

COMUNICATO STAMPA

IL CONSIGLIO DI AMMINISTRAZIONE APPROVA IL RESOCONTO INTERMEDIO DI GESTIONE AL 31 MARZO 2015

RISULTATI OPERATIVI DEL PRIMO TRIMESTRE DEL 2015 IN LINEA CON GLI OBIETTIVI DI PIANO

CONFERMATI I TARGET DI PIANO PREVISTI PER IL 2015

RISULTATI DEL PRIMO TRIMESTRE DEL 2015

- **Andamento del *business* nella prima parte dell'esercizio in corso in linea con le previsioni formulate nel Piano**
- **Risultati dell'Area SEAT (che include Seat Pagine Gialle S.p.A. e le società Digital Local Services) in linea con gli obiettivi di Piano, nonostante un contesto economico e di mercato difficili:**
 - Ordini netti da clientela pari a Euro 76,9 milioni, leggermente inferiori rispetto alle previsioni di *budget*
 - RICAVI pari a Euro 80,0 milioni (ossia circa il 22% dei ricavi previsti per l'intero anno) in linea con le previsioni di *budget*
 - EBITDA pari a € 0,9 milioni (a fronte di una previsione di Euro 12 milioni per l'intero esercizio) superiore alle previsioni di *budget*, che lo vedevano in territorio negativo per effetto della stagionalità del *business* e del calo dei ricavi in valore assoluto rispetto al primo trimestre del 2014
 - Disponibilità liquide al 31 marzo 2015 pari a Euro 127 milioni, superiori al dato di *budget*
- **Risultati consolidati:**
 - RICAVI pari a Euro 83,5 milioni, in calo dell'8,0% rispetto al primo trimestre del 2014 a parità di elenchi pubblicati
 - EBITDA negativo per Euro 0,5 milioni (positivo per Euro 8,1 milioni nel primo trimestre del 2014 a parità di elenchi pubblicati). Tale risultato è dato dalla combinazione dell'Ebitda dell'Area SEAT che è stato positivo per Euro 0,9 milioni e di quello del resto del Gruppo che è stato negativo per Euro 1,4 milioni
 - UTILE del periodo di competenza del Gruppo negativo per Euro 11 milioni (negativo per Euro 43,8 milioni nel primo trimestre del 2014)
 - FREE CASH FLOW OPERATIVO negativo per Euro 2,1 milioni (negativo per Euro 0,2 milioni nel primo trimestre del 2014)
 - INDEBITAMENTO FINANZIARIO NETTO al 31 marzo 2015 positivo per Euro 108,7 milioni (positivo per Euro 71,4 milioni al 31 dicembre 2014)

EVOLUZIONE DELLA GESTIONE

- **La Società continuerà ad investire nell'innovazione di prodotto e a rafforzare le proprie *partnerships***



- **Confermati i target di Piano previsti per il 2015**

Milano, 12 maggio 2015 – Il Consiglio di Amministrazione di Seat Pagine Gialle S.p.A. (di seguito “Seat PG” o la “Società”) ha approvato oggi il resoconto intermedio di gestione al 31 marzo 2015.

L’andamento del *business* nella prima parte dell’esercizio in corso è in linea e rispecchia le previsioni formulate nel Piano Industriale 2014-2018 (di seguito il “Piano”), a conferma dell’efficacia dell’azione manageriale messa in atto a sostegno del rilancio operativo della Società.

