



seatPG

pagineGialle

RISULTATI DEL PRIMO TRIMESTRE DEL 2015

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

Milano, 12 maggio 2015

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

I principi contabili adottati per la redazione di questa presentazione e per il Resoconto intermedio di gestione al 31 marzo 2015 sono stati applicati in modo coerente con quelli adottati per la redazione del Resoconto intermedio di gestione al 31 marzo 2014, al quale si può fare riferimento.

I dati contabili esposti nelle presenti diapositive sono tratti dal Resoconto intermedio di gestione al 31 marzo 2015, 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.

INDICE



**Risultati del primo trimestre del
2015 di Seat PG e outlook 2015**



**La nuova gamma
prodotti di Seat PG**



Appendice

RISULTATI Q1 '15



Risultati del primo trimestre del 2015
in linea col *budget* ...

... nonostante **un contesto economico e di mercato difficile** a gennaio / febbraio

I nuovi lanci di prodotto per il 2015 sono già stati annunciati

Confermati i target di Piano per il 2015

I RISULTATI DEL Q1'15 SONO IN LINEA CON IL BUDGET...

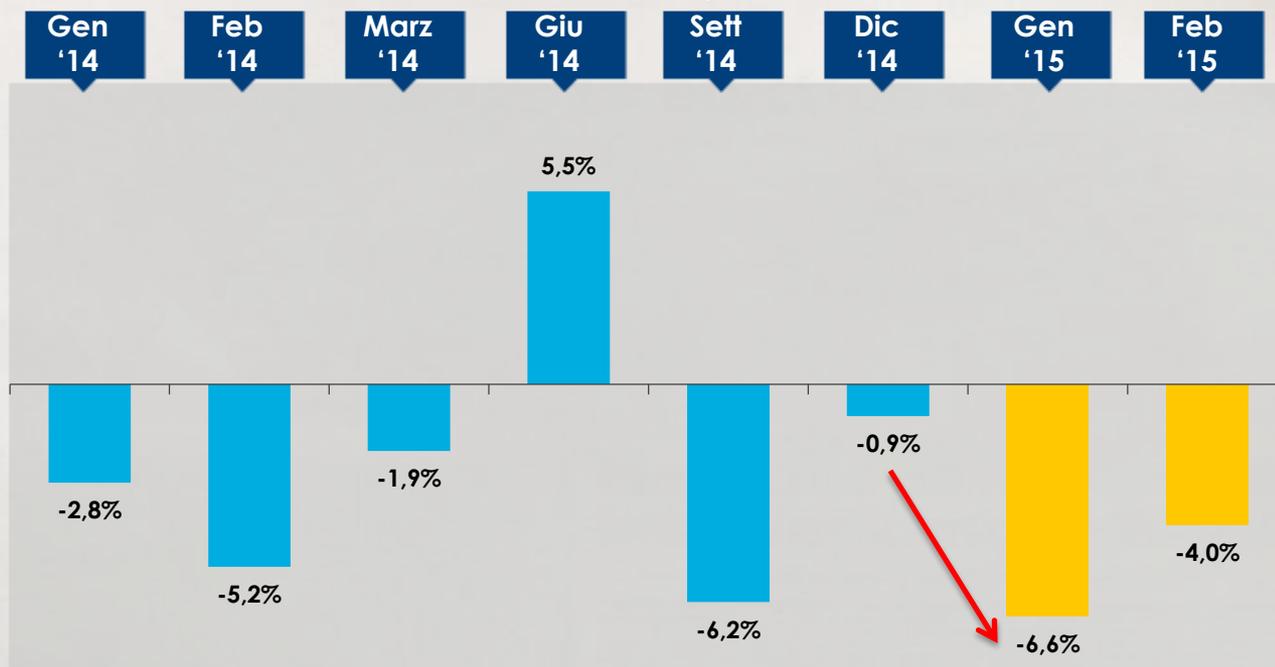
SEAT PG ⁽¹⁾ Business KPIs (€m)	Q1'15	Budget	Var. Q1'15 vs. Bdg	
Ordini netti da clientela	77	81	-5%	
Ricavi	80	81	-1%	
Costi	72	81	-11%	
Margine Operativo Lordo	8	-1	n.s.	
Ebitda	1	-9	n.s.	
Investimenti industriali	5	8	-37%	
FCF operativo	1	-9	n.s.	
Liquidità finale	127	89	+43%	

(1) Include Seat Pagine Gialle S.p.A. e le società Digital Local Services

...NONOSTANTE IL MERCATO DEGLI INVESTIMENTI PUBBLICITARI IN ITALIA SIA NUOVAMENTE PEGGIORATO...

