



RISULTATI DEL PRIMO SEMESTRE DEL 2015

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

**Torino, 5 agosto 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 la Relazione Semestrale al 30 giugno 2015 sono stati applicati in modo coerente con quelli adottati per la redazione della Relazione Semestrale al 30 giugno 2014, al quale si può fare riferimento.

I dati contabili esposti nelle presenti diapositive sono tratti dalla Relazione Semestrale al 30 giugno 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.



**Seat**  
pagineGialle **PG**

# INDICE



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

# RISULTATI H1 2015



I risultati H1 2015 sono in linea col *budget* ...

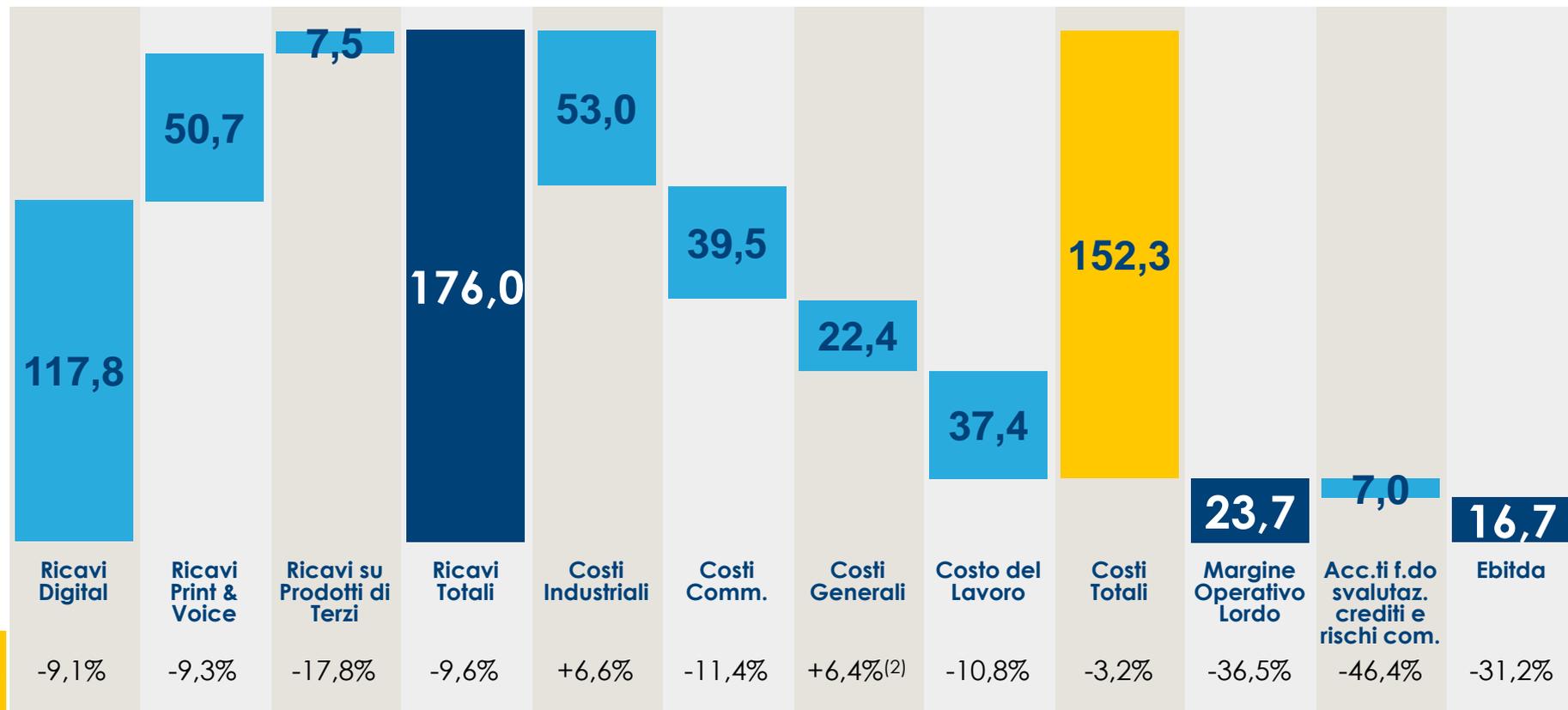
... nonostante **un contesto di mercato in lenta ripresa** nella prima parte dell'anno

**EBITDA H1 2015 decisamente superiore alle previsioni di *budget*** grazie al miglioramento della qualità dei ricavi, sia in termini di mix che di incassi dalla clientela, e al contenimento dei costi

**Rivisto in leggero rialzo il target di EBITDA FY 2015** alla luce del miglior risultato consuntivato nell'H1 2015 rispetto alle previsioni

# EBITDA H1 2015 A 16,7 €M

## SEAT<sup>(1)</sup> – ANALISI DEI RICAVI E DEI COSTI (€M)



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

(2) Incremento dovuto quasi interamente a maggiori costi relativi alle attività dei call center (servizi di assistenza e fidelizzazione dei clienti)

# RISULTATI H1 2015

## IN LINEA COL BUDGET

### SEAT<sup>(1)</sup> VS. BUSINESS PLAN – KPIs

Euro milioni

	H1'15	Budget <sup>(2)</sup>	Variaz.	Stato
 Ordini netti da clientela	158	167	-9	
 Ricavi	176	179	-3	✓
 Costi	152	169	-17	✓
 MOL	24	10	+14	✓
 Ebitda	17	-4	+21	✓
 Investimenti Ind.	13	19	-6	✓
 Cash flow netto	17	-9	+26	✓
 Diponibilità liquide	125	99	+26	✓