Più in dettaglio, l’Area SEAT (che include Seat Pagine Gialle S.p.A. e le società Digital Local Services) ha acquisito ordini netti da clientela per € 76,9 milioni, leggermente inferiori rispetto alle previsioni di *budget* (€ 81,2 milioni), ricavi pari a € 80,0 milioni (ossia circa il 22% dei ricavi previsti per l’intero anno) in linea con le previsioni di *budget* e un Ebitda pari a € 0,9 milioni (a fronte di una previsione di € 12 milioni per l’intero esercizio) superiore alle previsioni di *budget*, che lo vedevano in territorio negativo (per € 9 milioni) per effetto della stagionalità del *business* e del calo dei ricavi in valore assoluto rispetto allo stesso periodo dell’esercizio precedente. A tale riguardo si precisa però che il miglior risultato in termini di Ebitda rispetto alle previsioni è anche legato ad uno *shift* temporale di costi dal primo trimestre ai trimestri successivi dell’anno in corso rispetto a quanto previsto originariamente a *budget*. Le disponibilità liquide, infine, si sono attestate a € 127 milioni, superiori al dato di *budget* (€ 89 milioni).

RISULTATI CONSOLIDATI AL 31 MARZO 2015

Andamento dei RICAVI

I ricavi delle vendite e delle prestazioni ammontano nel primo trimestre del 2015 a € 83,5 milioni, in diminuzione del 10,4% rispetto al primo trimestre del 2014 (€ 93,2 milioni); a parità di elenchi pubblicati i ricavi diminuiscono dell’8,0%.

Al lordo delle elisioni tra Aree di Business, i ricavi delle vendite e delle prestazioni sono così composti:

- ricavi dell’Area di Business “Directories Italia” (Seat Pagine Gialle S.p.A., Digital Local Services, ProntoSeat S.r.l., Glamoo Ltd, Glamoo S.r.l.) ammontano nel primo trimestre del 2015 a € 80,2 milioni, in calo dell’8,0%, rispetto al primo trimestre del 2014 a parità di elenchi pubblicati.



I ricavi dell'Area SEAT (Seat Pagine Gialle S.p.A. e Digital Local Services) ammontano nel primo trimestre del 2015 a € 80,0 milioni, in calo dell'8,2%, rispetto al primo trimestre del 2014 a parità di elenchi pubblicati, con una contrazione dei ricavi *digital* del -6,8%, *print* del -0,8% e *voice* del -45,4%. I ricavi su *prodotti di terzi* sono invece in crescita del 38,7%.

I ricavi di ProntoSeat, realizzati quasi interamente infragruppo, sono stati pari a € 1,3 milioni nel primo trimestre del 2015, in aumento di € 0,4 milioni rispetto allo stesso periodo dell'esercizio precedente (€ 0,9 milioni). Il maggior fatturato è essenzialmente imputabile ad un aumento dei ricavi *outbound* (+ € 0,3 milioni rispetto ai primi tre mesi del 2014), a fronte della migliore gestione delle attività *core*, all'ingresso di nuovi servizi come il *Caring* per la fidelizzazione della clientela e lo *Smart Site* per la creazione di siti di nuova generazione.

I ricavi di Glamoo nel primo trimestre del 2015 ammontano a € 0,2 milioni. Nel corso dei primi mesi del 2015 è continuato il *trend* calante dei ricavi alla luce della riduzione degli investimenti in *advertising* e promozioni che nei periodi precedenti avevano sostenuto il *business*.

- ricavi dell'Area di Business "Altre attività" (Europages, Consodata) che sono stati pari a € 4,4 milioni nel primo trimestre del 2015, in diminuzione dell'8,3% rispetto allo stesso periodo dell'esercizio precedente (€ 4,8 milioni) per effetto del calo delle vendite sia in Europages sia in Consodata.

Andamento del MOL

Il margine operativo lordo (MOL), di € 6,8 milioni nel primo trimestre del 2015, presenta un decremento di € 7,5 milioni rispetto al primo trimestre del 2014 (€ 14,3 milioni). La marginalità operativa del primo trimestre del 2015 si è attestata all'8,1% rispetto al 15,3% del primo trimestre del 2014.