DOPO ALCUNI TENTATIVI DI RECUPERO NEL 2014

NIELSEN – ANDAMENTO MENSILE DEL MERCATO DEGLI INVESTIMENTI PUBBLICITARI IN ITALIA (GEN. '14 - FEB. 2015)



Cumulati	a/a %	Gen '14	Feb '14	Marz '14	Giu '14	Sett '14	Dic '14	Gen '15	Feb '15
	€m		440,4	940,2	1.539,1	3.275,0	4.360,0	6.201,0	412,1

...SEBBENE IL PIL DELL'ITALIA SIA ATTESO STABILIZZARSI NEL 2015

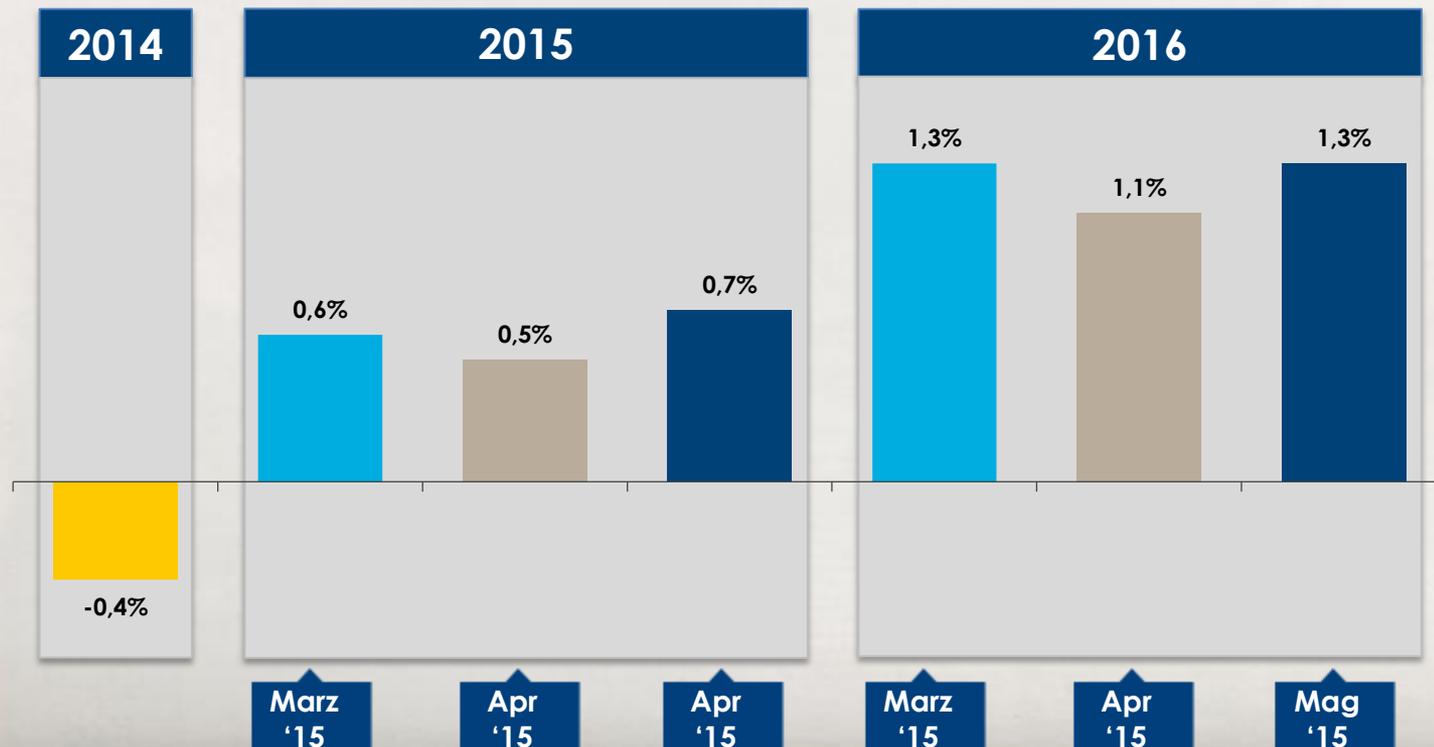
DOPO AVER FATTO SEGNARE UN CALO DELLO 0,4% NEL 2014

a/a %
Variatz.