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

(2) A parità di elenchi pubblicati

# EBITDA H1 2015 DECISAMENTE SUPERIORE ALLE PREVISIONI DI BUDGET GRAZIE AL CAMBIAMENTO DEL MIX DEI RICAVI, AL CONTENIMENTO DEI COSTI E AL MIGLIORAMENTO DEGLI INCASSI DALLA CLIENTELA

Maggior incidenza % dei ricavi realizzati su prodotti a più elevata marginalità rispetto a quella derivante da prodotti di terzi

Euro mln	H1'15	% tot.	Budget	% tot.	Variaz.
<b>Ricavi</b>	<b>176,0</b>	<b>100%</b>	<b>179,4</b>	<b>100%</b>	<b>-3,4</b>
Prodotti propri	168,5	96%	167,7	93%	+0,8
Prodotti di terzi	7,5	4%	11,7	7%	-4,2

Contenimento dei costi e *shift* degli investimenti pubblicitari a fronte di una diversa pianificazione temporale delle campagne

Euro mln	H1'15	% ricavi	Budget	% ricavi	Variaz.
<b>Costi</b>	<b>152,3</b>	<b>87%</b>	<b>169,4</b>	<b>94%</b>	<b>-7pp</b>
Industriali	53,0	30%	59,1	33%	-3pp
Commerciali	36,7	21%	39,5	22%	-1pp
Pubblicità	2,8		8,7		-5,9
Generali	22,4		23,3		-0,9
Lavoro	37,4		38,8		-1,4

Miglioramento degli incassi dalla clientela che si è tradotto in minori stanziamenti al fondo svalutazione crediti

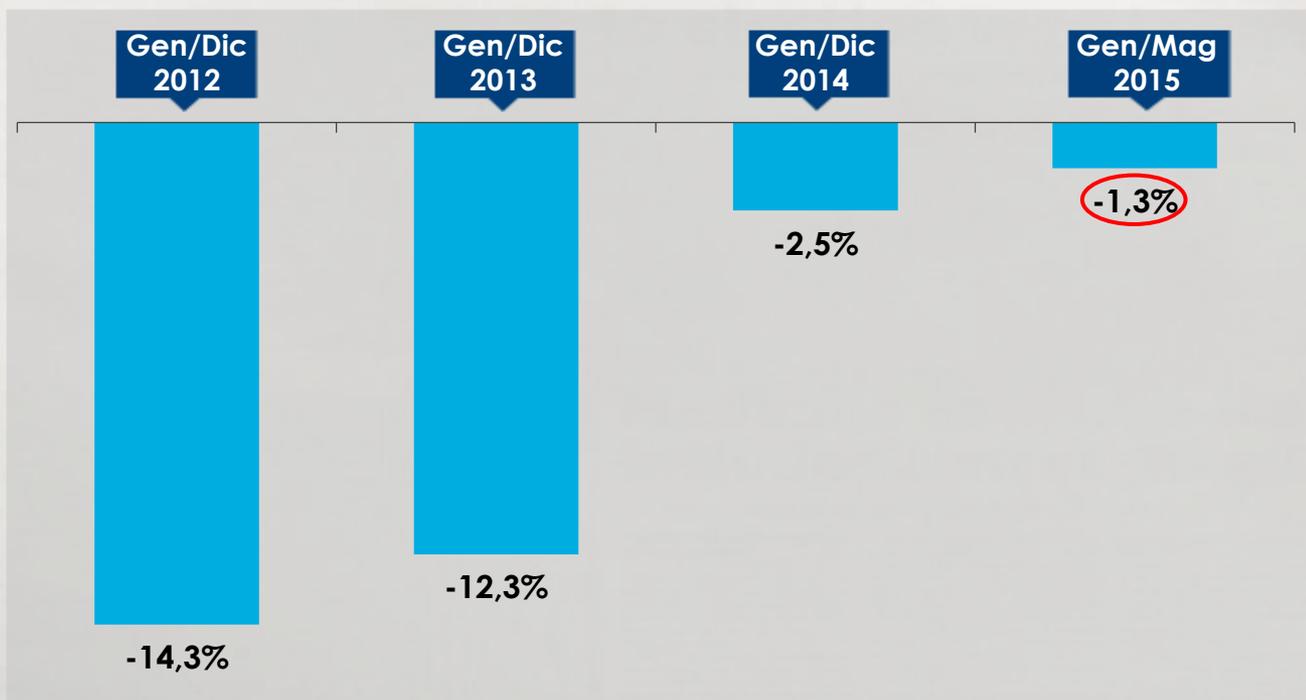
Euro mln	H1'15	% ricavi	Budget	% ricavi	Variaz.
<b>Acc.ti f.do sval. crediti</b>	<b>6.0</b>	<b>3%</b>	<b>11,4</b>	<b>6%</b>	<b>-3pp</b>

# RISULTATI SODDISFACENTI NONOSTANTE UN CALO DEL MERCATO DEGLI INVESTIMENTI PUBBLICITARI CHE CONTINUA ORMAI DA ANNI



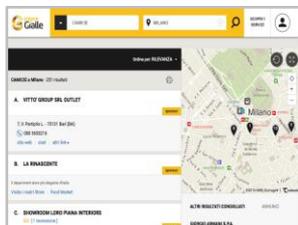
**NIELSEN – TREND ANNUO**

DEL MERCATO DELLA PUBBLICITA' IN ITALIA  
(2012÷2014, GEN-MAG 2015)



# NELL'H1 2015 CRESCITA DEL N# DI VISITE ONLINE E MOBILE

CHE FA SEGUITO AL RIDISEGNO COMPLETO DI TUTTI I PORTALI



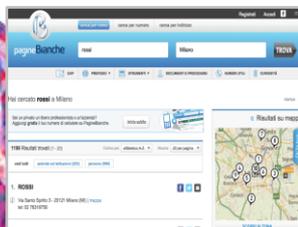
## PAGINEGIALLE.IT

Sito **PG.it** (76,0 mln di visite)

