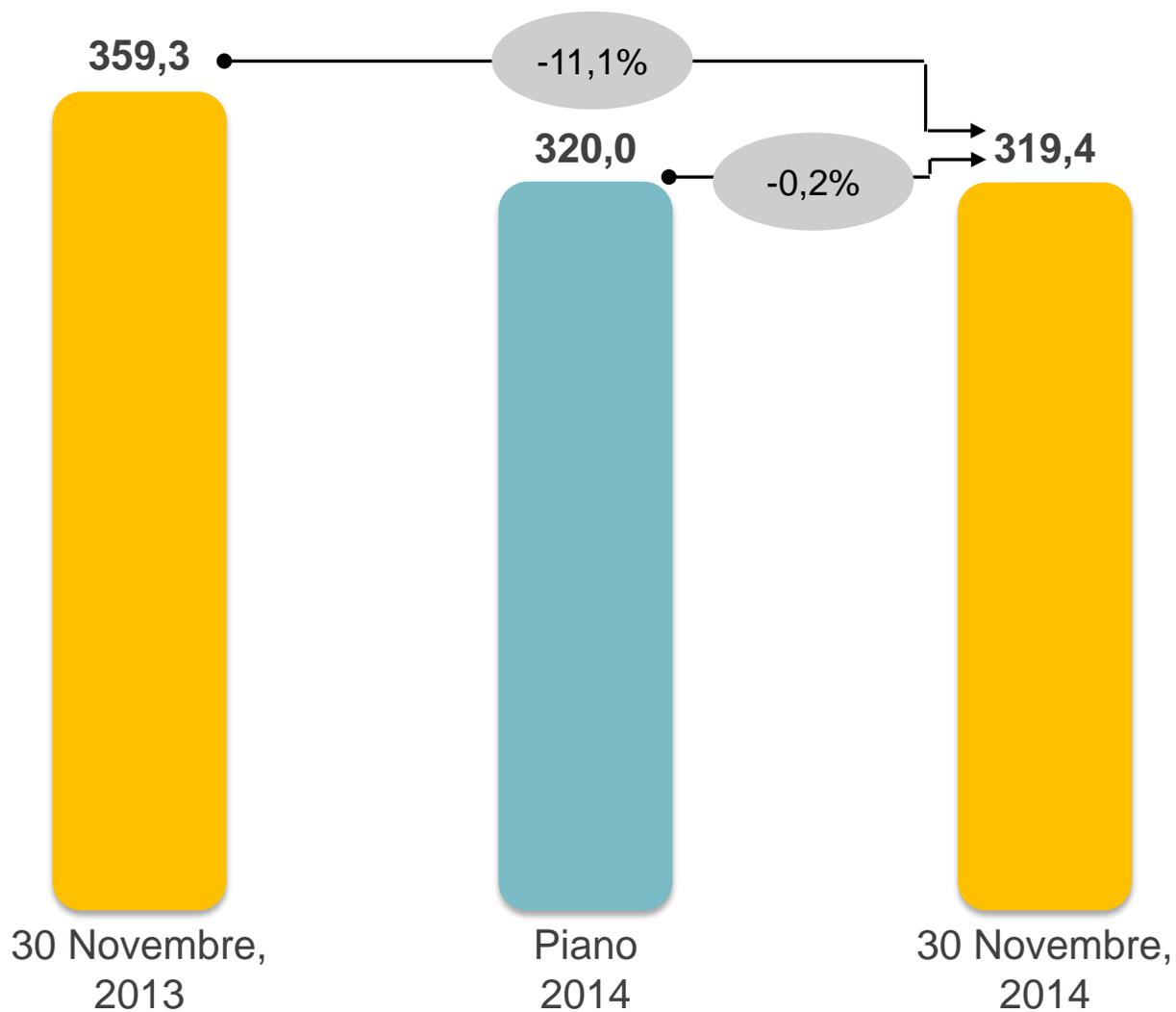
(1) Include Seat Pagine Gialle S.p.A., Seat Pagine Gialle Italia S.p.A. e le Web.co S.r.l. (Digital Local Services companies)

(2) Include Glamoo Ltd, Glamoo S.r.l., Prontoseat S.r.l., Europages S.A. e Consodata S.p.A.

Risultati relativi all'andamento degli ordini da clientela a fine novembre 2014 in linea con le previsioni di Piano, in uno scenario di mercato ancora sotto pressione

SEAT – ORDINI DA CLIENTELA AL 30 NOVEMBRE 2014

Euro milioni



Ricavi a 295,3 €m, in calo di 73,9 €m o del 20,0%, corrispondenti a circa il 74% dei ricavi previsti dal Piano a fine anno

SEAT⁽¹⁾ – ANALISI DEI RICAVI

euro milioni	9M'13	9M'14	Variaz.		Budget FY 2014	
			mln	%	mln	% di raggiungimento
Ricavi						
Ricavi Core	336,1	260,6	(75,5)	(22,5)%	354	74%
Pubblicità su prodotti cartacei	95,6	63,3	(32,3)	(33,8)%	73	87%
Pubblicità su online e servizi	226,1	190,2	(35,9)	(15,9)%	270	70%
-Directories & servizi di mkt online	175,4	152,6	(22,8)	(13,0)%		
-PB online	50,7	37,6	(13,1)	(25,9)%		
Pubblicità su telefono	14,5	7,1	(7,4)	(50,8)%	11	66%
Altri ⁽²⁾	33,1	34,7	1,6	4,9%	47	74%
Totale	369,2	295,3	(73,9)	(20,0)%	400	74%
Mix ricavi (% ricavi totali)	9M'13	9M'14	Variaz.		%	% di raggiungimento
-Pubblicità su prodotti cartacei	25,9%	21,4%	(4,5)	pp	18,3%	+3,1pp
-Pubblicità su online e servizi	61,2%	64,4%	+3,2	pp	67,5%	(3,1)pp
-Pubblicità sul telefono	3,9%	2,4%	(1,5)	pp	2,7%	(0,3)pp
-Altri ricavi	9,0%	11,8%	+2,8	pp	11,8%	=

Ricavi dei prodotti cartacei, nei 9M'14, superiori alle previsioni di Piano grazie ai benefici attesi derivanti dal lancio dello *Smartbook*

Ricavi dei prodotti e servizi online, nei 9M'14, includono tra gli altri circa 28 €m di ricavi relativi al *reselling* (*SEM, banner e social adv.*)

La voce "Altri", nei 9M'14, include tra gli altri circa 6,5 €m di ricavi relativi all'offerta *media agency*, 15,1 €m di ricavi da traffico telefonico, 5,0 €m di ricavi da *direct marketing e merchandising*