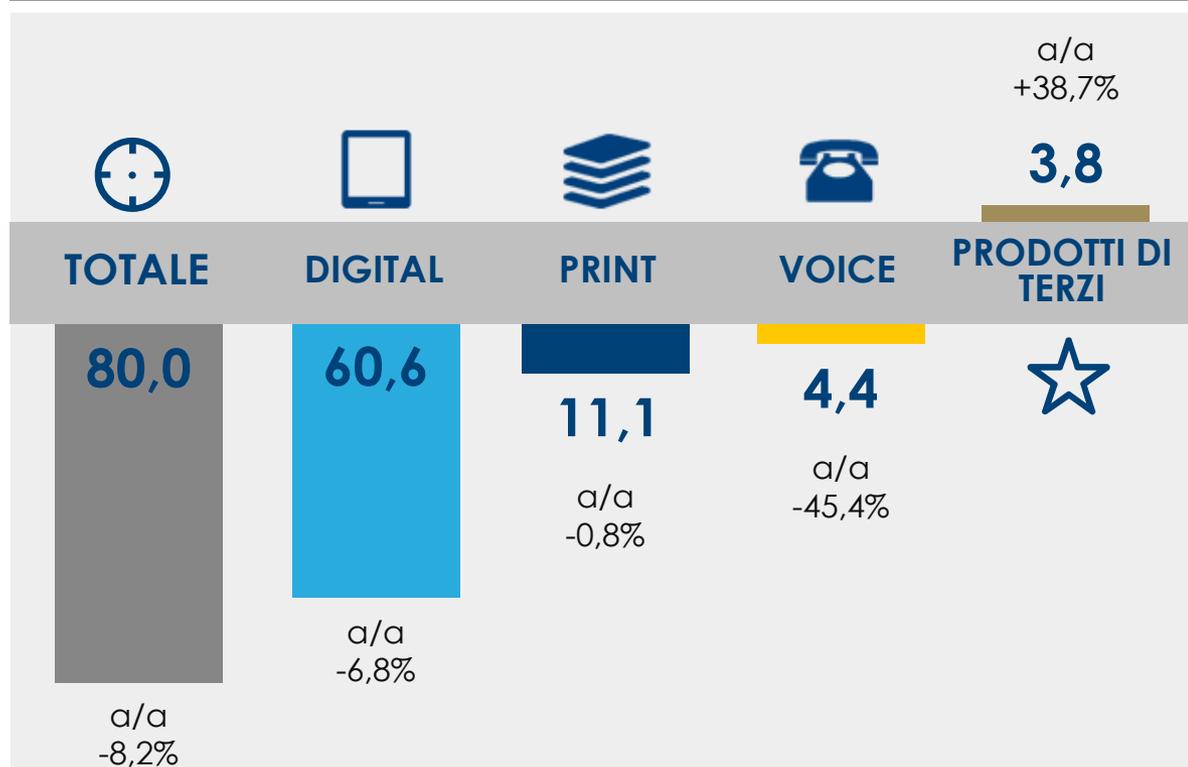
Confronto tra le stime di crescita
Del PIL Italiano per il 2015 e il 2016

