



Risultati 1Q 2006

12 Maggio 2006

Luca Majocchi – CEO

Maurizia Squinzi – CFO

Stefano Canu – Investor Relator

Safe Harbour

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 difforni 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.

“Le presenti diapositive non costituiscono un’offerta di titoli a soggetti residenti negli Stati Uniti. Inoltre, le obbligazioni al tasso dell’8% di Lighthouse International Company S.A. non possono essere offerte o vendute negli Stati Uniti in assenza di registrazione o di esenzione dall’obbligo di registrazione. Eventuali offerte pubbliche di titoli negli Stati Uniti verranno presentate attraverso un Prospetto Informativo che potrà essere richiesto all’emittente ovvero al detentore dei titoli in vendita e che contenga informazioni dettagliate relative all’emittente, ai bilanci e al management.

In relazione all’offerta di obbligazioni al tasso dell’8% da parte di Lighthouse International Company S.A., Credit Suisse First Boston (Europe) Limited, o chi per essa, per un periodo limitato in seguito alla data di emissione, potrà attuare una sovra-collocazione o effettuare transazioni volte a sostenere il prezzo di mercato di tali obbligazioni a un livello superiore di quello che altrimenti si otterrebbe. Tuttavia per Credit Suisse First Boston (Europe) Limited, o chi per essa, non sussiste alcun obbligo ad agire in questo senso. Un’azione di stabilizzazione di questo tipo, se dovesse essere intrapresa, potrebbe comunque essere sospesa in qualunque momento e dovrà essere terminata entro un periodo di tempo limitato.”

Principi contabili

Il Gruppo SEAT Pagine Gialle e Seat Pagine Gialle S.p.A. hanno adottato i principi contabili IAS/IFRS con effetto dal 1 gennaio 2005. Tali principi sono coerenti con i principi IAS/IFRS seguiti in sede di redazione dello stato patrimoniale al primo gennaio 2004 e al 31 dicembre 2004 e del conto economico relativo all’esercizio 2004. I documenti citati sono disponibili sul sito internet www.seat.it

Messaggi chiave

Risultati del Gruppo

- Ricavi in aumento del 4% (+11,3% “like for like”⁽¹⁾) grazie al contributo sia dei nuovi servizi che di quelli già esistenti
- Ebitda (ancora marginale in rapporto all'intero esercizio) influenzato dai costi previsti per il lancio dei servizi di DA in Italia e Francia; Ebitda stabile escludendo i nuovi servizi (12.40 e 118.000)
- Elevato free cash flow operativo generato (107 milioni di euro) nonostante spese pubblicitarie più elevate rispetto al primo trimestre 2005 (+22,4 milioni di euro)

B.U.

- Seat SpA: ricavi pro-forma influenzati dallo slittamento di un elenco al secondo trimestre '06; “like for like”, top line in crescita (+6,5%) grazie al contributo dell'online e del voice
- Telegate: crescita significativa della top line (+38%) grazie alle attività di outsourcing in Francia e in Italia e ai risultati positivi in Germania (+2,4% contro -5,3% nel primo trimestre '05)
- Thomson: crescita della top line (+5,9% in GBP, +7,8% “like for like”) sostenuta dalla strategia perseguita dalla società di accelerazione della penetrazione nel mercato on line

Struttura finanziaria

- Costo complessivo medio del debito al 5,9% nel trimestre (contro 6,71% nel 1Q'05), inclusa la politica di copertura contro possibili incrementi dell'Euribor
- Indebitamento netto a 3.581 milioni di euro (contro 3.635 milioni di euro al 31 dicembre 2005)

(1) A parità di directories Seat e Thomson pubblicate (slittamento di una directory in ogni società) e di tasso di cambio

Indice

■ Risultati di Gruppo 1Q 2006	pag.	5
■ Italia	“	8
■ Altre attività	“	17
■ Sintesi	“	20
■ Appendice	“	22