Stanziamanti netti rettificativi e a fondi per rischi e oneri

Gli stanziamenti netti rettificativi ed a fondi per rischi e oneri ammontano a € 6,7 milioni nel primo trimestre del 2015 (€ 6,5 milioni nel primo trimestre del 2014). Gli stanziamenti netti rettificativi (€ 5,3 milioni nel primo trimestre del 2015) si riferiscono pressoché interamente allo stanziamento al fondo svalutazione crediti commerciali, che ha consentito di mantenere adeguata la percentuale di copertura dei crediti scaduti. La voce include, inoltre, gli stanziamenti netti a fondi per rischi ed



oneri operativi di € 1,4 milioni (€ 0,2 milioni nel primo trimestre del 2014) riferiti per € 0,8 milioni a stanziamenti al fondo rischi commerciali in SEAT.

Andamento dell'EBITDA

Il risultato operativo prima degli ammortamenti, degli oneri netti non ricorrenti e di ristrutturazione (EBITDA) è negativo per € 0,5 milioni nel primo trimestre del 2015, in calo di 7,5 milioni rispetto al primo trimestre del 2014 (€ 7,0 milioni); a parità di elenchi pubblicati l'EBITDA diminuisce di € 8,6 milioni. Tale risultato è dato dalla combinazione dell'EBITDA dell'Area SEAT che è stato positivo per € 0,9 milioni e di quello del resto del Gruppo che ha apportato un contributo negativo per €1,4 milioni.

Andamento del risultato operativo (EBIT)

Il risultato operativo (EBIT) nel primo trimestre del 2015 è negativo per € 13,6 milioni (negativo per € 8,2 milioni nel trimestre del 2014). Il risultato operativo riflette gli andamenti del *business* già registrati a livello di MOL e di EBITDA.

Risultato dell'esercizio

L'utile (perdita) del periodo di competenza del Gruppo è negativo per € 11,0 milioni (negativo per € 43,8 milioni nel primo trimestre 2014).

Andamento del flusso di cassa operativo

Il free cash flow operativo, generato nel corso del primo trimestre 2015 (negativo per € 2,1 milioni), è risultato inferiore di € 1,9 milioni rispetto a quello generato nello stesso periodo dell'esercizio precedente (-€ 0,2 milioni); tale riduzione riflette il calo dell'EBITDA diminuito di € 7,5 milioni parzialmente compensato dalla positiva contribuzione del capitale circolante operativo per € 5,2 milioni. Nel corso del primo trimestre 2015 sono stati sostenuti minori investimenti industriali rispetto allo stesso periodo all'esercizio precedente (€ 6,1 milioni nel primo trimestre 2015; € 7,0 milioni nel primo trimestre 2014).

Andamento dell'indebitamento finanziario netto

Al 31 marzo 2015 l'indebitamento finanziario netto è positivo per € 108,7 milioni (positivo per € 71,4 milioni al 31 dicembre 2014) e include il debito per valorizzazione a fair value dei *warrant* pari a € 5,1 milioni. La variazione della posizione finanziaria netta rispetto al 31 dicembre 2014 è principalmente imputabile, oltre che al flusso di cassa della gestione operativa, all'incasso, avvenuto all'inizio del mese di febbraio, di complessivi € 30 milioni relativi alla transazione dell'azione di responsabilità e allo scioglimento, nel mese di marzo 2015, di 5 dei 7 contratti di



leasing immobiliare che ha comportato una riduzione complessiva dell'indebitamento di circa € 23,2 milioni.

RISULTATI SEAT AL 31 MARZO 2015

I ricavi delle vendite e delle prestazioni dell'Area SEAT si sono attestati nel primo trimestre del 2015 a € 80,0 milioni, in calo dell'8,2% rispetto al primo trimestre del 2014 a parità di elenchi pubblicati. Tali risultati rispecchiano le previsioni formulate nel Piano che prevedono un'inversione di tendenza nella curva dei ricavi a partire dal 2016.

Si segnala che a partire dal presente Resoconto intermedio di gestione al 31 marzo 2015, la Società esporrà i ricavi sulla base di una nuova classificazione che risulta più coerente, rispetto al passato, con il proprio posizionamento di "*one-stop-shop*" nel segmento delle PMI.