Siti web & mobile dei clienti (63,8 mln di visite)

**PGMobile**, 89.24.24Mobile, GlamooMobile (46,1 mln di visite)

**TOTALE** (185,9 mln di visite, +5,1% a/a)



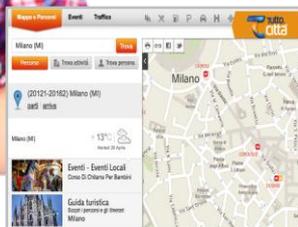
## PAGINE BIANCHE.IT

Sito **PB.it** (59,4 mln di visite)

Siti web & mobile dei clienti (0,0 mln di visite)

**PBMobile** (31,6 mln di visite)

**TOTALE** (91,0 mln di visite, +9,7% a/a)



## TUTTOCITTA'.IT

Sito **TC.it** (17,9 mln di visite)

**TCMobile** (11,9 mln di visite)

**TOTALE** (29,8 mln di visite, +9,9% a/a)

**TOTALE COMPLESSIVO**  
(306,7 mln di visite, +6,9% a/a)

---

# 2015 OUTLOOK

---

L'H1 2015 è il terzo periodo consecutivo che vede la Società raggiungere i propri obiettivi ...

... con alcuni segnali di accelerazione già visibili sugli indicatori più profittevoli di Piano (**es. riduzione dei costi**)

La **Società** è ritornata *in bonis*

L'H2 2015 vedrà un **cambiamento del management** e l'inizio di **un'operazione straordinaria di integrazione industriale**

L'EBITDA FY 2015 è ora atteso essere **leggermente superiore a quello originario di Piano di 12€m**, alla luce del miglior risultato consuntivato nell'H1 2015 rispetto alle previsioni

# SEAT PG E' ORA AL CENTRO DI UN IMPORTANTE PROGETTO INDUSTRIALE FINALIZZATO A CREARE IL LEADER DI MERCATO NEL SETTORE DELLA PUBBLICITA' DIGITALE E DEI SERVIZI INTERNET PER LE PMI IN ITALIA

Il 21 maggio 2015, Italiaonline, Libero, Avenue e GoldenTree ("GT") hanno sottoscritto un accordo di investimento che porterà all'**integrazione di Italiaonline ("IOL") e Seat PG ("Seat")**

## L'operazione prevede tre fasi principali

<b>Prima fase: il Conferimento</b>	<b>Avenue e GT conferiscono</b> in IOL le azioni detenute in Seat <b>(54% delle azioni ordinarie di Seat) in cambio</b> di azioni di nuova emissione di IOL <b>(pari al 34% delle azioni ordinarie di IOL)</b>	Annunciato il 22 maggio 2015, sarà eseguito dopo l'ottenimento delle necessarie autorizzazioni antitrust e AGCOM <b>(atteso a fine agosto 2015)</b>
<b>Seconda fase: l'Offerta Pubblica d'Acquisto</b>	IOL promuove un' <b>OPA</b> , anche per conto di Libero, Avenue e GT, <b>sull'intero capitale sociale ordinario di Seat</b> (ad un prezzo per azione ordinaria di <b>€ 0,0039</b> )	<b>Attesa entro la fine di ottobre 2015</b>
<b>Terza fase: la Fusione</b>	<b>Fusione per incorporazione di IOL in Seat</b>	<b>Efficace dal 1 gennaio 2016</b>

# FOCUS SULL'INTEGRAZIONE DI ITALIAONLINE E SEAT PG

L'integrazione di Italiaonline e Seat porterà alla creazione **del leader di mercato nel settore della pubblicità digitale e dei servizi internet per le PMI in Italia**

Le due Società in breve: FY 2014 KPIs		
	Seat PG	IOL
<b>Ricavi (€m)</b>	388,9	95,5
<b>Variatz. YoY</b>	-18,1%	+3,5%
<b>Ebitda (€m)</b>	32,5	34,0
<b>Variatz. YoY</b>	-64,8%	+57,0%
<b>Ebitda Margin</b>	8,4%	36,0%
<b>Posizione finanziaria netta (€m)</b>	73,9	28,7
<b>Agenti (#)</b>	1.393	150
<b>Clienti (#)</b>	286.000	4.400
<b>Prodotti</b>	PG & PB (print & digital), SmartSite, 892424, 1240, third party products	Libero, Virgilio, 1254, web magazines and video platform
<b>Utenti unici (#, media mensile)<sup>(1)</sup></b>	6,7 mln	15 mln
<b>Pagine viste (#, totale)<sup>(1)</sup></b>	641 mln	27.372 mln

(1) Fonte: Audiweb – audience da PC

# INDICE

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

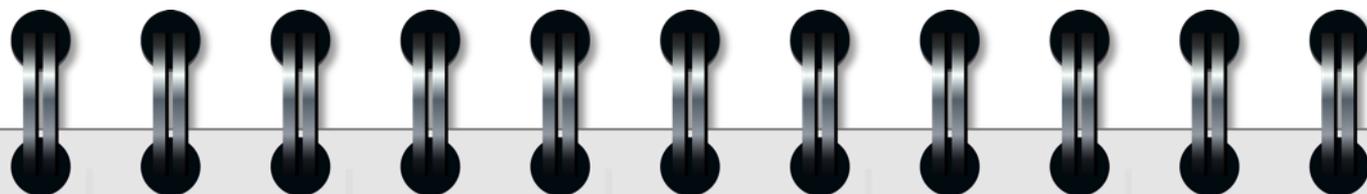


**Allegati**



**Appendice**

# CON L'H1 2015 SI APRE UNA NUOVA FASE DEL CICLO DI VITA DELL'AZIENDA, DOPO DUE ANNI IN CUI SONO STATE POSTE SOLIDE BASI A SOSTEGNO DELLA RIPRESA DEL BUSINESS