Risultati di Gruppo 1Q 2006: crescita dei ricavi sostenuta dalle nuove attività i cui costi influenzano l'Ebitda a breve termine

<i>euro milioni</i>				“Like for Like”		
	1Q 2005	1Q 2006	Variaz.	1Q 2005 ⁽¹⁾	1Q 2006	Variaz.
Ricavi delle vendite e delle prestazioni	190,4	198,0	4,0%	177,9	198,0	11,3%
Costi operativi e del lavoro	(127,0)	(143,6)	13,0%	(124,7)	(143,6)	15,1%
Costi di pubblicità	(12,1)	(34,6)	185,3%	(12,1)	(34,6)	185,3%
Margine operativo lordo	51,3	19,8	(61,3)%	41,1	19,8	(51,7)%
% sui ricavi	26,9%	10,0%	(16,9)%	23,1%	10,0%	(13,1)%
Acc.ti f.do svalut. crediti, rischi comm. e altro	(16,0)	(9,9)	(38,4)%	(16,0)	(9,9)	(38,4)%
EBITDA	35,2	10,0	(71,7)%	25,0	10,0	(60,2)%
% sui ricavi	18,5%	5,0%	(13,5)%	14,1%	5,0%	(9,0)%
EBITDA Esclusi i nuovi servizi (12.40 & 118.000)				25,0	24,8	(1,0)%
EBITDA Esclusi i nuovi servizi (12.40 & 118.000) e le maggiori spese pubblicitarie sull' 89.24.24				25,0	27,5	9,8%

(1) A parità di directories Seat e Thomson pubblicate e di tasso di cambio

Free Cash Flow Operativo elevato influenzato solo dai maggiori investimenti pubblicitari

euro milioni	1Q 2005	1Q 2006	Variaz.	
			mln	%
Ebitda⁽¹⁾	35,2	10,0	(25,2)	(71,7)%
Variazione del capitale circolante operativo	98,6	103,4	4,8	4,8%
Variazione passività non correnti operative	1,7	(1,4)	(3,1)	n.m.
Investimenti industriali	(9,6)	(4,6)	5,0	(51,9)%
Altro	(0,3)	(0,4)	(0,1)	n.m.
Free Cash Flow operativo	125,7	107,0	(18,7)	(14,9)%

Forte generazione di cash flow nonostante +22,4 milioni di euro in spese pubblicitarie aggiuntive (investimenti per la crescita futura)

(1)Ebitda pro-forma

Indice

■ Risultati di Gruppo 1Q 2006	pag.	5
■ Italia	“	8
■ Altre attività	“	17
■ Sintesi	“	20
■ Appendice	“	22

Ricavi in crescita del 6,5% “like for like” grazie alle attività online e voice

euro milioni	1Q 2005 ⁽⁵⁾	1Q 2006	Variaz.	
Ricavi			mIn	%
Carta ⁽¹⁾	84,5	80,9	(3,6)	(4,2)%
Online ⁽²⁾	17,4	20,8	3,4	19,6%
Voice ⁽³⁾	12,1	20,1	8,0	65,8%
Altri ⁽⁴⁾	6,6	6,6	(0,0)	n.m.
Totale	120,6	128,4	7,8	6,5%

La maggior parte delle vendite sono state effettuate nel 2005:

- in uno scenario economico ancora difficile
- senza beneficiare delle innovazioni delle PB a colori e sulle PG e della nuova organizzazione delle vendite

PG & PB in calo, come previsto, a causa del ridimensionamento delle inserzioni da parte di un numero limitato di inserzionisti (solo 10 clienti corrispondenti a ~1% del calo dei ricavi)

Internet: ARPA in crescita grazie alle nuove funzionalità e all'aumento di utilizzo

Forte crescita del voice grazie a:

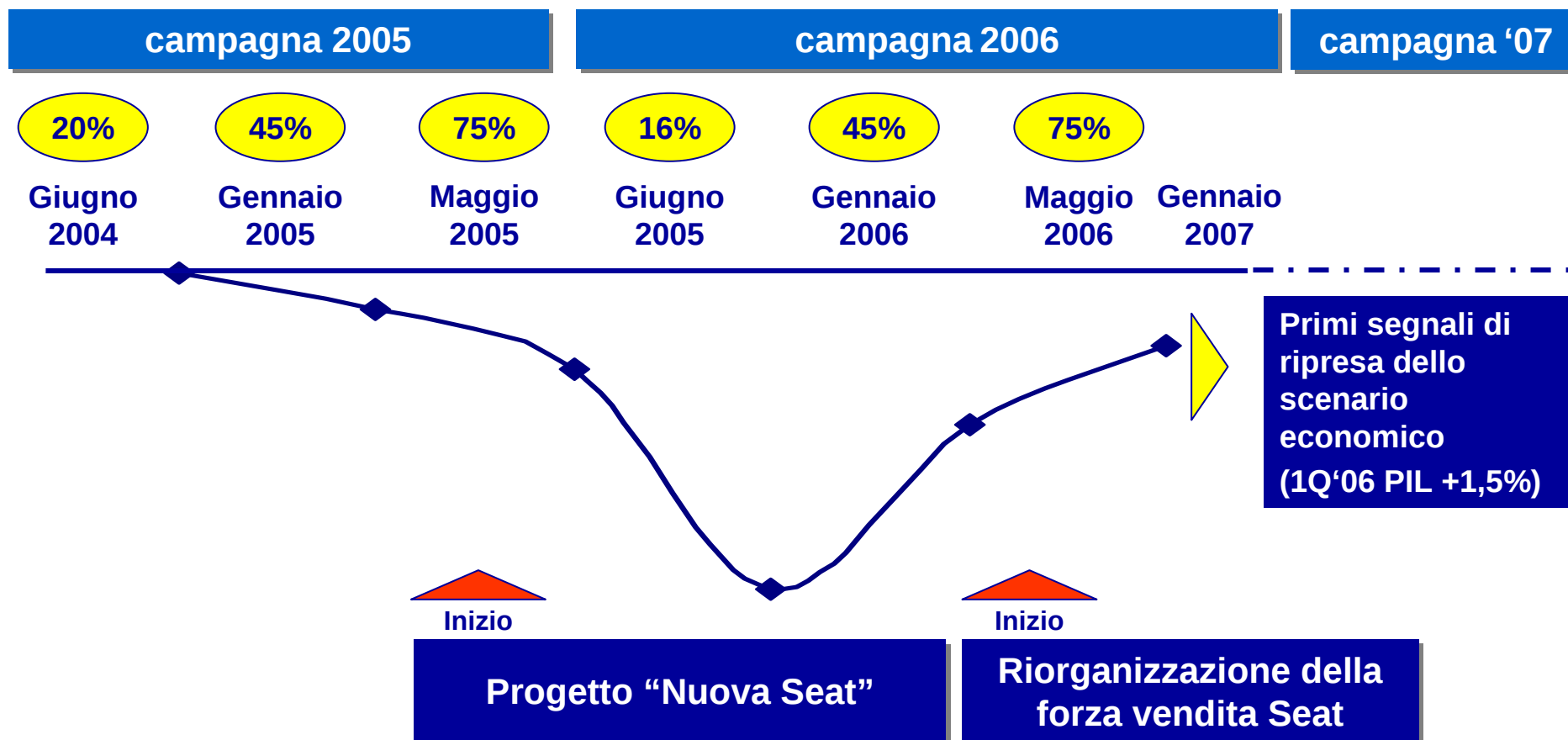
- contributo positivo del 12.40
- crescita dell'89.24.24 grazie ai ricavi pubblicitari e da traffico (sostenuta da telefonate di più lunga durata)