Più nel dettaglio:

- a) Ricavi **Digital** (coincidenti con i ricavi *core-internet&mobile* della precedente classificazione): sono stati pari a € 60,6 milioni nel primo trimestre del 2015, in calo del 6,8% rispetto al primo trimestre del 2014. La quota dei ricavi *digital* sul totale si è attestata nel periodo al 75,8%. Risultano così composti:
 - *Directory* (portali proprietari www.paginegialle.it, www.paginebianche.it e www.tuttocittà.it ed applicazioni mobili): i ricavi dei prodotti *directory* tradizionali, pari a € 34,0 milioni nel primo trimestre del 2015, si sono ridotti del 17,0%, rispetto al primo trimestre del 2014. A tale riguardo si segnala che, a fine 2014, la Società, ha effettuato una serie di investimenti in termini di innovazione di prodotto e di processo sull'intera gamma di offerta, con lo scopo da un lato di garantirne la competitività sul mercato e dall'altro di confermare la propria *leadership* nel segmento dell'*advertising* locale. Il beneficio di tali interventi sarà visibile nell'andamento dei ricavi del secondo semestre dell'anno in corso.
 - *Web Agency* (costruzione e gestione di siti *web* ottimizzati anche per l'uso in mobilità, creazione di contenuti multimediali, attività inerenti la visibilità nel *web*, servizi di *e-commerce* e *web marketing* e gestione della presenza sui *social network*): i ricavi dei prodotti *web agency*, hanno consuntivato € 12,7 milioni nel primo trimestre del 2015, in calo del 15,8% rispetto al primo trimestre del 2014. Nel corso del 2014 Seat ha introdotto una nuova gamma di siti, denominati "*smart site*". La progressiva diffusione di



questa tecnologia a tutti i clienti Seat è vista come la principale arma competitiva dell'azienda rispetto alle *web agency* locali.

- *Reselling* (servizi di *display advertising*, di SEM - *search engine marketing* - Google *adwords* e campagne pubblicitarie *iperlocal* targettizzabili - Adv on Facebook): i ricavi dei prodotti derivanti da attività da *reselling* nel mondo digitale, si sono attestati a € 13,9 milioni nel primo trimestre del 2015, in aumento del 54,8% rispetto al primo trimestre del 2014, grazie sia all'evoluzione di *partnership* consolidate (Google) che sono state rese più competitive, sia all'acquisizione di nuove collaborazioni (Facebook) che hanno permesso alla Società di acquistare *leadership* e guadagnare un vantaggio competitivo all'interno del mercato di riferimento. Tale *trend* di crescita è previsto proseguire anche nel corso dei prossimi trimestri dell'esercizio in corso.

L'andamento del traffico complessivo, comprensivo delle visite su PAGINEGIALLE.it[®], PAGINEBIANCHE.it[®] e TUTTOCITTA'.it[®], provenienti sia dal *web* che dal *mobile*, e sui siti *online* e *mobile* dei clienti, ha consuntivato nel primo trimestre del 2015 circa 151,1 milioni di visite, in aumento del 6,9% rispetto al primo trimestre del 2014. Con riferimento al *mobile*, si segnala, in particolare, che a fine marzo, le applicazioni mobile di SEAT (PagineGialle Mobile, PagineBianche Mobile, Tuttocittà Mobile, 89.24.24 Mobile, Glamoo Mobile, Giallo Emergenza e TorinoAPP) hanno raggiunto complessivamente la soglia di circa 9,2 milioni di *download* (+24,9% rispetto a marzo 2014) considerando sia il mondo Apple, sia le altre principali piattaforme.