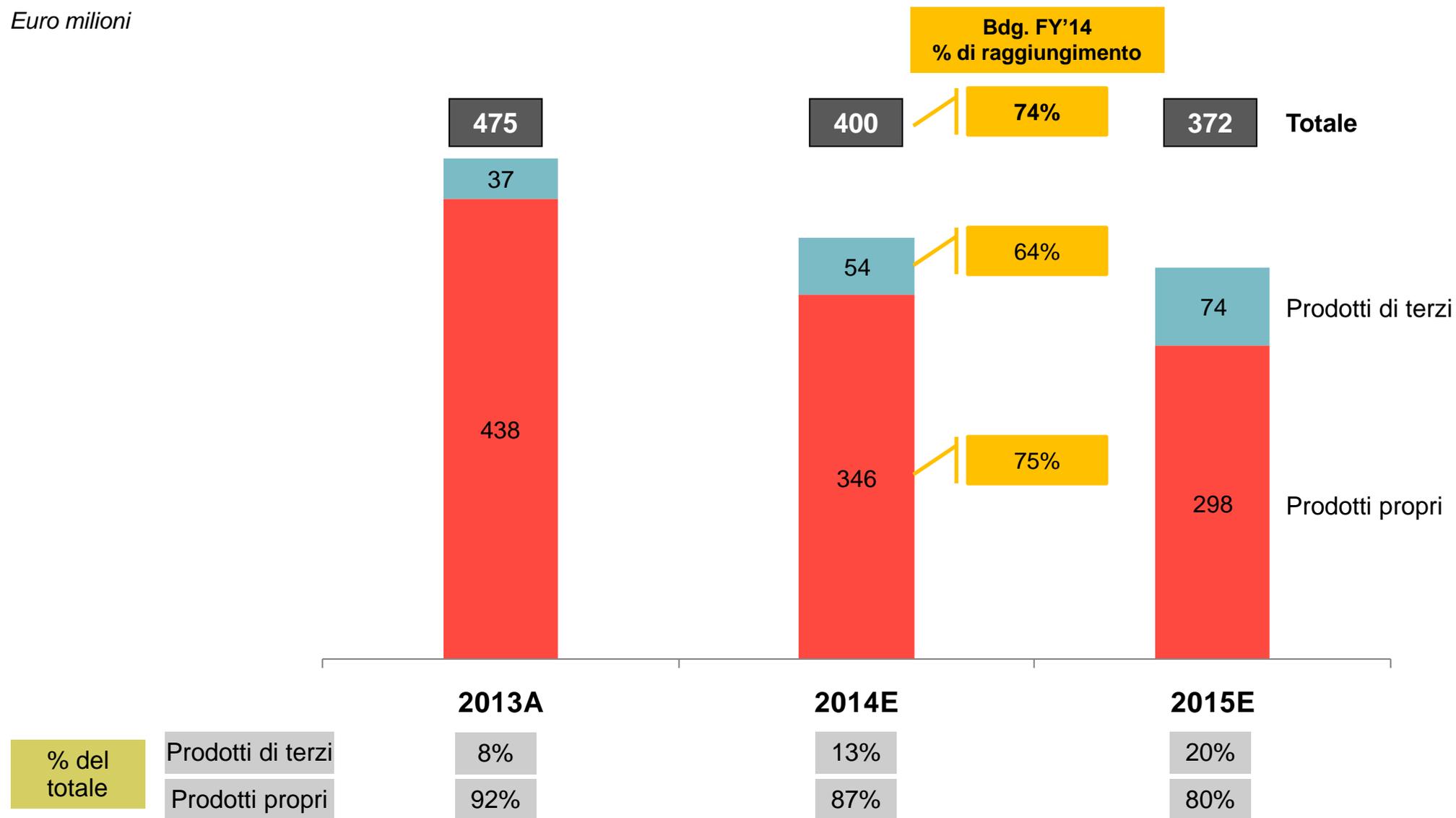
(1) Include Seat Pagine Gialle S.p.A., Seat Pagine Gialle Italia S.p.A. e le Web.co S.r.l. (Digital Local Services companies)

(2) Include i ricavi dell'offerta media agency, i ricavi da traffico telefonico dell'offerta DA, i ricavi da direct marketing e merchandising e altri ricavi

I risultati dei 9M'14 stanno confermando il cambiamento del mix dei ricavi previsto nel Piano Industriale, con un incremento dell'incidenza dei ricavi dei prodotti di terzi

SEAT – ANALISI DEI RICAVI

Euro milioni



EBITDA pari a 42,2 €m, in calo di 49,5 €m o del 54,0%. Il risultato beneficia di uno *shift* temporale di costi dal Q3 al Q4 rispetto a quanto previsto originariamente nel *budget* 2014, a fronte di un obiettivo di 32 €m previsto dal Piano a fine anno. Ebitda *margin* al 14,3% dei ricavi (-10,5%)

SEAT⁽¹⁾ – ANALISI DEI COSTI

	euro milioni	9M'13	9M'14	Variaz.		Budget FY 2014	
				mln	%	mln	% di raggiungimento
Ricavi		369,2	295,3	(73,9)	(20,0)%	400	74%
Costi industriali		(77,3)	(76,2)	1,0	1,3%	(110)	69%
% ricavi		20,9%	25,8%		4,9pp		
Costi generali e del lavoro		(99,6)	(87,7)	12,0	12,0%	(132)	66%
% ricavi		27,0%	29,7%		2,7pp		
Costi commerciali		(53,0)	(56,9)	(3,9)	(7,3)%	(79)	72%
% ricavi		14,4%	19,3%		4,9pp		
Costi di pubblicità		(14,5)	(9,5)	5,1	34,9%	(15)	63%
% ricavi		3,9%	3,2%		(0,7)pp		
Totale costi		(244,5)	(230,3)	14,2	5,8%	(336)	69%
% ricavi		66,2%	78,0%		11,8pp		
Margine Operativo Lordo		124,7	65,0	(59,7)	(47,8)%	64	102%
% ricavi		33,8%	22,0%		(11,8)pp		
Stanziam. netti rettif. e a fondi per rischi ed oneri		(33,0)	(22,8)	10,2	30,9%	(32)	71%
EBITDA		91,7	42,2	(49,5)	(54,0)%	32	132%
% ricavi		24,8%	14,3%		(10,5)pp		

Costi industriali inferiori alle previsioni di Piano a fronte di minori costi di stampa (che hanno beneficiato di una riduzione delle tariffe a seguito della rinegoziazione del contratto con lo stampatore) che hanno compensato la crescita dei costi legati ai prodotti di terzi

Costi generali e del lavoro in calo grazie ad elevate efficienze sui costi indiretti

Costi commerciali in linea con le previsioni di Piano a fronte dell'introduzione, a partire da gennaio 2014, di un nuovo modello provvigionale

Spese pubblicitarie inferiori alle previsioni di Piano a fronte di una diversa pianificazione a/a delle campagne

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 63%, superiore a quella del FY'13)

(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 companies)

Riclassificazione dei costi stimati nel Piano Industriale per gli anni 2013-'15

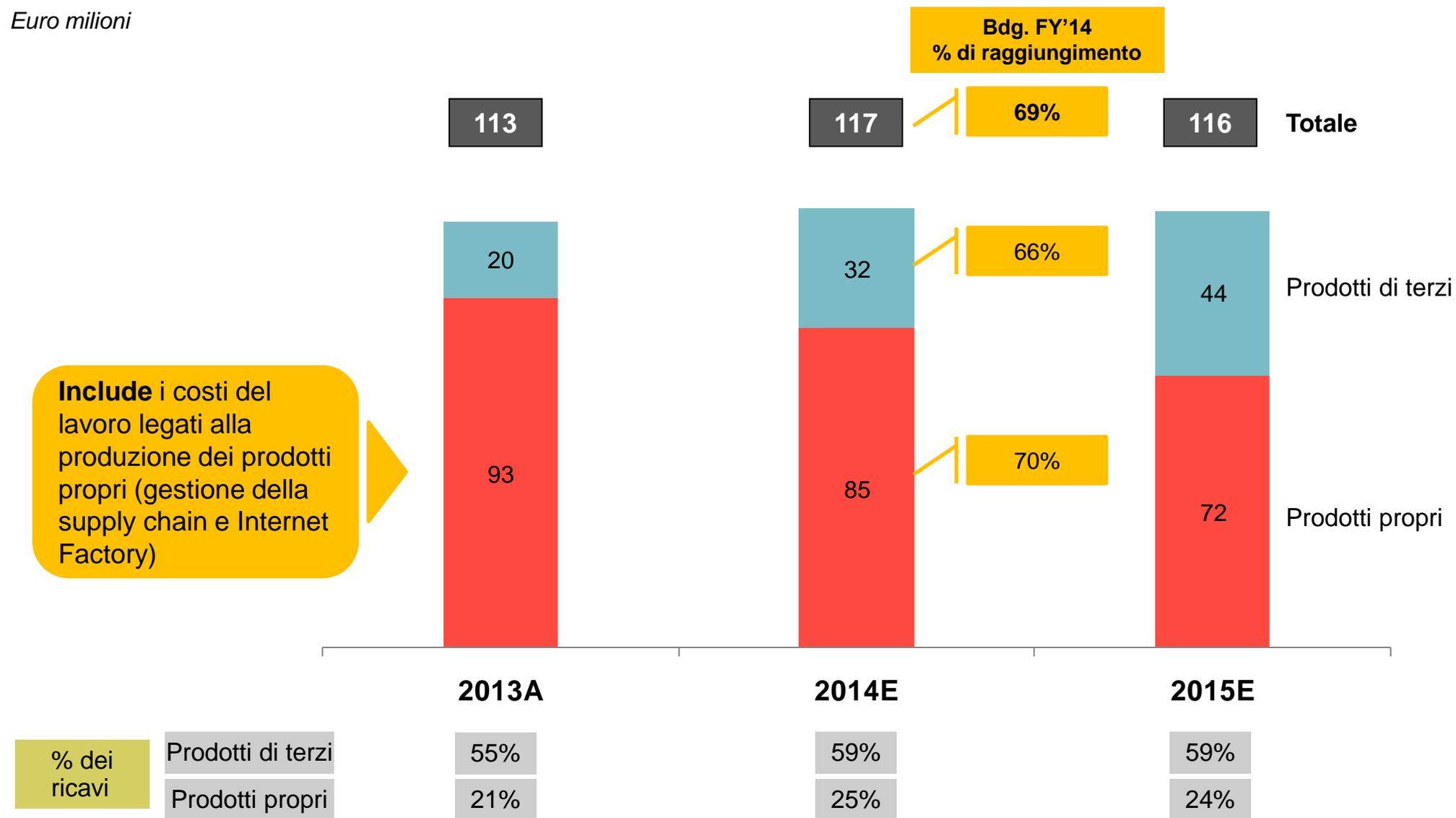
	Base costi 2014		
	Per natura (€m)	Per destinazione (€m)	
Costi Industriali (Costi di produzione dei prodotti propri, costi delle lavorazioni online e commissioni a web publisher)	110	117	Totale costi della Supply Chain (Costi industriali & costi diretti del lavoro legati alla produzione)
Costi Commerciali (Costi provvigionali legati alla forza vendita e spese pubblicitarie)	94	137	Totale costi legati alle vendite (Costi commerciali, costi diretti del lavoro & generali e amministrativi legati alle vendite)
Costo del Lavoro, Generali e Amministrativi	132	82	Costi Indiretti
	336	336	