■ Ocse ■ FMI – Fondo Monetario Internazionale ■ Governo Italiano

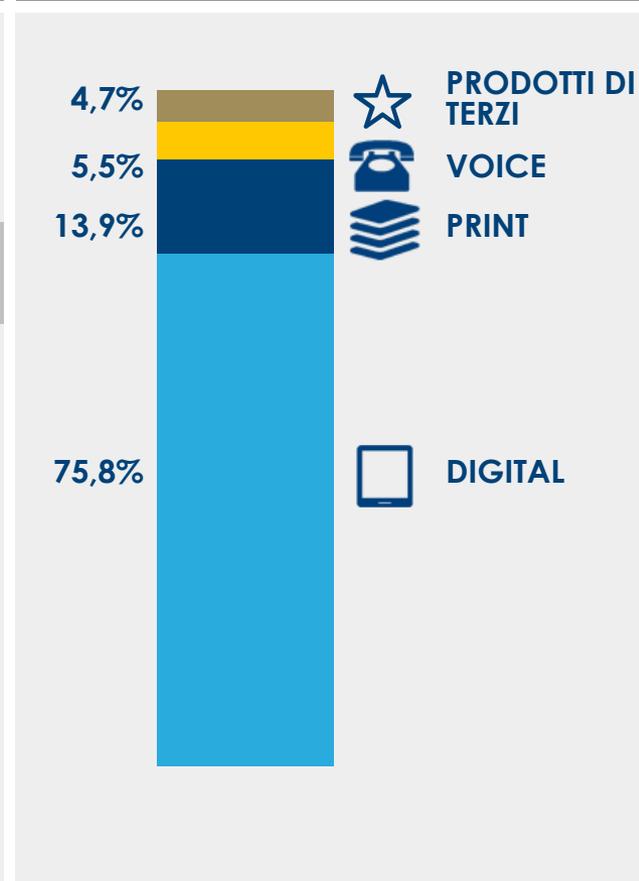


RICAVI A 80,0 €M IN LINEA CON IL BUDGET

SEAT⁽¹⁾ – ANALISI DEI RICAVI (€M)