I cinque più importanti risultati del processo di ristrutturazione:

- 1** **Azzeramento dell'ingente indebitamento finanziario originatosi oltre un decennio prima**
- 2** **Ricostituzione della rete di vendita, riorganizzata in filiali territoriali**
- 3** **Innovazione di prodotto, con l'allargamento dell'offerta commerciale ad un portafoglio media completo**
- 4** **Contenimento dei costi**
- 5** **Creazione di valore per gli azionisti**



1

# INDEBITAMENTO FINANZIARIO AZZERATO DOPO L'ESECUZIONE DEL CONCORDATO, UN PROCESSO CHE E' DURATO 25 MESI

  
Ammissione alla  
procedura di  
concordato da  
parte del Tribunale

  
Rilascio di una  
certificazione  
da parte  
dell'Asseveratore

  
Presentazione di un  
Piano e di una  
Proposta da parte di  
Seat PG

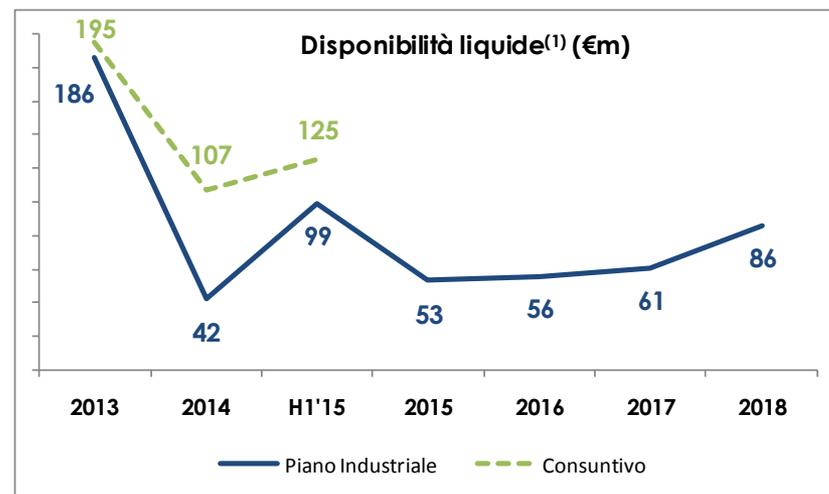
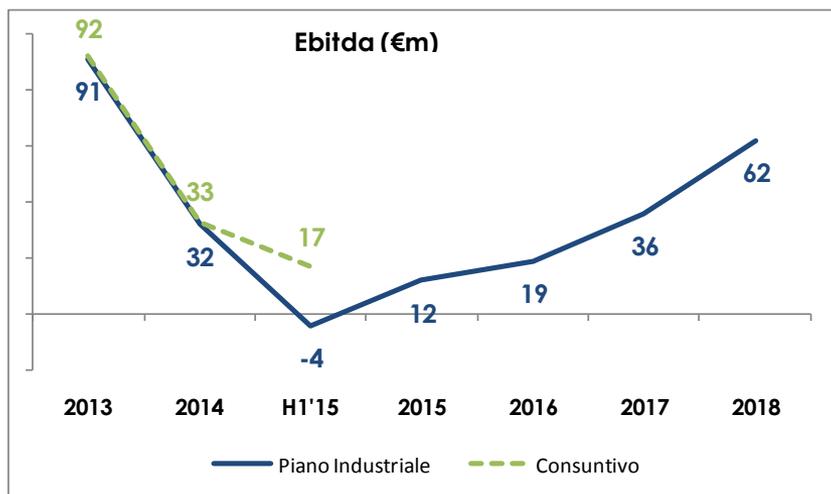
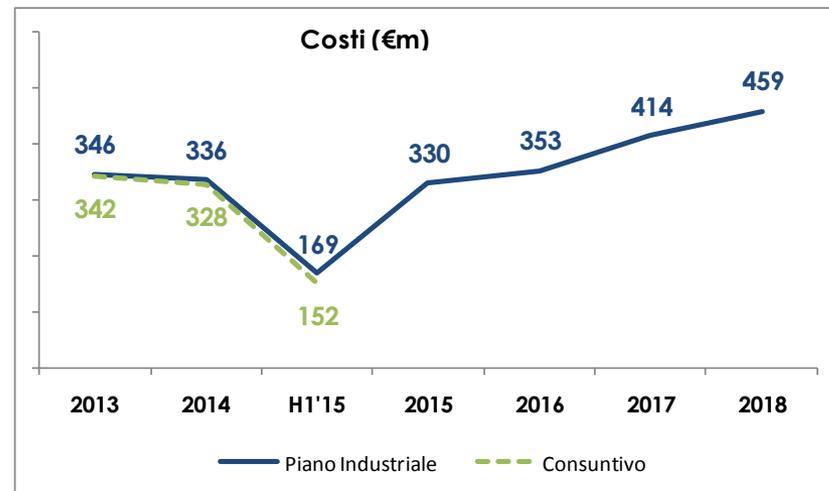
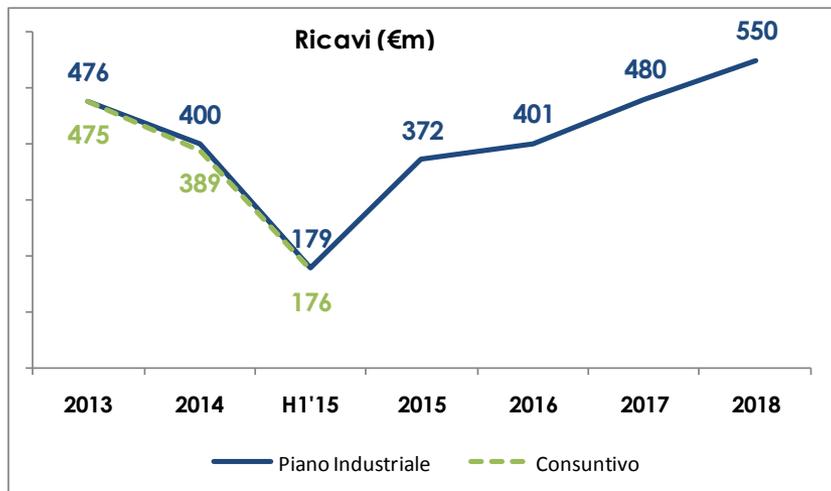
  