21% dei ricavi

I risultati dei 9M'14 stanno confermando l'incremento dell'incidenza dei costi di produzione dei prodotti di terzi previsto nel Piano Industriale, a fronte del cambiamento del mix dei ricavi

SEAT – ANALISI DEI COSTI DELLA SUPPLY CHAIN

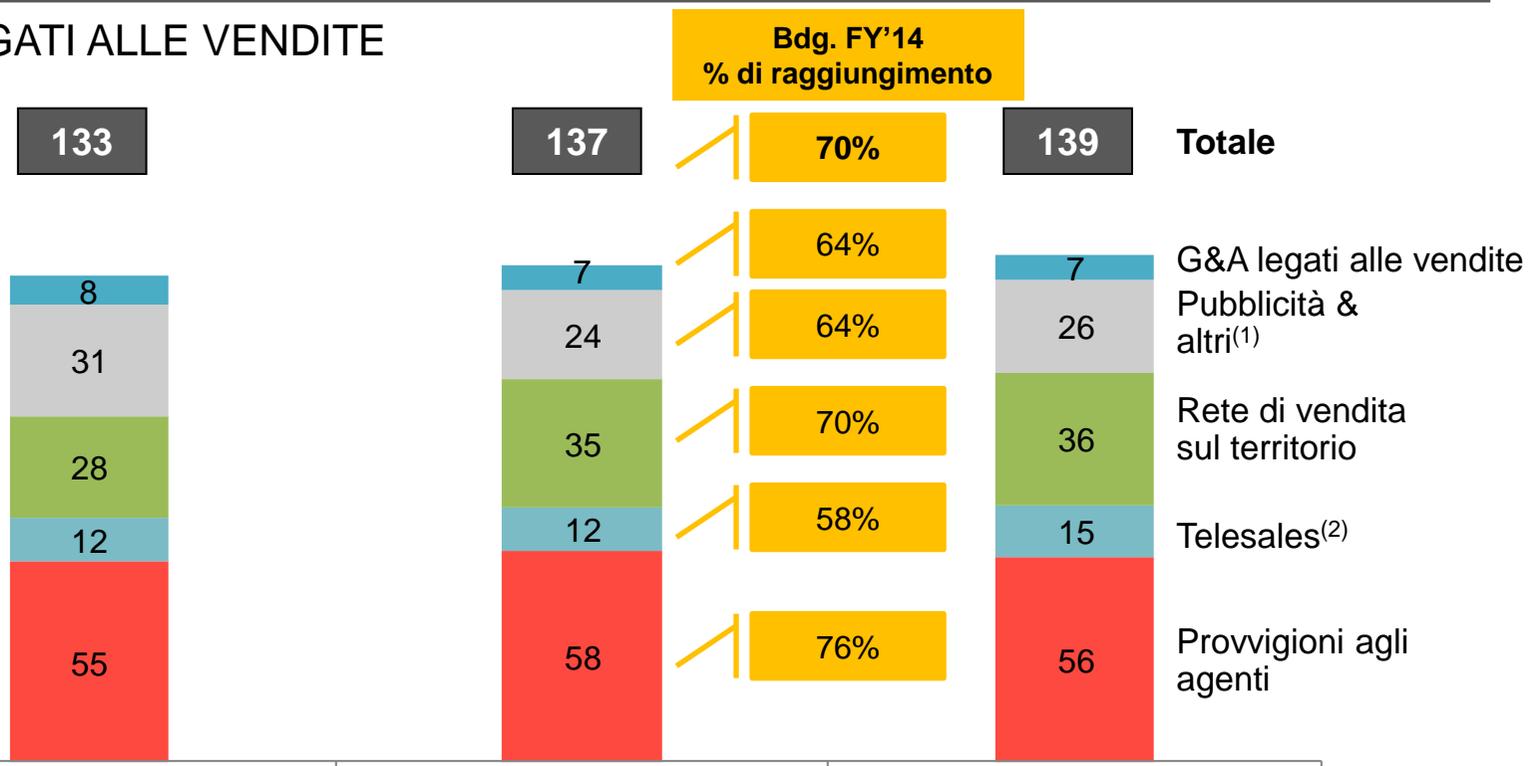
Euro milioni



I risultati dei 9M'14 stanno confermando l'incremento dell'incidenza dei costi della rete di vendita sul territorio previsto nel Piano Industriale, a seguito del completamento del nuovo modello commerciale

SEAT – ANALISI DEI COSTI LEGATI ALLE VENDITE

Euro milioni



	2013A	2014E	2015E
G&A legati alle vendite	2%	2%	2%
Pubblicità & altri ⁽¹⁾	6%	6%	7%
Rete di vendita sul territ.	6%	9%	10%
Telesales ⁽²⁾	3%	3%	4%
Provvigioni agli agenti	12%	15%	15%
Totale	28%	34%	37%