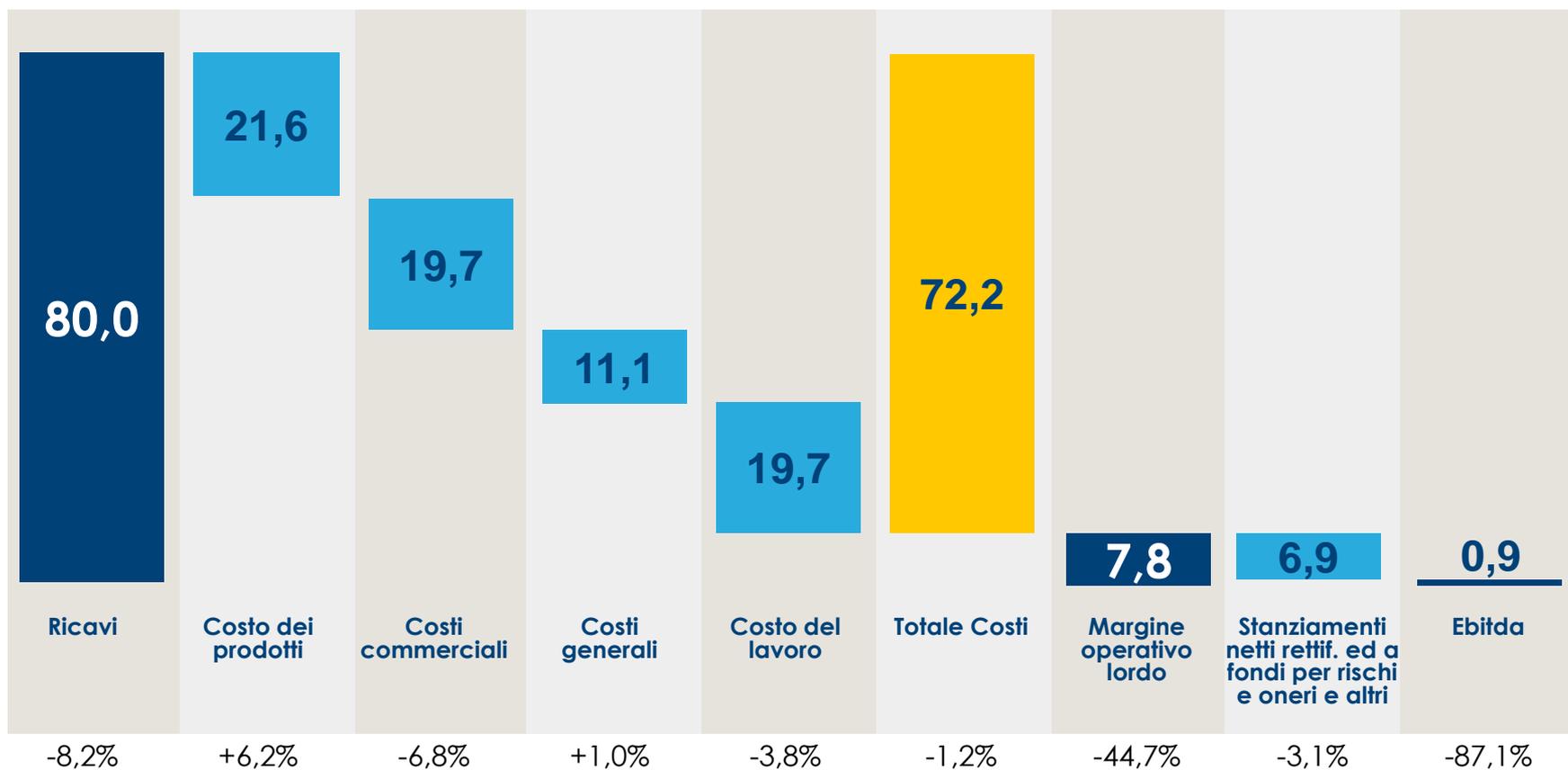
SEAT⁽¹⁾ – MIX DEI RICAVI



(1) Include Seat Pagine Gialle S.p.A. e le società Digital Local Services

EBITDA A 0,9 €M SUPERIORE AL BUDGET

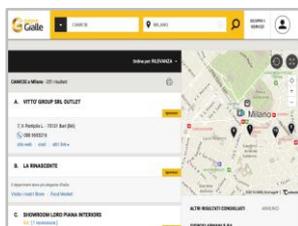
SEAT⁽¹⁾ – ANALISI DEI COSTI (€M)



(1) Include Seat Pagine Gialle S.p.A. e le società Digital Local Services

NEL Q1'15 CRESCITA DELL'USAGE ONLINE E MOBILE

CHE FA SEGUITO AL RIDISEGNO COMPLETO DI TUTTI I PORTALI



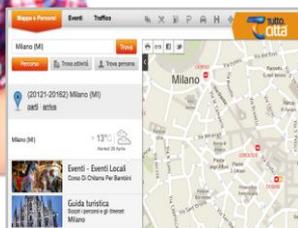
PAGINEGIALLE.IT

Sito PG.it (39,1 mln di visite)
Siti web & mobile dei clienti (30,3 mln di visite)
PGMobile, 89.24.24Mobile, GlamooMobile (21,6 mln visits)
TOTALE (91,0 mln di visite, +4,6% a/a)



PAGINE BIANCHE.IT

Sito PB.it (30,3 mln di visite)
Siti web & mobile dei clienti (0,0 mln di visite)
PBMobile (15,4 mln di visite)
TOTALE (45,7 mln di visite, +10,2% a/a)



TUTTOCITTA'.IT

Sito TC.it (8,9 mln di visite)
TCMobile (5,5 mln di visite)
TOTALE (14,4 mln di visite, +11,9% a/a)

TOTALE COMPLESSIVO
(151,1 mln di visite, +6,9% a/a)

NEL Q1'15 FORTE CRESCITA DEI DOWNLOADS DELLE MOBILE APP



PGMOBILE 3.599k DOWNLOADS
PBMOBILE 3.084K DOWNLOADS
TUTTOCITTÀMOBILE 1.884k DOWNLOADS
89.24.24MOBILE 266k DOWNLOADS
GLAMOOMOBILE 340k DOWNLOADS
GIALLOEMERGENZA 36k DOWNLOADS
TORINOAPP 38k DOWNLOADS

TOTALE COMPLESSIVO

(9.247k downloads delle mobile app, +24,9% a/a)

2015 OUTLOOK

I risultati di Seat PG del 2015 sono **in linea** con le assunzioni di Piano, che prevedono **un'inversione del trend storico** a partire dal 2016

Un **progetto per la specializzazione** dei **circa 1.400 agenti** attorno a **sette segmenti di mercato** è già stato avviato

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

Seat PG intende posizionarsi sempre di più come la **Media Agency di riferimento per le PMI**

INDICE



**Risultati del primo trimestre del
2015 di Seat PG e outlook 2015**



**La nuova gamma
prodotti di Seat PG**



Appendice

LA NUOVA GAMMA DI PRODOTTI DI SEAT PG

MAGGIO

GIUGNO

SETTEMBRE

Adv on Facebook 2.0



FacebookPresence
seatpg

Commerce™
seatpg

EASY
SmartSite™
seatpg

ITALIAONLINE

LIBERO.
NATO DIGITALE

virgilio



Adv on Facebook 2.0



da GIUGNO

Castel Bolognese
Faenza
Briughella

Campagne da
5.000 utenti
per una geolocalizzazione migliore!



da GIUGNO

10 INTERESSI per profilare

OLTRE I CONFINI
Per dare la possibilità
ai tuoi clienti di parlare al Mondo!