- b) **Print** (che includono i ricavi *core*-carta della precedente classificazione, i ricavi da distribuzione elenchi e altri ricavi minori relativi ai prodotti cartacei): i ricavi dei prodotti cartacei, comprensivi dei ricavi derivanti dalle due applicazioni e-book Pagine Gialle e Pagine Bianche per Ipad lanciate a fine aprile 2011, pari a € 11,1 milioni nel primo trimestre del 2015, sono sostanzialmente allineati a quelli del primo trimestre 2014 (-0,8%). A tale riguardo si segnala che nel corso del 2014 è iniziata una attività di rinnovamento e arricchimento dei prodotti editoriali PAGINEBIANCHE[®] e PAGINEGIALLE[®] in vista del volume unico SmartBook la cui distribuzione è iniziata nel corso del 2015. Si tratta di un prodotto totalmente nuovo, nella dimensione (formato compact), nella struttura (Pagine Gialle, Pagine Bianche e Tuttocittà assieme), nei contenuti e nella grafica. Per completare il rinnovamento del prodotto sono stati definiti importanti investimenti sull'aumento della leggibilità dei cognomi, indirizzi e numeri telefonici oltre alla reintroduzione del prefisso, su tutte le aree elenco non metropolitane. Tali iniziative, i cui effetti sono già visibili sul livello



degli ordini acquisiti dalla clientela, sono attese avere un impatto positivo anche sui ricavi nel corso dei prossimi trimestri dell'esercizio in corso. Con riferimento alla componente online dei ricavi delle PAGINEBIANCHE® si segnala che, a partire dal primo trimestre del 2015, a seguito delle evidenze provenienti dai dati relativi allo *usage*, inteso come *proxy* della generazione di *leads* per i clienti, tale ultimo indicatore è stato utilizzato quale nuovo criterio di stima della quota di ricavo attribuibile alla componente *online* dell'offerta PAGINEBIANCHE®.

- c) **Voice** (inclusivi rispetto ai ricavi *core*-telefono pubblicitari della precedente classificazione anche dei ricavi da traffico telefonico): i ricavi dei servizi di *directory assistance* 89.24.24 Pronto PAGINEGIALLE® e 12.40 Pronto PAGINEBIANCHE® si sono attestati a € 4,4 milioni nel primo trimestre del 2015, in calo del 45,4% rispetto al primo trimestre del 2014, con una riduzione maggiore della componente pubblicitaria (-66,8%), rispetto a quella da traffico telefonico (-33,0%). A tale riguardo si segnala che nel 2014, è continuata la strategia di gestione dei volumi strutturalmente in contrazione dovuti ad un mercato in profonda trasformazione, con particolare attenzione alla riduzione dei costi. In particolare, per il servizio di 89.24.24 ci si è focalizzati soprattutto sulla gestione dei clienti tramite un evoluto sistema di CRM che permette una ipersegmentazione e una gestione molto targettizzata di iniziative e promozioni. Per il servizio 12.40 si è avviata, invece, un'estensione delle *partnership* con *leader* nazionali con l'obiettivo di fornire benefici di valore alla propria customer base soprattutto in ambiti legati alla pubblica amministrazione e pubblica utilità.
- d) Ricavi su **Prodotti di Terzi** (coincidenti con gli altri ricavi della precedente classificazione, al netto dei ricavi da traffico telefonico dei servizi di *directory assistance*, dei ricavi da distribuzione elenchi e altri ricavi minori relativi ai prodotti cartacei): i ricavi derivanti dagli altri prodotti si sono attestati nel primo trimestre del 2015 a € 3,8 milioni, in aumento di € 1,0 milioni rispetto al primo trimestre del 2014. Si segnalano, in particolare, i ricavi derivanti dagli accordi di *partnership* siglati con importanti operatori del mondo dei *media* pari a € 2,2 milioni (in gran parte riferiti all'offerta TV in essere con Sky) e i ricavi dei prodotti di *Direct Marketing* e delle attività di *Merchandising* pari a € 1,0 milioni.



EVOLUZIONE DELLA GESTIONE

I risultati conseguiti nel primo trimestre del 2015 confermano la volontà della Società di continuare ad investire nell'innovazione di prodotto e di rafforzare le proprie *partnership*, al fine di ampliare la propria gamma d'offerta e posizionarsi sempre più come la *Media Agency* di riferimento per le PMI.