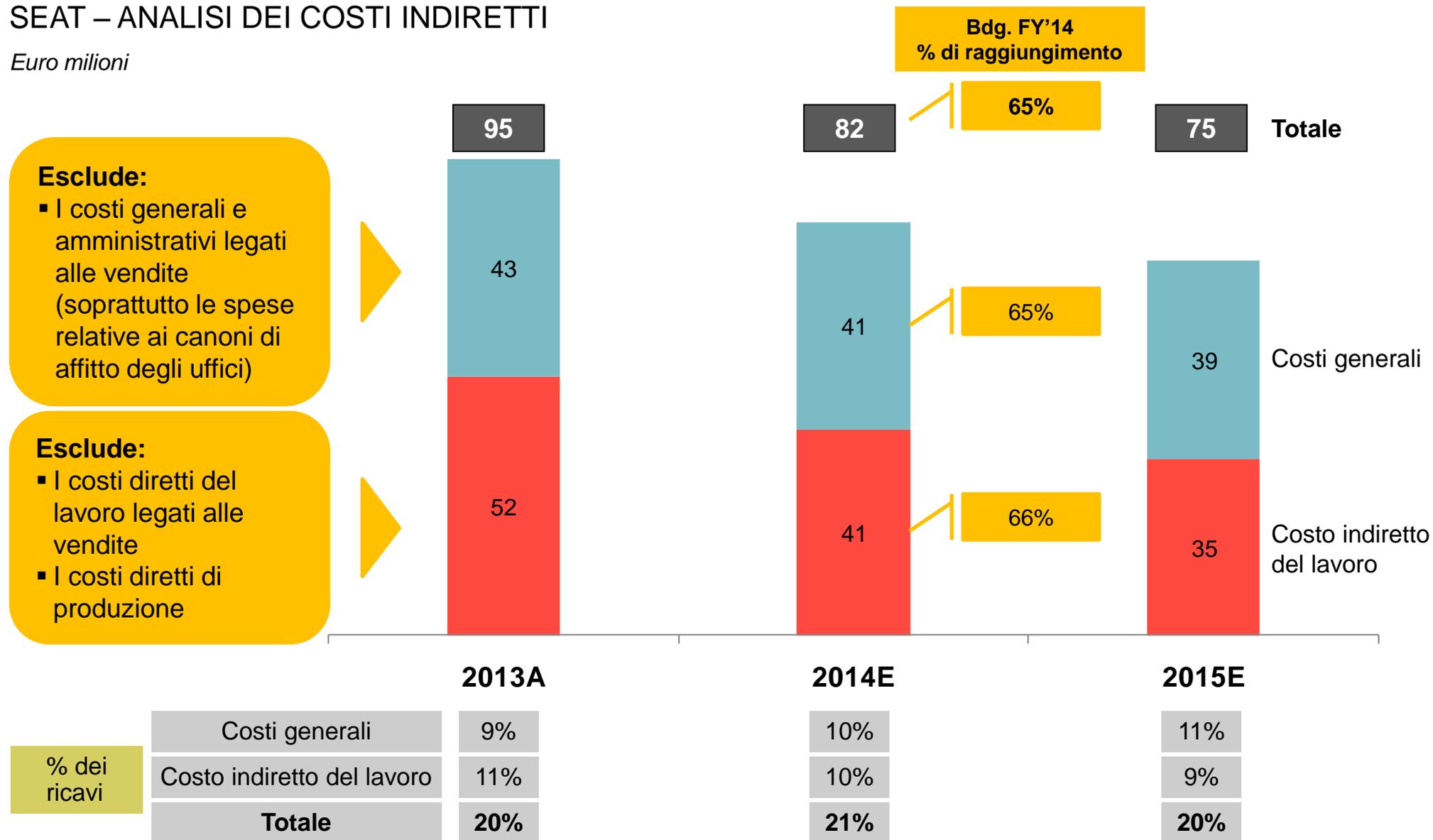
(1) Include i costi relativi alla pubblicità, convention, ricerche di mercato, agenzie territoriali ("DLS") e altri

(2) Include i costi relativi all'attività di call center outbound

I risultati dei 9M'14 stanno confermando la riduzione dei costi indiretti prevista nel Piano Industriale, grazie ad efficienze e alla razionalizzazione delle attività

SEAT – ANALISI DEI COSTI INDIRETTI

Euro milioni



Outlook 2014 e 2015

- 1 Risultati relativi all'andamento degli ordini da clientela a fine novembre 2014 in linea con le previsioni di Piano, in uno scenario di mercato ancora sotto pressione**
- 2 Sulla base delle informazioni attualmente disponibili, la tempistica di imputazione a ricavi degli ordini da clientela acquisiti nel corso del 2014 potrebbe essere leggermente differita rispetto a quella prevista originariamente a Piano, a fronte di:**
 - una più elevata incidenza di ordini relativi ai prodotti cartacei e all'offerta media agency
 - un impatto inferiore rispetto a quanto previsto in termini di ricavi riconosciuti nell'esercizio, in applicazione dell'algoritmo di calcolo adottato nel 2012 per i ricavi a suo tempo oggetto della prassi degli anticipi commerciali
- 3 I ricavi FY 2014 di SEAT⁽¹⁾ sono attesi leggermente inferiori rispetto alle previsioni di Piano (senza un impatto significativo in termini di Ebitda) con un saldo di cassa finale in linea col Piano:**
 - Ricavi: 385÷395 €m vs. un obiettivo di Piano di 400 €m
 - Ebitda: in linea con l'obiettivo di Piano di 32 €m
 - Disponibilità liquide a fine periodo in linea con il Piano includendo le uscite di cassa nell'ambito della procedura concordataria
- 4 La Società si focalizzerà sempre di più sulle azioni, previste nell'ambito del Piano, per raggiungere gli obiettivi del 2015**

Tuttavia, il peggioramento del contesto macroeconomico aumenta notevolmente gli sforzi da parte della Società

La stabilizzazione dell'acquisizione degli ordini da clientela è particolarmente difficile, tenuto conto che la maggior parte delle PMI in Italia sta cercando di confermare anche il livello minimo di budget pubblicitario

(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 companies)

Indice

Procedura di concordato preventivo

7

Risultati di Seat ad oggi

11

Focus sull'innovazione di prodotto di Seat

22

Appendice

42

Oggi Seat è un one-stop-shop per le PMI

SEAT - POSIZIONAMENTO

P
R
E
S
E
N
C
E

DIRECTORY

Investimenti per
limitare il calo dei
ricavi



**WEB AGENCY
& COMMERCE**
Forte sviluppo



SeatpG
pagineGialle

FULL SERVICE

T
R
A
F
F
I
C

TRADITIONAL ADV

Sviluppo di
partnership con le
società leader



DIGITAL ADV
Business partner
di grandi players



L'intera gamma di prodotti di Seat è stato rivista nel 2014

Directory

SMARTBOOK



In vendita:
gen. 2014
In distribuzione:
gen. 2015

Mag. 2014



Dic. 2014



Dic. 2014

www.paginegialle.it

Web agency & commerce



Apr. 2014



Mag. 2014



Mag. 2014



Gen. 2015

Traditional adv.



Feb. 2014



Sett. 2014



Giu. 2014



Sett. 2014

STADIUM

Digital adv.

Nov. 2014

Adv on Facebook

Lancio dello SMARTBOOK (Pagine Gialle e Bianche in un unico libro) al fine di sostenere lo usage sul prodotto storico della Società

SEAT – DIRECTORY

Prima edizione (Bari 2015)

Nuove copertine

Facili da consultare

SMARTBOOK



Nuovo formato

Nuovi spazi

nordica
 COSTRUZIONI E RISTRUTTURAZIONI
 ☛ Rifacimento pavimenti e bagni
 ☹ Chiuso il lunedì mattina
 51, v. Sestriere **011 9 573 441**
 nordicaedilp@tiscali.it
 www.nordicaedilp.it

DALPASSO PROTESI OCULARI
 Protesi oculari su misura in resina dipinte
 a mano - Convenzionate ASL - INAIL
 Ambulatorio: 70, v. Baracca **055 4 254 003**
 Sede: 10, v. Turri - Reggio Emilia **055 4 254 003**
 Fax: 0522 453 602
 info@dalpasso.it
 www.dalpasso.it

Nuovi contenuti



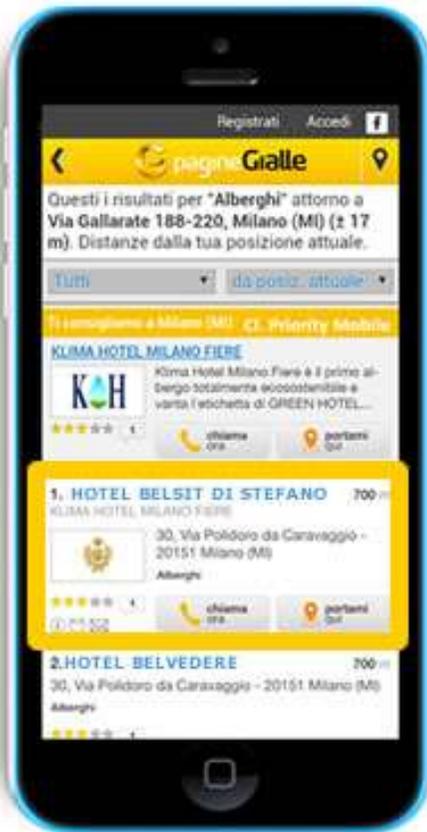
ABATE Francesco . 51/a v. Murari Bra'	045 50 44 18
ABATI dr. Alberto ... 54 v. Villa Cozza	045 52 34 34
» rag. Lucio	045 97 46 19
» Marco	045 800 28 75
ABB s.p.a. 13 v. Binelunghe	045 851 18 11
ABBADESSA Luciano ... 57 v. Carisio	045 95 50 07
ABBATE Federico 3 v. Casorati	045 892 11 13
» ing. Giovanni 25 v. Longhena	045 56 02 88
» p.i. Giuseppe 3 v. Bosco	045 97 52 96
» Silvano .. 20/c v. Sommacampagna	045 95 21 73
» Teresa	045 59 18 38
» Vincenzo	045 56 23 38