Da SETTEMBRE



Usa

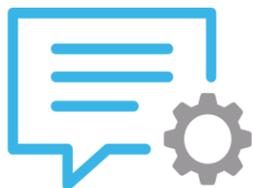
Spagna
Francia
Germania
Regno Unito
Austria
Svizzera
Belgio
Irlanda

Russia

L'emozione di uno SPOT
per far conoscere il tuo cliente



da SETTEMBRE



FacebookPresence

seatpG

Nuova FanPage "Site Like"

da MAGGIO



ASPETTO CURATO

IMMAGINI DI QUALITÀ

NUOVE FUNZIONALITÀ

da MAGGIO

Social Media Center



- Creare post
- Libreria di foto professionali
- Publicare su g+
- Programmare i post
- Visualizzare le statistiche

ACCESSIBILE DA CLIENTI E FILIALI

Social Media Editing

servizio di Post scritti e controllati dalla redazione



da MAGGIO

POST UNICI CREATIVI

AD HOC PER OGNI CLIENTE



#3 offerte



Vetrina integrata in Smart Site



Shop integrato in Smart Site



Shop completo di area istituzionale (dominio a scelta, nuova grafica, responsive)



Prodotti online in pochi click su Amazon dalla piattaforma Seat



Aggiornamento automatico e in real time

Nuova generazione di siti web



da **Visual Site**
(non Mobile Friendly)

a...

EASY
SmartSiteTM
SeatpG
(Mobile Friendly)





Campagne display in home page

Campagne display nella sezione MAIL

The screenshot shows the LIBERO home page layout. At the top, there's a search bar and navigation links. Below, there are several content blocks including news, sports, and lifestyle. A prominent advertisement for 'Happy Home' is highlighted with a yellow border. The ad features a house icon and the text 'il concorso che ti fa vincere i premi che ti servono davvero'.

The screenshot shows the virgilio MAIL interface. It displays a list of incoming emails with columns for sender, subject, and size. A 'UnipolSai' advertisement is overlaid on the email list, featuring a teddy bear and the text 'INCREDIBILE, MA VERO.' and 'CALCOLA LA TUA RATA'.

Da	Oggetto	Dimensione	Data
Durantini Claudia	Nuovo e-commerce	22.9 KB	14-49
Durantini Claudia	Nuovo e-commerce	22.9 KB	14-48
giorgiaperi@libero.it	I: Scopri tutti i prodotti tipici italiani	8 KB	14-29
giorgiaperi@libero.it	I: Conferma appuntamento	6.2 KB	14-28
giorgiaperi@libero.it	alleghi tecnici	1.9 KB	14-27
debrief incontro	debrief incontro	7.7 KB	14-26
laura.to@libero.it	grafica da allegare	1.9 KB	14-22
Rosina Silvia	proposta meeting	22.7 KB	14-21
Vaccaro Maria Giovanna	I:	12.5 KB	14-15
no-reply@virgilio.it	Benvenuto in Virgilio MAIL	418.7 KB	14-13
Durantini Claudia	Nuovo e-commerce	22.9 KB	14-48
giorgiaperi@libero.it	I: Scopri tutti i prodotti tipici italiani	8 KB	14-29
giorgiaperi@libero.it	I: Conferma appuntamento	6.2 KB	14-28



Seat
pagineGialle **pG**

INDICE



**Risultati del primo trimestre del
2015 di Seat PG e outlook 2015**



**La nuova gamma
prodotti di Seat PG**



Appendice

SEAT PG – ANALISI DEI RICAVI

	milioni di euro	Q1'14 like for like	Q1'15	Variazione	
				mln	%
Digital		65,1	60,6	(4,4)	(6,8)%
% sui ricavi		74,7%	75,8%		
Directory		41,0	34,0	(7,0)	(17,0)%
Web Agency		15,1	12,7	(2,4)	(15,8)%
Reselling		9,0	13,9	4,9	54,8%
Print		11,2	11,1	(0,1)	(0,8)%
% sui ricavi		12,9%	13,9%		
Voice		8,1	4,4	(3,7)	(45,4)%
% sui ricavi		9,3%	5,5%		
Advertising		3,0	1,0	(2,0)	(66,8)%
Traffico		5,1	3,4	(1,7)	(33,0)%
Prodotti di terzi		2,7	3,8	1,1	38,7%
% sui ricavi		3,1%	4,7%		
Media partnerships		1,2	2,2	0,9	76,3%
Direct marketing, merchandising & altri		1,5	1,6	0,1	7,7%
RICAVI		87,1	80,0	(7,2)	(8,2)%