A tale riguardo, sono previsti già per il mese di maggio 2015: (i) l'integrazione dell'offerta "Adv on Facebook" con la possibilità di lanciare campagne da 5.000 utenti per una migliore geolocalizzazione e di profilare gli utenti per tipologia di interessi, (ii) il lancio di "FacebookPresence", una nuova offerta che include la creazione di *FanPage* "Site Like" con immagini di qualità e nuove funzionalità, una piattaforma di "Social Media Center" per gestire i *post* e un servizio di "Social Media Editing" di *post* scritti e controllati dalla redazione e (iii) il lancio di un nuovo servizio di *ECommerce* integrato con *Amazon*.

Nel corso del 2015, SEAT continuerà a focalizzarsi sull'implementazione delle priorità strategiche contenute nel Piano, con l'obiettivo di posizionarsi come l'unica *media agency* in grado di offrire su tutto il territorio italiano servizi di *marketing* locale. E' intenzione della Società quella di diventare un *business partner* che offre alle imprese un supporto a 360° per promuovere la propria attività su Internet, attraverso un *network* di agenzie (le SEAT *media agency*) e circa 1.400 consulenti presenti su tutto il territorio. Strumenti che si affiancano a quelli "tradizionali" cartacei e telefonici.

Per quanto riguarda le previsioni circa l'andamento futuro del *business*, la Società ritiene che i risultati preliminari relativi all'andamento degli ordini netti da clientela acquisiti a fine marzo 2015 consentano di mantenere inalterati i target di Piano per il 2015, nonostante un ritardo rispetto alle previsioni, considerato allo stato recuperabile nella restante parte dell'anno.

Si comunica che il testo del presente comunicato stampa e la relativa presentazione al mercato finanziario sono consultabili e disponibili, sul sito internet di Borsa Italiana S.p.A. all'indirizzo <http://www.borsaitaliana.it/>, nonché sul sito internet della Società all'indirizzo <http://www.seat.it>.

Il Dirigente preposto alla redazione dei documenti contabili societari, Dott. Andrea Servo, dichiara, ai sensi del comma 2 dell'art. 154-bis del Testo Unico della Finanza, che l'informativa contabile contenuta nel presente comunicato corrisponde alle risultanze documentali, ai libri e alle scritture contabili.

Disclaimer

Questo comunicato stampa contiene dichiarazioni previsionali ("forward-looking statement"), in particolare nella sezione "Evoluzione prevedibile della gestione", relative a: piani di investimento, performance gestionali future, obiettivi di crescita in termini di ricavi e di risultati, globali e per aree di business, posizione finanziaria netta ed altri



aspetti delle attività del Gruppo. I forward-looking statement hanno per loro natura una componente di rischio e di incertezza perché dipendono dal verificarsi di eventi e sviluppi futuri. I risultati effettivi potranno differire in misura anche significativa rispetto a quelli annunciati in relazione ad una molteplicità di fattori.

I risultati conseguiti dal Gruppo nel primo trimestre del 2015 saranno illustrati durante la *conference call* che si terrà oggi 12 maggio alle ore 17.00.