- Un carattere più grande
- Cognomi in grassetto
- Maggiore visibilità del numero telefonico

Lancio di MOBILE TOP un'offerta commerciale innovativa per incrementare la visibilità dei clienti sul mobile (Pagine Gialle + Pagine Bianche App e sito mobile)

SEAT – DIRECTORY

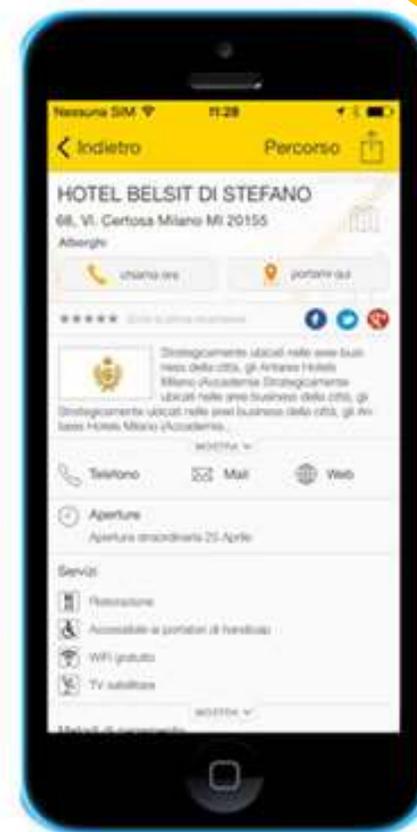
In vendita da maggio 2014



Più visibilità nel listato



Call to action in evidenza

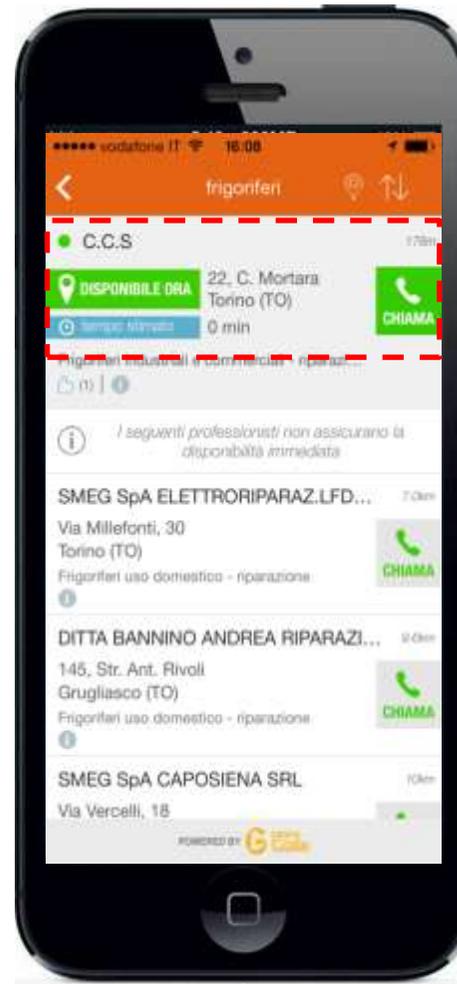
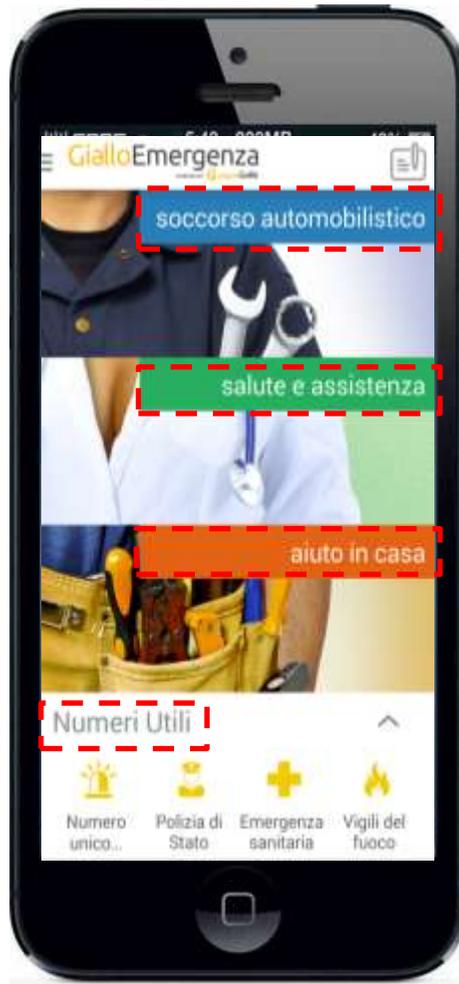


Scheda azienda PG & PB migliorata

Lancio di GIALLOEMERGENZA, una mobile app innovativa per soddisfare le specifiche esigenze degli users

SEAT – DIRECTORY

Disponibile su
Apple Store e
Play Store da
dicembre 2014

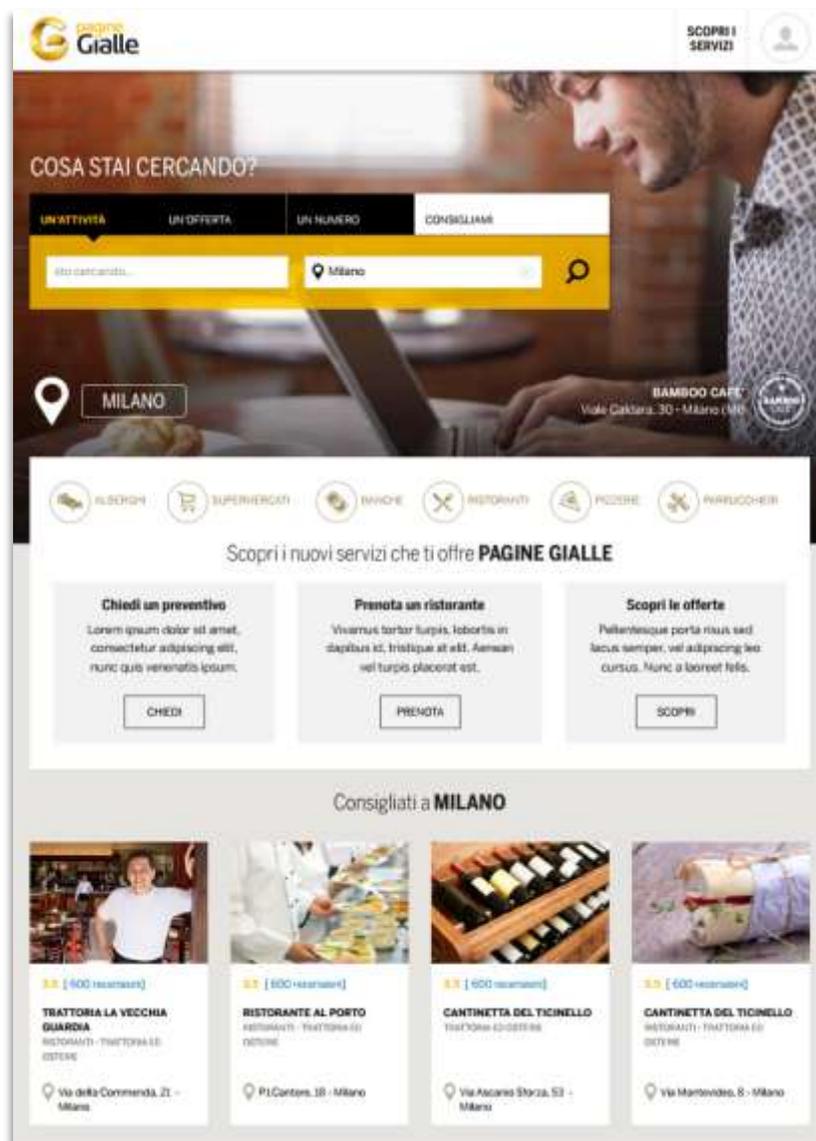


- **Soccorso automobilistico**
- **Salute e assistenza**
- **Aiuto a casa**
- **Numeri di emergenza**