A partire dal Q1'15 la **componente online** dei ricavi delle **Pagine Bianche** sarà contabilizzata tra i ricavi **Print**

Il cambio di principio contabile è basato sulla decisione della Società di utilizzare un nuovo **criterio di stima** rappresentato dallo **usage**, inteso come proxy della generazione di leads per i clienti, per cui **il valore della quota di ricavo attribuibile alla componente online dei ricavi delle Pagine Bianche** è approssimata a **zero**

SEAT PG – ANALISI DEI COSTI

	milioni di euro	Q1'14 like for like	Q1'15	Variazione	
				mln	%
RICAVI		87,1	80,0	(7,2)	(8,2)%
Costo dei prodotti		(20,4)	(21,6)	(1,3)	(6,2)%
<i>% sui ricavi</i>		23,4%	27,0%		
Costi commerciali		(21,1)	(19,7)	1,4	6,8%
<i>% sui ricavi</i>		24,2%	24,6%		
Costi generali		(11,0)	(11,1)	(0,1)	(1,0)%
<i>% sui ricavi</i>		12,6%	13,9%		
Costo del lavoro		(20,5)	(19,7)	0,8	3,8%
<i>% sui ricavi</i>		23,6%	24,7%		
TOTALE COSTI		(73,0)	(72,1)	0,8	1,2%
<i>% sui ricavi</i>		83,8%	90,2%		
MARGINE OPERATIVO LORDO		14,1	7,8	(6,3)	(44,7)%
<i>% sui ricavi</i>		16,2%	9,8%		
Stanziamenti netti rettificativi e a fondi per rischi e oneri / proventi ed oneri diversi di gestione		(7,1)	(6,9)	0,2	3,1%
EBITDA		7,0	0,9	(6,1)	(87,1)%
<i>% sui ricavi</i>		8,0%	1,1%		

GRUPPO SEAT – CONTO ECONOMICO

milioni di euro	RICA VI			EBITDA		
	Q1'14 like for like	Q1'15	Variaz.	Q1'14 like for like	Q1'15	Variaz.
Directories Italia ⁽¹⁾	87,2	80,2	(8,0)%	6,9	0,4	(94,2)%
Altre attività	4,8	4,4	(8,3)%	(0,9)	(0,8)	11,1%
Consodata	2,7	2,5	(7,4)%	(0,5)	(0,4)	20,0%
Europages	2,1	1,9	(9,5)%	(0,4)	(0,4)	0,0%
Elisioni e altre rettifiche ⁽²⁾	(1,3)	(1,1)	n.s.	2,1	(0,1)	n.s.
TOTALE	90,7	83,5	(8,0)%	8,1	(0,5)	n.s.
% sui ricavi				8,9%	(0,6)%	

(1) Include Seat Pagine Gialle S.p.A., le società Digital Local Services, Glamoo Ltd, Glamoo S.r.l. e Prontoseat S.r.l.

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

GRUPPO SEAT – CONTO ECONOMICO

milioni di euro

	Q1'14 like for like	Q1'15	Variazione	
			mln	%
RICAVI DELLE VENDITE E DELLE PRESTAZIONI	90,7	83,5	(7,2)	(8,0)%
Costi per materiali e servizi esterni	(51,0)	(52,9)	(1,9)	(3,8)%
Costo del lavoro	(24,4)	(23,8)	0,6	2,3%
MARGINE OPERATIVO LORDO	15,4	6,8	(8,6)	(55,9)%
<i>% sui ricavi</i>	17,0%	8,1%		
Stanziamanti netti rettificativi ed a fondi per rischi e oneri	(6,5)	(6,7)	(0,2)	(3,2)%
Proventi ed oneri diversi di gestione	(0,8)	(0,6)	0,2	28,0%
EBITDA	8,1	(0,5)	(8,6)	n.s.
<i>% sui ricavi</i>	8,9%	(0,6)%		