Comunicazione Seat Pagine Gialle

Tel. +39.011.435.3030

Fax +39.011.435.3040

comunicazione.stampa@seat.it

Investor Relations Seat Pagine Gialle

investor.relations@seat.it

Tel. +39.011.435.2600

Affari Societari Seat Pagine Gialle

ufficio.societario@seat.it

Mailander

Bruno Caprioli

Tel. +39.011.5527309

Cell. +39.3355901402

caprioli@mailander.it

Gruppo SEAT Pagine Gialle

Conto economico consolidato riclassificato

	1° trimestre	1° trimestre	Variazioni	
	2015	2014	Assolute	%
(milioni di euro)				
Ricavi delle vendite e delle prestazioni	83,5	93,2	(9,7)	(10,4)
Costi per materiali e servizi esterni	(52,9)	(54,6)	1,7	
Costo del lavoro	(23,8)	(24,3)	0,5	
Margine operativo lordo (MOL)	6,8	14,3	(7,5)	(52,6)
<i>% sui ricavi</i>	8,1%	15,3%		
Stanziamenti netti rettificativi ed a fondi per rischi e oneri	(6,7)	(6,5)	(0,2)	
Proventi ed oneri diversi di gestione	(0,6)	(0,8)	0,2	
Risultato operativo prima degli ammortamenti, degli oneri netti non ricorrenti e di ristrutturazione (EBITDA)	(0,5)	7,0	(7,5)	n.s.
<i>% sui ricavi</i>	(0,6%)	7,5%		
Ammortamenti e svalutazioni operative	(9,5)	(10,4)	0,9	
Ammortamenti e svalutazioni extra-operative	(0,9)	(1,7)	0,8	
Oneri netti di natura non ricorrente e di ristrutturazione	(2,7)	(3,1)	0,4	
Risultato operativo (EBIT)	(13,6)	(8,2)	(5,4)	(64,9)
<i>% sui ricavi</i>	(16,2%)	(8,8%)		
Oneri finanziari netti	(3,4)	(32,0)	28,6	
Utile (Perdite) da cessione di partecipazioni	-	(2,9)	2,9	
Proventi netti da esecuzione concordato	5,9	-	5,9	
Risultato prima delle imposte	(11,1)	(43,1)	32,0	74,3
Imposte sul reddito	0,1	(0,7)	0,8	
Utile (Perdita) da attività in funzionamento	(11,0)	(43,8)	32,8	74,9
Utile (Perdita) netto da attività non correnti cessate/destinate ad essere cedute	-	-	-	
Utile (perdita) del periodo	(11,0)	(43,8)	32,8	74,9
- di cui di competenza del Gruppo	(11,0)	(43,8)	32,8	
- di cui di competenza dei Terzi	-	-	-	

Gruppo SEAT Pagine Gialle

Conto economico complessivo consolidato

(milioni di euro)		1° trimestre 2015	1° trimestre 2014
Utile (perdita) dell'esercizio	(A)	(11,0)	(43,8)
<i>Altri utili/(perdite) complessivi che non saranno successivamente riclassificati nell'utile/(perdita) del periodo:</i>			
Utili (perdite) attuariali		-	-
Totale altri utili/(perdite) complessivi che non saranno successivamente riclassificati nell'utile/(perdita) del periodo	(B1)	-	-
<i>Altri utili/(perdite) complessivi che saranno successivamente riclassificati nell'utile/(perdita) del periodo</i>			
Utile (perdita) derivante dall'adeguamento al valore di mercato dei titoli e delle partecipazioni AFS		(2,0)	(0,1)
Utili (perdite) derivanti dalla conversione dei bilanci di imprese estere		-	-
Totale altri utili/(perdite) complessivi che saranno successivamente riclassificati nell'utile/(perdita) del periodo	(B2)	(2,0)	(0,1)
Totale altri utili (perdite) complessivi al netto dell'effetto fiscale	(B) = (B1 + B2)	(2,0)	(0,1)
Totale utile (perdita) complessiva del periodo	(A + B)	(13,0)	(43,9)
- di cui di competenza del Gruppo		(13,0)	(43,9)
- di cui di competenza dei Terzi		-	-