- **Disponibilità del merchant in tempo reale**
- **Stima del tempo di arrivo del merchant**
- **Feedback degli utenti sulla qualità del servizio offerto da merchant**
- **Chiamata diretta**

Geolocalizzazione dell'utente e del merchant

SEAT – DIRECTORY



Nuova user experience

Valorizzazione dei Clienti

Nuovi servizi

- Richiesta di preventivo online
- Prenotazione ristoranti online
- Visualizzazione delle offerte online

**Integrazione e forte valorizzazione
dei coupon di Glamoo**

... con un listino innovativo e

SEAT – DIRECTORY

The screenshot displays the SEAT Directory interface for Milan. At the top, there is a search bar with 'Milano' entered and a search icon. Below the search bar, the text 'RISTORANTI a MILANO - 8777 Risultati' is visible. The main content area is divided into two columns. The left column lists two restaurants: 'A. OSTERIA LA TAGLIATA' and 'B. RISTORANTE LA DARSENA'. Each listing includes a photo, the restaurant name, address, rating (3.5), and a 'PRENOTA' button. The right column features a map of Milan with numbered pins (1-10) indicating the locations of the listed restaurants. The map is interactive, with an 'APRI MAPPA' button and a 'STAMPA' icon.

Risultati più chiari e di appeal

Forte valorizzazione dei Clienti

Mapa dinamica, e apribile a tutto schermo per individuare la posizione dei Clienti

... una scheda azienda migliorata

SEAT – DIRECTORY

The screenshot displays a business card for 'Ristorante Pizzeria La Pianta di Affori da Gaetano' on the SEAT Directory website. The card includes a map showing the restaurant's location in Rome, a 3.5-star rating with 600 reviews, and a 70% discount on a pizza menu for 12.90 €. It also features social media sharing options and a 'PRENOTA IL TUO TAVOLO' button. The 'DETTAGLI' section provides a description of the restaurant's atmosphere and opening hours.

ORARI DI APERTURA		
Lunedì	08:30 - 13:00	15:30 - 19:30
Martedì	08:30 - 13:00	15:30 - 19:30
Mercoledì	08:30 - 13:00	15:30 - 19:30

Disponibilità immediata di tutti i contatti del cliente

Mappa in evidenza per identificare velocemente la posizione dell'Azienda

Tutte le offerte PG in forte evidenza

Alta valorizzazione di foto e video, dei coupon Glamoo e di Google Maps Business View

Lancio dello SmartSite la soluzione più innovativa per rafforzare la presenza digitale delle PMI

SEAT – WEB AGENCY & COMMERCE

In vendita da
aprile 2014



**Da
dic. '14**

- Inglese
- Francese
- Tedesco
- Spagnolo
- Portoghese

**Da
Q1'15**

- Russo
- Cinese
- Giapponese
- Arabo

Accessibilità

Adattamento automatico del sito a tutti i dispositivi, grazie al **Responsive Design**, con i contenuti consultabili da **Smartphone, Tablet e PC**

Visibilità

- **Creazione in tempo reale** dei contenuti del sito sulla base del comportamento dei visitatori
- **Ottimizzazione del sito** sui motori di ricerca (SEO) e inserimento su **PagineGialle.it** per aumentarne la visibilità
- **Statistiche web professionali (ShinyStat™)**

Social Network

Condivisione dei contenuti sui maggiori Social Network: Facebook, Google+, Twitter, Pinterest

Produzione

Disponibilità di un team di esperti (*media consultants & web masters*) presso le *Seat Media Agency* ("DLS") per lo sviluppo e monitoraggio del traffico del sito

Da maggio 2014, inizio della produzione del sito dei clienti direttamente c/o le DLS

Lancio di Google Maps Business View, un tour virtuale a 360° nel punto vendita del Cliente

SEAT – WEB AGENCY & COMMERCE

Attività commerciale del cliente aperta 24 ore su 24, in tutto il mondo grazie a Google!

In vendita da maggio 2014



Tour virtuale a 360°

- Permette agli utenti di effettuare una visita virtuale nel punto vendita del Cliente
- Realizzata con la tecnologia **Street View** da un'agenzia certificata **Google**

Scatti fotografici

Scatti fotografici professionali dei punti di interesse (POI) particolari presenti all'interno dell'attività per arricchire di contenuti la presenza online

G+Local card

- Verificata automaticamente da Google
- Con foto e *tour* virtuale professionali e *link* al sito web del Cliente
- Geolocalizzazione della scheda G+ Local su Google Maps

Prodotti di Seat

Integrazione del *virtual tour* e delle foto nella scheda azienda paginegialle.it e paginebianche.it e aggiornamento costante delle informazioni di contatto

Lancio della nuova MOBAPP 2.0, l'offerta commerciale per creare applicazioni mobile native

SEAT – WEB AGENCY & COMMERCE



In vendita da
maggio 2014

App native

Realizzate con gli
standards di Apple

Nuova grafica

- Nuovi **font**, nuova **struttura**
- Adeguamento alle linee guida di **iOS & Android**

Versione per Tablet

Per sfruttare appieno le
caratteristiche del device

Nuovi moduli

Foto panoramiche a 360 °, docs, ordina prodotti, audio gallery

Lancio della nuova versione di PGCLICK, il servizio di keyword advertising di Seat per gestire le campagne pubblicitarie dei clienti su Google Adwords

SEAT – WEB AGENCY & COMMERCE



In vendita da
gennaio
2015



Campagne pubblicitarie

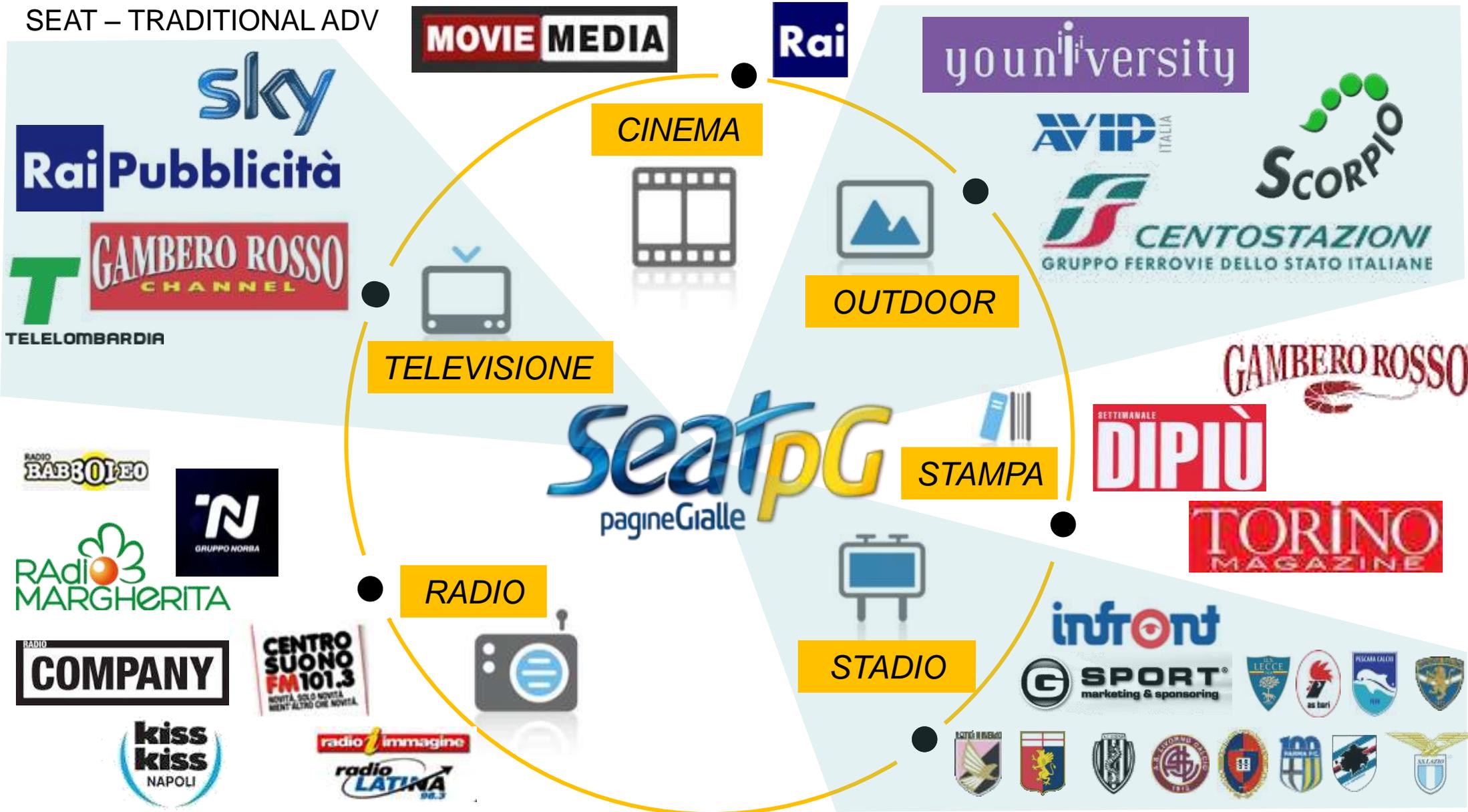
Creazione di **campagne pubblicitarie più evolute e personalizzate**