Rilascio di un  
parere da parte  
del Commissario

  
Accordo con i  
creditori

  
Esecuzione  
(Dicembre '14)

- Record di partecipazione e di consensi da **parte dei precedenti azionisti**
- 99,75% di consenso **da parte dei creditori**
- **Nessuna opposizione**

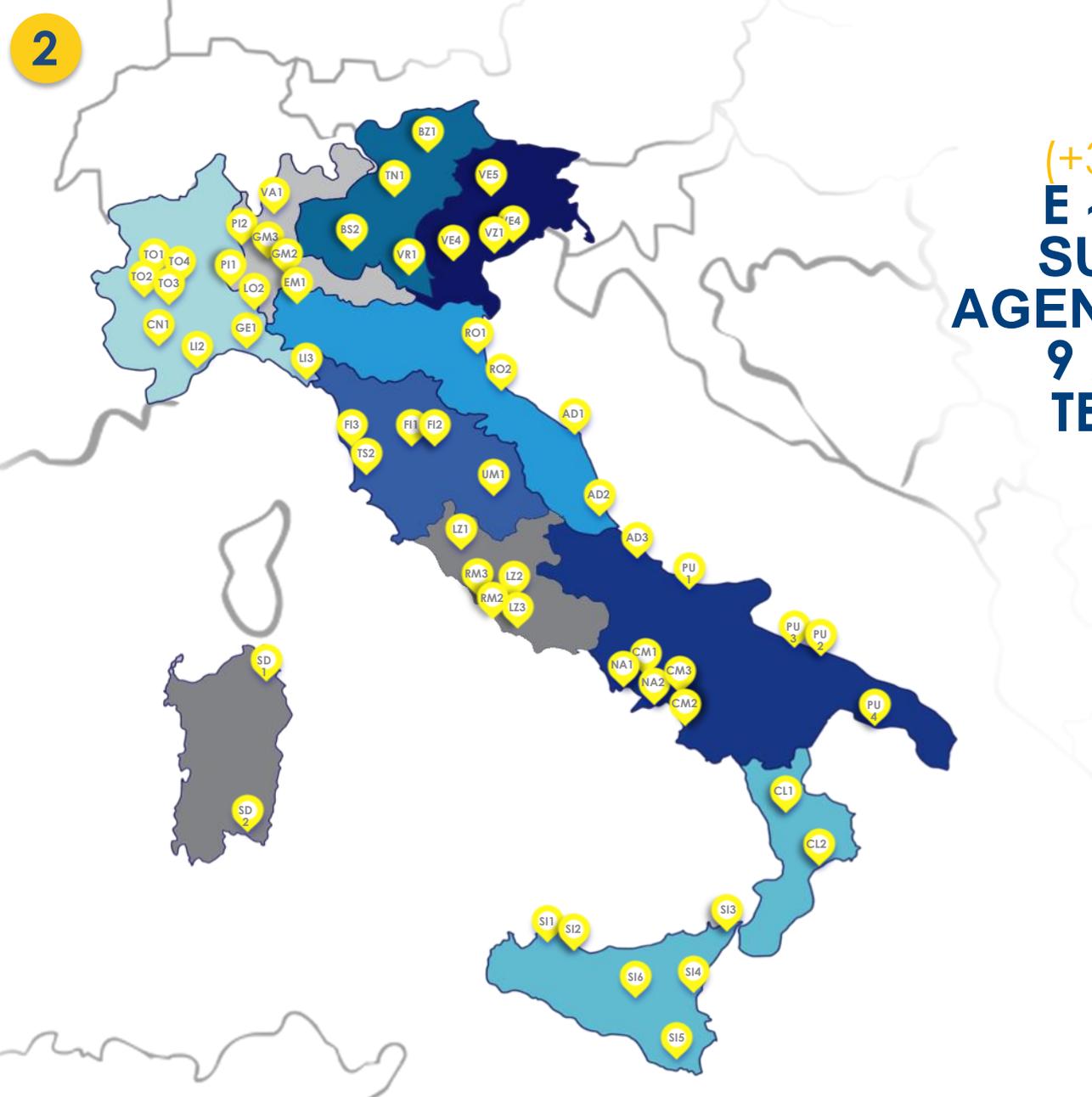
## PREDISPOSTO NELL'AMBITO DELLA PROCEDURA CONCORDATARIA



Note: Include Seat Pagine Gialle S.p.A. e le società Digital Local Services

(1) Include, dal 2015 al 2018, 30 €m di proventi derivanti dall'azione sociale di responsabilità

**1.393 AGENTI**  
 (+30% VS. INIZIO 2013)  
**E ~600 RISORSE A**  
**SUPPORTO DEGLI**  
**AGENTI, ORGANIZZATI IN**  
**9 AREE E 74 FILIALI**  
**TERRITORIALI (DLS)**