(1) Pagine Gialle, Pagine Bianche e altre directories cartacee (2) Pagine Gialle Online e Kompass Online (3) Pronto Pagine Gialle e 12.40 (4) Giallo Promo, Giallo Dat@ e altri ricavi (5) A parità di directories pubblicate, con uno slittamento al 2Q '06 delle edizioni delle PG&PB di Torino reti minori (12,4 milioni di euro nel 1Q 05)

Carta: costante miglioramento dell'andamento di PG&PB grazie all'innovazione dei prodotti e della vendita

Valori indicizzati, acquisito a giugno '04 =100

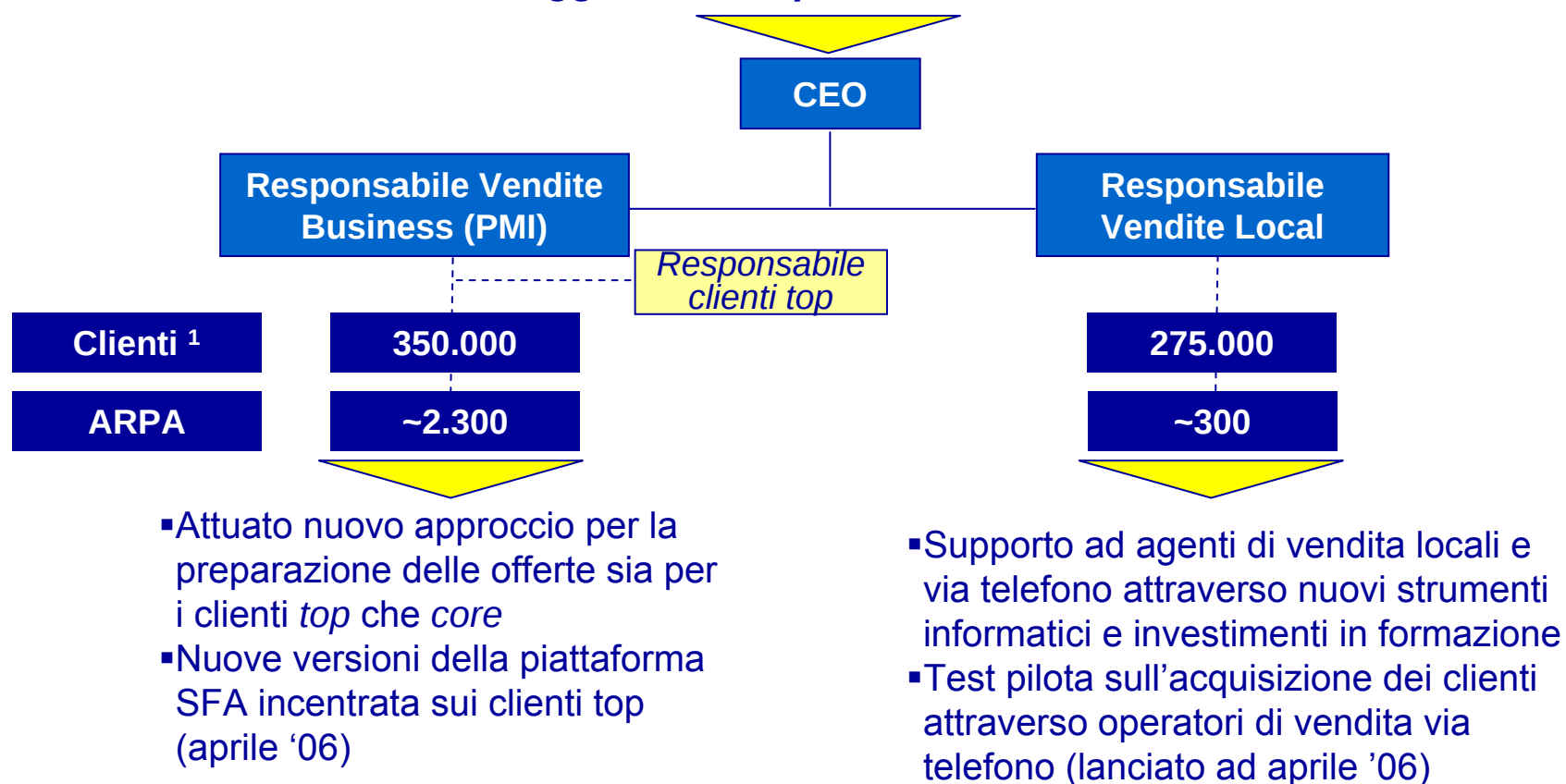
 % lavorato (valore)