DLS

Gestione del servizio **direttamente nelle filiali:** vicinanza all'adwords editor, più flessibilità

In meno di 1 anno, Seat ha sviluppato la sua offerta media agency model, incrementando il numero delle partnerships

SEAT – TRADITIONAL ADV



Adv on Facebook

Lancio di ADV on Facebook, una nuova offerta pubblicitaria locale e targettizzata

SEAT – DIGITAL ADV

In vendita da
novembre
2014

**Campagne adv geolocalizzate a partire da
qualsunque Comune Italiano...**



...targettizzate per genere e fascia di età

Una nuova modalità di vendita: una mobile App di ADV on Facebook disponibile sull'iPad della rete di vendita

SEAT – DIGITAL ADV

Creazione delle campagne pubblicitarie direttamente col Cliente



facebookPlanner: campagne adv geolocalizzate a partire da qualunque Comune Italiano

SEAT – DIGITAL ADV

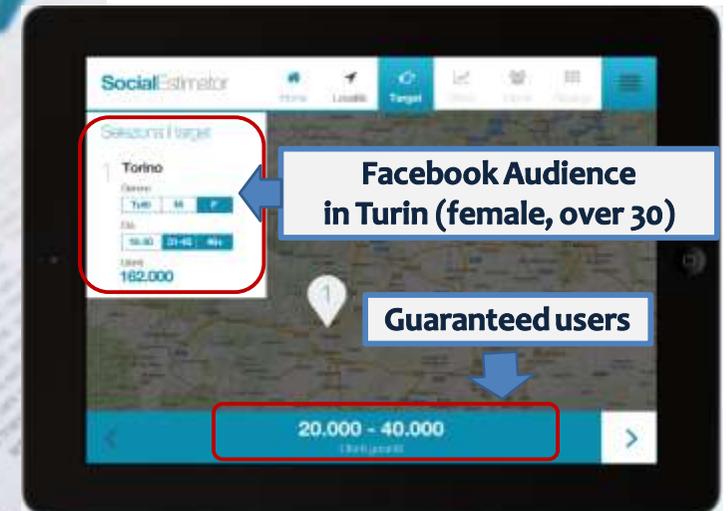
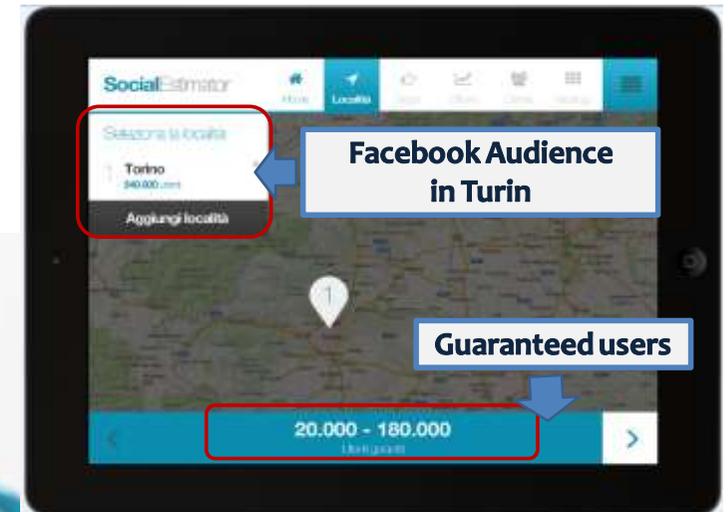
1 Possibilità di selezionare dove lanciare la campagna pubblicitaria



facebookPlanner: audience locale e reach garantita

SEAT – DIGITAL ADV

2 Possibilità di selezionare il genere (maschi o femmine) e la fascia di età su cui focalizzare la sua campagna



facebookPlanner: conferma della campagna pubblicitaria

SEAT – DIGITAL ADV



3 Possibilità di confermare la campagna pubblicitaria

Indice

Procedura di concordato preventivo

7

Risultati di Seat ad oggi

11

Focus sull'innovazione di prodotto di Seat

22

Appendice

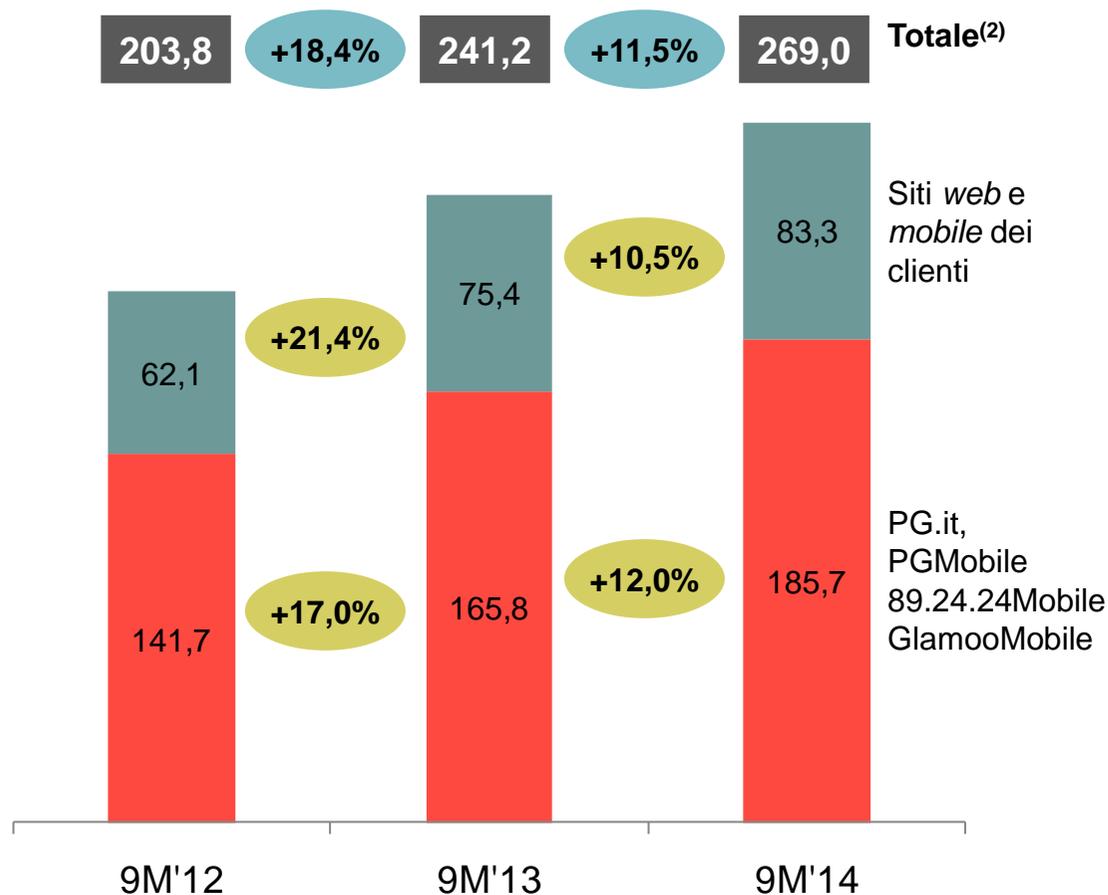
42

Nei 9M'2014 crescita (+11,5%) dello *usage online e mobile* su Pagine Gialle

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

Andamento del # delle visite su PG⁽¹⁾

milioni



Principali iniziative e metriche

Siti web

Posizione di *leadership* nella creazione e nella gestione di siti in Italia: ~72k siti *web* gestiti nei 9M'14 (di cui ~27k nuovi)