Gruppo SEAT Pagine Gialle

Prospetto della situazione patrimoniale-finanziaria consolidato riclassificato

	AI 31.03.2015	AI 31.12.2014	Variazioni
(milioni di euro)			
Goodwill e customer data base	24,4	25,3	(0,9)
Altri attivi non correnti (*)	126,7	147,9	(21,2)
Passivi non correnti	(70,7)	(63,2)	(7,5)
Capitale circolante	(27,4)	(6,8)	(20,6)
Attività nette non correnti cessate/destinate ad essere cedute	(0,3)	(0,3)	-
Capitale investito netto	52,7	102,9	(50,2)
Patrimonio netto del Gruppo	161,4	174,4	(13,0)
Patrimonio netto di Terzi	(0,1)	(0,1)	
Totale patrimonio netto	(A) 161,3	174,3	(13,0)
Indebitamento finanziario netto	(B) (108,7)	(71,4)	(37,3)
Totale	(A+B) 52,7	102,9	(50,2)

(*) La voce include le "attività finanziarie disponibili per la vendita" e le "attività finanziarie non correnti".

Gruppo SEAT Pagine Gialle

Flussi finanziari consolidati

	1° trimestre 2015	1° trimestre 2014	Variazioni
(milioni di euro)			
Risultato operativo prima degli ammortamenti, degli oneri netti non ricorrenti e di ristrutturazione (EBITDA)	(0,5)	7,0	(7,5)
Interessi netti di attualizzazione di attività/passività operative	-	(0,1)	0,1
Diminuzione (aumento) capitale circolante operativo	6,1	0,9	5,2
(Diminuzione) aumento passività non correnti operative (*)	(1,6)	(1,0)	(0,6)
Investimenti industriali	(6,1)	(7,0)	0,9
Free cash flow operativo	(2,1)	(0,2)	(1,9)
Pagamento di interessi ed oneri finanziari netti	0,1	0,4	(0,3)
Pagamento di imposte sui redditi	(3,0)	(0,1)	(2,9)
Pagamento di oneri non ricorrenti e di ristrutturazione	(6,0)	(8,0)	2,0
Incasso per azione di responsabilità degli ex amministratori	30,0	-	30,0
Effetto derivante da scioglimento dei contratti di leasing	23,2	-	23,2
Altri movimenti (**)	(4,9)	(34,3)	29,4
Variazione dell'indebitamento finanziario netto	37,3	(42,2)	79,5

(*) La variazione esposta non include gli effetti non monetari derivanti dagli utili e perdite attuariali contabilizzati a patrimonio netto.

(**) Tale voce include nel 1°trimestre 2014 interessi maturati su debiti finanziari per € 31 milioni.

Gruppo SEAT Pagine Gialle

Infomazioni per Area di Business

(milioni di euro)	Directories Italia	Altre Attività	Totale Aggregato	Elisioni e altre rettifiche	Totale Consolidato
Ricavi delle vendite e delle prestazioni	80,2	4,4	84,6	(1,1)	83,5
	89,7	4,8	94,5	(1,3) (*)	93,2
Margine operativo lordo (MOL)	7,3	(0,7)	6,6	0,2	6,8
	12,9	(0,8)	12,1	2,2 (*)	14,3
Risultato operativo prima degli ammortamenti e degli oneri netti non ricorrenti e di ristrutturazione (EBITDA)	0,4	(0,8)	(0,4)	(0,1)	(0,5)
	5,8	(0,9)	4,9	2,1 (*)	7,0
Risultato operativo (EBIT)	(11,7)	(1,8)	(13,5)	(0,1)	(13,6)
	(6,8)	(2,8)	(9,6)	1,4 (*)	(8,2)
Capitale investito netto	43,9	4,6	48,5	4,2	52,7
	104,6	5,5	110,1	(7,2) (*) (**)	102,9
Investimenti industriali	5,2	0,9	6,1	-	6,1
	6,4	0,6	7,0	-	7,0
Forza lavoro media	1.604	164	1.768	-	1.768
	1.613	180	1.793	-	1.793
Agenti di vendita (numero medio)	1.390	35	1.425	-	1.425
	1.351	55	1.406	-	1.406

(*) Include gli effetti del deconsolidamento di Cipi S.p.A.

(**) Include i saldi patrimoniali del Gruppo Telegate, a seguito della riclassifica a *Discontinued operations*.