100

FILIALI

DLS

D01

D02

D03

D04

D05

D06

D07

D08

D09

3

# UN NUOVO PORTAFOGLIO CHE INCLUDE UNA GAMMA COMPLETA DI PRODOTTI

		Ricavi 2014 (€m)	% tot.
<b>Digital</b>		250,3	64,4%
ONLINE DIRECTORY	   	156,7	40,3%
WEB AGENCY	  	54,9	14,1%
RESELLING	  	38,7	10,0%
<b>PRINT</b>	  	90,7	23,3%
<b>VOICE</b>	 	27,8	7,1%
<b>THIRD PARTY</b>	     	20,1	5,2%
<b>TOTALE</b>		388,9	100%

# L'INDICE DI SODDISFAZIONE DELLA CLIENTELA E' AUMENTATO DI +7PP

SOSTENUTO DALLA RINNOVATA STRATEGIA DA PARTE DELL'AZIENDA

## +7PP (2014 vs. 2013)



## Il miglior risultato degli ultimi 10 anni

Note: Net Promoter Score ("NPS"): una metodologia per misurare l'indice di soddisfazione della clientela (scala da 1 a 10)

# RIDUZIONE DEL PERSONALE NON LEGATO ALLE VENDITE CHE BILANCIA L'INCREMENTO DEL PERSONALE DI SUPPORTO ALLE VENDITE

## # DI RISORSE

31 gennaio  
2013

30 giugno  
2015<sup>(1)</sup>

Variaz.



PERSONALE NON  
LEGATO ALLE  
VENDITE

1.115

706

-409



PERSONALE DI  
SUPPORTO  
ALLE VENDITE

235

598

+363

Totale

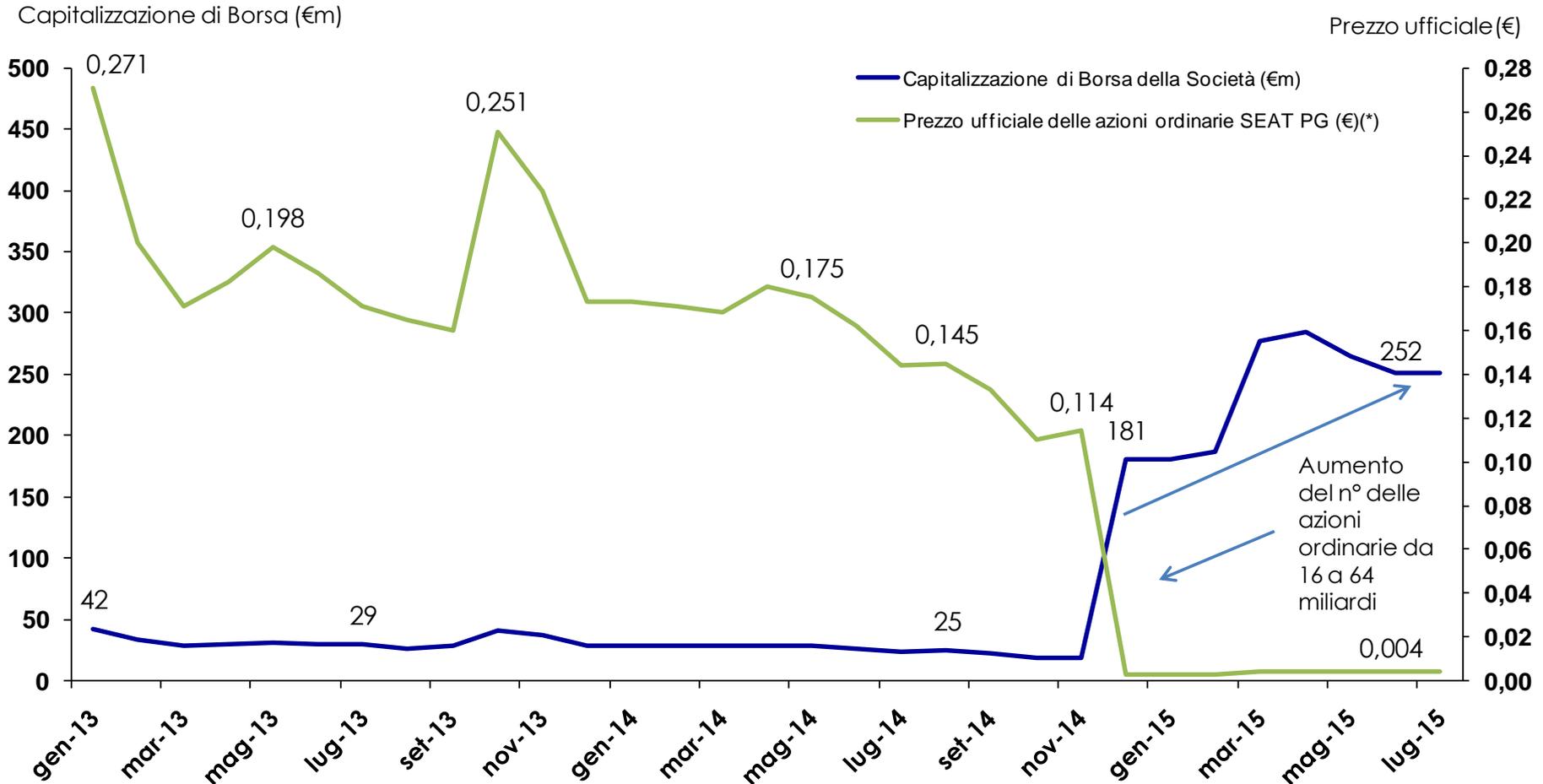
1.350

1.304

-46

(1) Include l'impatto effettivo del nuovo piano di riorganizzazione aziendale avviato da febbraio 2015