GRUPPO SEAT – CONTO ECONOMICO

milioni di euro

	Q1'14 like for like	Q1'15	Variazione	
			mln	%
EBITDA	8,1	(0,5)	(8,6)	n.s.
<i>% sui ricavi</i>	8,9%	(0,6)%		
Ammortamenti e svalutazioni operative	(10,4)	(9,4)	1,0	9,9%
Ammortamenti e svalutazioni extra-operative	(1,7)	(0,9)	0,8	44,8%
Oneri netti di natura non ricorrente e di ristrutturazione	(3,1)	(2,7)	0,4	12,2%
Risultato operativo (EBIT)	(7,1)	(13,6)	(6,4)	(90,1)%
<i>% sui ricavi</i>	(7,9)%	(16,2)%		
Oneri finanziari netti	(32,0)	(3,4)	28,6	89,4%
Utile (Perdite) da cessione di partecipazioni	(2,9)	0,0	2,9	100,0%
Proventi netti da esecuzione concordato	0,0	5,9	5,9	n.s.
Risultato prima delle imposte	(42,1)	(11,1)	31,0	73,6%
Imposte sul reddito	(0,6)	0,1	0,7	n.s.
Utile (Perdita) da attività di funzionamento	(42,7)	(11,0)	31,7	74,2%
Utile (Perdita) netto da attività non correnti cessate/destinate ad essere cedute	0,0	0,0	(0,0)	(100,0)%
Utile (Perdita) del periodo	(42,7)	(11,0)	31,7	74,2%
di cui di competenza del Gruppo	(42,7)	(11,0)	31,7	74,3%
di cui di competenza di terzi	(0,0)	(0,0)	(0,0)	(80,0)%

GRUPPO SEAT – FLUSSI FINANZIARI

milioni di euro

	Q1'14	Q1'15	Variazione	
			mln	%
EBITDA	7,0	(0,5)	(7,5)	n.s.
Interessi netti di attualizzazione di attività/passività operative	(0,1)	(0,1)	(0,0)	(6,5)%
Diminuzione (aumento) capitale circolante operativo	0,9	6,1	5,2	n.s.
(Diminuzione) aumento passività non correnti operative	(1,0)	(1,6)	(0,6)	(55,5)%
Investimenti industriali	(7,0)	(6,1)	0,9	13,2%
FREE CASH FLOW OPERATIVO	(0,2)	(2,1)	(1,9)	n.s.
Pagamento di interessi ed oneri finanziari netti	0,4	0,1	(0,3)	(73,8)%
Pagamento di imposte sui redditi	(0,1)	(3,0)	(2,9)	n.s.
Pagamento di oneri non ricorrenti e di ristrutturazione	(8,0)	(6,0)	2,0	24,4%
Incasso per azione di responsabilità degli ex amministratori	0,0	30,0	30,0	n.s.
Effetto derivante da scioglimento dei contratti di leasing	0,0	23,2	23,2	n.s.
Altri movimenti	(34,4)	(4,9)	29,5	85,7%
VARIAZIONE DELL'INDEBITAMENTO FINANZIARIO NETTO	(42,2)	37,3	79,5	n.s.

GRUPPO SEAT

SITUAZIONE PATRIMONIALE-FINANZIARIA

milioni di euro

	Al 31 Dic. 2014	Al 31 Mar. 2015	Variazione
			mln
Goodwill e customer data base	25,3	24,4	(0,9)
Altri attivi non correnti	147,9	126,7	(21,2)
Passivi non correnti	(63,2)	(70,7)	(7,6)
Capitale circolante	(6,8)	(27,4)	(20,6)
Attività nette non correnti cessate/destinate ad essere cedute	(0,3)	(0,3)	0,0
CAPITALE INVESTITO NETTO	102,9	52,7	(50,3)
Patrimonio netto del Gruppo	174,4	161,4	(13,0)
Patrimonio netto di terzi	(0,1)	(0,1)	(0,0)
TOTALE PATRIMONIO NETTO (A)	174,3	161,3	(13,0)
Attività finanziarie correnti e disponibilità liquide	(111,2)	(128,0)	(16,8)
Passività finanziarie correnti	7,4	14,8	7,4
Passività finanziarie non correnti	32,3	4,5	(27,8)
INDEBITAMENTO FINANZIARIO NETTO (B)	(71,4)	(108,7)	(37,3)
TOTALE (A+B)	102,9	52,7	(50,3)