PG.it, PGMobile

Impatto positivo da:

- continuo aggiornamento dei prodotti e *SEO refinement*
- aumento del # delle *user-generated-content reviews* (390k a fine settembre 2014)
- influenza crescente dei *social media* sul comportamento degli *users* (419k *fans* su Facebook⁽³⁾ a fine settembre 2014)

(1) Fonte: SiteCensus

(2) 436,2 milioni nei 9M'14, inclusi tutti i siti proprietari di Seat (Pagine Gialle, Pagine Bianche, Tuttocittà)

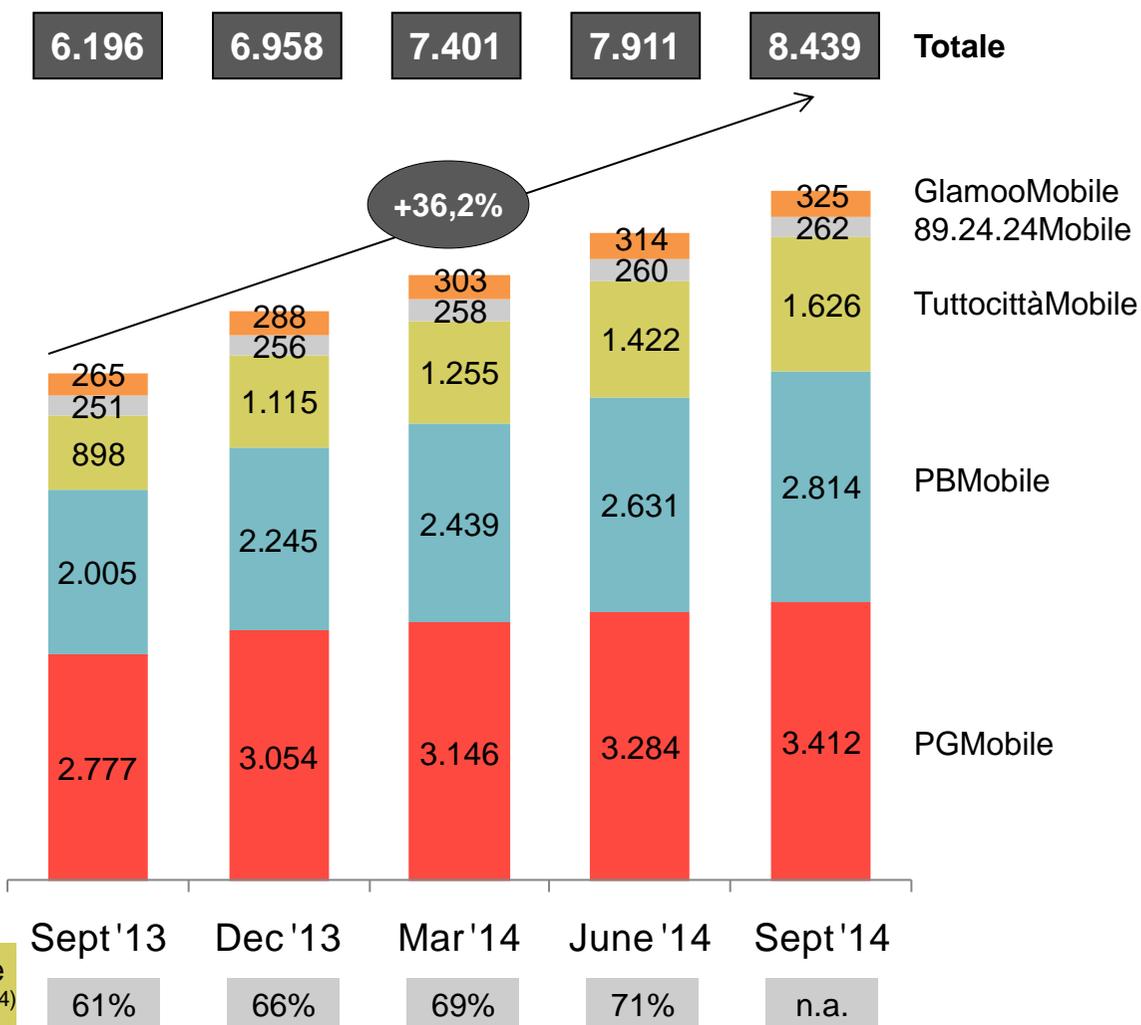
(3) Riferiti solo a PG.it

A fine settembre 2014, più di 8,4m di *downloads* per le applicazioni *mobile* di Seat, rispetto ai 6,2m a fine settembre 2013

SEAT – DOWNLOADS DELLE APPLICAZIONI MOBILE

Downloads delle applicazioni mobile⁽¹⁾

Ytd cumulati, migliaia



Principali iniziative e metriche

Tutte le app dei siti proprietari

- Crescita del # totale di *downloads* da 6,2m a 8,4m in 1 anno

PGMobile⁽²⁾

- 3,4m di *downloads* per l'applicazione PGMobile, di cui 1,6m per iOS (iPhone e iPad)

PBMobile⁽²⁾

- 2,8m di *downloads* per l'applicazione PBMobile, di cui 1,1m per iOS (iPhone e iPad)

TuttocittàMobile⁽³⁾

- 1,6m di *downloads* per l'applicazione TuttocittàMobile (iPhone), di cui 1,1m 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, Windows Phone e Windows 8

(2) Include l'applicazione eBook

(3) Include TuttoCittà NAV

(4) Fonte: Comscore (calcolata come # di smartphones sul # totale di mobile devices in Italia)

Launch di WIADV, il servizio WIFI gratuito per creare un Hyper Local Merchant ADV Network

SEAT – WEB AGENCY & E-COMMERCE

 **Wiadv**



In vendita da
febbraio
2014

Connessione

- Navigazione con hotspot, **24 ore su 24, in sicurezza e gratis per l'Utente**
- Nome della rete customizzato:
[@PagineGialle_latuainsegna](#)

Comunicazione

Portale d'accesso del cliente personalizzato costruito sui contenuti del cliente (logo, foto, testo, link a FanPage Social Business, invito download MobApp, offerte Glamoo) e aggiornabile

Contatti

SMS, chat e DEM (direct email) disponibili per il cliente per promuovere la sua offerta

Display campaign

Banner customizzato disponibile sul WiAdv network

Da ottobre 2014, visibilità dei deal Glamoo anche sul sito di Groupalia

SEAT – WEB AGENCY & E-COMMERCE

6 mln di
utenti
raggiungibili



Milano
Cambia città ▼



Login



Accedi con



Customer Care 199.206.000

Offerte del Giorno

Ristoranti

Salute e Bellezza

Tempo Libero

Corsi

Shopping

Viaggi

Cena alla carta x2 al Boccino



Se sei alla ricerca di una location esclusiva per una cena speciale, scegli Il Boccino! Per te una cena completa x2 a un prezzo imperdibile!

Cena alla carta x2 al Boccino

A 39 €

COMPRA



SCADE TRA 5D 6H 20M