# LA CAPITALIZZAZIONE DI BORSA DI SEAT PG E' AUMENTATA DALLA FINE DEL 2014



(\*) Fonte: Thomson Reuters

# INDICE



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



**Allegati**



**Appendice**

# SEAT PG – ANALISI DEI RICAVI

	milioni di euro	H1'14	H1'15	Variaz.	
		like for like		mln	%
<b>Digital</b>		<b>129,6</b>	<b>117,8</b>	<b>(11,8)</b>	<b>(9,1)%</b>
% sui ricavi		66,6%	66,9%		
Directory		81,4	64,9	(16,4)	(20,2)%
Web Agency		29,2	25,5	(3,7)	(12,6)%
Reselling		19,1	27,4	8,3	43,5%
<b>Print</b>		<b>40,5</b>	<b>42,2</b>	<b>1,7</b>	<b>4,1%</b>
% sui ricavi		20,8%	24,0%		
<b>Voice</b>		<b>15,5</b>	<b>8,6</b>	<b>(6,9)</b>	<b>(44,5)%</b>
% sui ricavi		7,9%	4,9%		
Advertising		5,4	1,8	(3,6)	(65,8)%
Traffico		10,1	6,7	(3,3)	(33,0)%
<b>Prodotti di terzi</b>		<b>9,1</b>	<b>7,5</b>	<b>(1,6)</b>	<b>(17,8)%</b>
% sui ricavi		4,7%	4,2%		
Media partnerships		4,3	4,0	(0,2)	(5,7)%
Direct marketing, merchandising & altri		4,8	3,4	(1,4)	(28,6)%
<b>RICAVI</b>		<b>194,7</b>	<b>176,0</b>	<b>(18,6)</b>	<b>(9,6)%</b>

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 il calcolo della quota di ricavo attribuibile alla **componente online** dei ricavi delle **Pagine Bianche**

# SEAT PG – ANALISI DEI COSTI

	milioni di euro	H1'14	H1'15	Variaz.	
		like for like		mln	%
<b>RICAVI</b>		<b>194,7</b>	<b>176,0</b>	<b>(18,6)</b>	<b>(9,6)%</b>
Costi industriali		<b>(49,7)</b>	<b>(53,0)</b>	<b>(3,3)</b>	<b>(6,6)%</b>
<i>% sui ricavi</i>		25,5%	30,1%		
Costi commerciali		<b>(44,6)</b>	<b>(39,5)</b>	<b>5,1</b>	<b>11,4%</b>
<i>% sui ricavi</i>		22,9%	22,5%		
Costi generali		<b>(21,1)</b>	<b>(22,4)</b>	<b>(1,3)</b>	<b>(6,4)%</b>
<i>% sui ricavi</i>		10,8%	12,7%		
Costo del lavoro		<b>(41,9)</b>	<b>(37,4)</b>	<b>4,5</b>	<b>10,8%</b>
<i>% sui ricavi</i>		21,5%	21,2%		
<b>TOTALE COSTI</b>		<b>(157,3)</b>	<b>(152,3)</b>	<b>5,0</b>	<b>3,2%</b>
<i>% sui ricavi</i>		80,8%	86,5%		
<b>MARGINE OPERATIVO LORDO</b>		<b>37,3</b>	<b>23,7</b>	<b>(13,6)</b>	<b>(36,5)%</b>
<i>% sui ricavi</i>		19,2%	13,5%		
Stanziamenti netti rettificativi e a fondi per rischi e oneri / proventi ed oneri diversi di gestione		<b>(13,0)</b>	<b>(7,0)</b>	<b>6,0</b>	<b>46,4%</b>
<b>EBITDA</b>		<b>24,3</b>	<b>16,7</b>	<b>(7,6)</b>	<b>(31,2)%</b>
<i>% sui ricavi</i>		12,5%	9,5%		

# NELL'H1 2015 FORTE CRESCITA DEI DOWNLOADS DELLE MOBILE APP



<b>PGMOBILE</b> <b>3,648k</b> DOWNLOADS
<b>PBMOBILE</b> <b>3,166K</b> DOWNLOADS
<b>TUTTOCITTÀMOBILE</b> <b>1,930k</b> DOWNLOADS
<b>89.24.24MOBILE</b> <b>267k</b> DOWNLOADS
<b>GLAMOOMOBILE</b> <b>344k</b> DOWNLOADS
<b>GIALLOEMERGENZA</b> <b>42k</b> DOWNLOADS
<b>TORINOAPP</b> <b>46k</b> DOWNLOADS

**TOTALE COMPLESSIVO**  
(9.443k mobile app downloads, +19,4% a/a)

# GRUPPO SEAT – CONTO ECONOMICO

milioni di euro	RICA VI			EBITDA		
	H1'14 like for like	H1'15	Variaz.	H1'14 like for like	H1'15	Variaz.
Directories Italia <sup>(1)</sup>	194,9	176,5	(9,4)%	23,7	16,1	(32,1)%
Altre attività	10,8	9,1	(15,7)%	(1,9)	(1,6)	15,8%
Consodata	6,6	5,4	(18,2)%	(0,8)	(0,6)	25,0%
Europages	4,2	3,7	(11,9)%	(1,1)	(1,0)	9,1%
Elisioni e altre rettifiche <sup>(2)</sup>	(3,6)	(2,3)	n.s.	1,9	(0,0)	n.s.
<b>TOTALE</b>	<b>202,1</b>	<b>183,3</b>	<b>(9,3)%</b>	<b>23,7</b>	<b>14,5</b>	<b>(39,0)%</b>
% sui ricavi				11,7%	7,9%	

(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			
	H1'14 like for like	H1'15	Variaz.	
			mln	%
<b>RICAVI DELLE VENDITE E DELLE PRESTAZIONI</b>	<b>202,1</b>	<b>183,3</b>	<b>(18,8)</b>	<b>(9,3)%</b>
Costi per materiali e servizi esterni	(115,0)	(115,6)	(0,5)	(0,5)%
Costo del lavoro	(50,0)	(45,8)	4,1	8,2%
<b>MARGINE OPERATIVO LORDO</b>	<b>37,1</b>	<b>21,9</b>	<b>(15,2)</b>	<b>(40,9)%</b>
<i>% sui ricavi</i>	18,4%	12,0%		
Stanziamanti netti rettificativi ed a fondi per rischi e oneri	(12,0)	(6,6)	5,4	45,0%
Proventi ed oneri diversi di gestione	(1,4)	(0,9)	0,5	37,2%
<b>EBITDA</b>	<b>23,7</b>	<b>14,5</b>	<b>(9,2)</b>	<b>(39,0)%</b>
<i>% sui ricavi</i>	11,7%	7,9%		

# GRUPPO SEAT – CONTO ECONOMICO

milioni di euro

	H1'14 like for like	H1'15	Variaz.	
			mln	%
<b>EBITDA</b>	<b>23,7</b>	<b>14,5</b>	<b>(9,2)</b>	<b>(39,0)%</b>
<i>% sui ricavi</i>	11,7%	7,9%		
Ammortamenti e svalutazioni operative	(19,8)	(19,6)	0,2	1,2%
Ammortamenti e svalutazioni extra-operative	(2,8)	(1,9)	0,9	32,7%
Oneri netti di natura non ricorrente e di ristrutturazione	(1,6)	(6,1)	(4,5)	n.s.
<b>Risultato operativo (EBIT)</b>	<b>(0,5)</b>	<b>(13,1)</b>	<b>(12,6)</b>	<b>n.s.</b>
<i>% sui ricavi</i>	(0,2)%	(7,2)%		
Oneri finanziari netti	(65,9)	(3,0)	62,9	95,5%
Utile (Perdite) da cessione di partecipazioni	(2,6)	0,0	2,6	100,0%
Proventi netti da esecuzione concordato	0,0	5,9	5,9	n.s.
<b>Risultato prima delle imposte</b>	<b>(69,0)</b>	<b>(10,2)</b>	<b>58,8</b>	<b>85,2%</b>
Imposte sul reddito	(2,5)	(0,2)	2,3	93,8%
<b>Utile (Perdita) da attività di funzionamento</b>	<b>(71,5)</b>	<b>(10,4)</b>	<b>61,1</b>	<b>85,5%</b>
Utile (Perdita) netto da attività non correnti cessate/destinate ad essere cedute	(0,3)	0,2	0,5	n.s.
<b>Utile (Perdita) del periodo</b>	<b>(71,8)</b>	<b>(10,2)</b>	<b>61,6</b>	<b>85,8%</b>
di cui di competenza del Gruppo	(71,7)	(10,1)	61,5	85,9%
di cui di competenza di terzi	(0,1)	(0,0)	0,1	75,3%

# GRUPPO SEAT – FLUSSI FINANZIARI

milioni di euro

	H1'14	H1'15	Variaz.	
			mln	%
<b>EBITDA</b>	<b>27,0</b>	<b>14,5</b>	<b>(12,6)</b>	<b>(46,4)%</b>
Interessi netti di attualizzazione di attività/passività operative	(0,9)	0,2	1,0	n.s.
Diminuzione (aumento) capitale circolante operativo	(10,5)	9,9	20,4	n.s.
(Diminuzione) aumento passività non correnti operative	0,1	(2,4)	(2,5)	n.s.
Investimenti industriali	(13,6)	(14,6)	(1,0)	(7,3)%
Altri movimenti	0,0	(0,0)	(0,0)	n.s.
<b>FREE CASH FLOW OPERATIVO</b>	<b>2,3</b>	<b>7,6</b>	<b>5,3</b>	<b>n.s.</b>
Pagamento di interessi ed oneri finanziari netti	0,7	0,3	(0,4)	(60,9)%
Pagamento di imposte sui redditi	(1,6)	(3,1)	(1,5)	(95,1)%
Pagamento di oneri non ricorrenti e di ristrutturazione	(22,3)	(11,9)	10,5	46,9%
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	(71,8)	(1,0)	70,8	98,6%
<b>VARIAZIONE DELL'INDEBITAMENTO FINANZIARIO NETTO</b>	<b>(92,8)</b>	<b>45,1</b>	<b>137,9</b>	<b>n.s.</b>

# GRUPPO SEAT

## SITUAZIONE PATRIMONIALE-FINANZIARIA

milioni di euro

	Al 31 Dic. 2014	Al 30 Giu. 2015	Variaz.
			mln
Goodwill e customer data base	25,3	23,4	(1,9)
Altri attivi non correnti	147,9	121,3	(26,6)
Passivi non correnti	(63,2)	(64,3)	(1,2)
Capitale circolante	(6,8)	(34,0)	(27,2)
Attività nette non correnti cessate/destinate ad essere cedute	(0,3)	0,0	0,3
<b>CAPITALE INVESTITO NETTO</b>	<b>102,9</b>	<b>46,3</b>	<b>(56,6)</b>
Patrimonio netto del Gruppo	174,4	163,0	(11,5)
Patrimonio netto di terzi	(0,1)	(0,1)	(0,0)
<b>TOTALE PATRIMONIO NETTO (A)</b>	<b>174,3</b>	<b>162,9</b>	<b>(11,5)</b>
Attività finanziarie correnti e disponibilità liquide	(111,2)	(126,0)	(14,8)
Passività finanziarie correnti	7,4	4,9	(2,5)
Passività finanziarie non correnti	32,3	4,6	(27,7)
<b>INDEBITAMENTO FINANZIARIO NETTO (B)</b>	<b>(71,4)</b>	<b>(116,5)</b>	<b>(45,1)</b>
<b>TOTALE (A+B)</b>	<b>102,9</b>	<b>46,3</b>	<b>(56,6)</b>