Nota: performance PG&PB

Lancio di una nuova organizzazione delle Vendite Business, di tipo “segment oriented”, come pianificato

- Le aree di Torino e Milano sono state le prime ad essere riorganizzate secondo il nuovo modello (le directories saranno pubblicate nel corso del 1Q'07)
- Il roll out in tutte le altre maggiori aree è previsto nel corso del resto dell'anno



(1) Assegnazione del target

La strategia di Seat relativa al lancio di nuovi prodotti è ben avviata

Carta

Pagine Bianche (a colori)

- Attuale commercializzazione in linea con le aspettative
- Primo volume da pubblicarsi a colori: Genova (giugno '06)

Pagine Gialle (restyling)

- Vendite iniziate nel Q1'06 per il ciclo 2007
- Primo volume da pubblicarsi: Torino '07 (1Q'07)

Online e Voice

Online

- Lanciato il nuovo Tuttocittà online (a fine aprile '06)
- Firmato nuovo accordo con Nokia/MSN/Google

PG visual

- Prime città: Torino, Milano (giugno '06)
- 20÷25 città previste entro fine anno
- Copertura satellitare su tutta Italia (giugno '06)

Voice

- 12.40 ben avviato

Lanciato il nuovo TuttoCittà posizionato come “Il portale locale” delle città italiane

Lancio

Nuovi contenuti B2C (film, concerti, eventi, ecc.)

On line: 12 aprile 2006



Driver di valore

- Gli utenti potranno usufruire di nuovi contenuti locali (mostre, itinerari per il weekend, informazioni utili, ecc.)
- Gli inserzionisti potranno beneficiare di un incremento dell'utilizzo



Mostre

» Dicembre 2005

Mostra

Agostino Arrivabene - Nature Morte

Galleria Antonia Jannone - Tel. 02.29002930

■ Periodo: 03/11/2005 - 20/12/2005

[Mappa Interattiva](#)
[Arriva qui](#)

Mostra

Alessandro Papetti - Il ventre della città'

Studio Forni - Tel. 02.29060126

■ Periodo: 10/11/2005 - 10/01/2006

[Mappa Interattiva](#)
[Arriva qui](#)

Mostra

Alex Katz

Galleria Monica De Cardenas - Tel. 02.29010068

■ Periodo: 24/11/2005 - 18/02/2006

[Mappa Interattiva](#)
[Arriva qui](#)

Mostra

Anders Christian Pedersen - Per ironia della sorte

Galleria Magorocca - Tel. 02.29534903

■ Periodo: 09/11/2005 - 23/12/2005

[Mappa Interattiva](#)
[Arriva qui](#)

Mostra

Andrea Martinelli - Il volto e l'ombra

Museo della Permanente - Tel. 02.6551445

■ Periodo: 12/11/2005 - 18/12/2005

[Mappa Interattiva](#)
[Arriva qui](#)

Mostra

Artaud - A Staged Life

PAC - Padiglione di Arte Contemporanea - Tel. 02.76009085

■ Periodo: 24/11/2005 - 26/02/2006

[Mappa Interattiva](#)
[Arriva qui](#)

PG Visual: monetizzazione di nuovi prodotti grazie ad innovativi formati ADV, apprezzati dai clienti, e alla forza vendita Seat

Affissione Virtuale



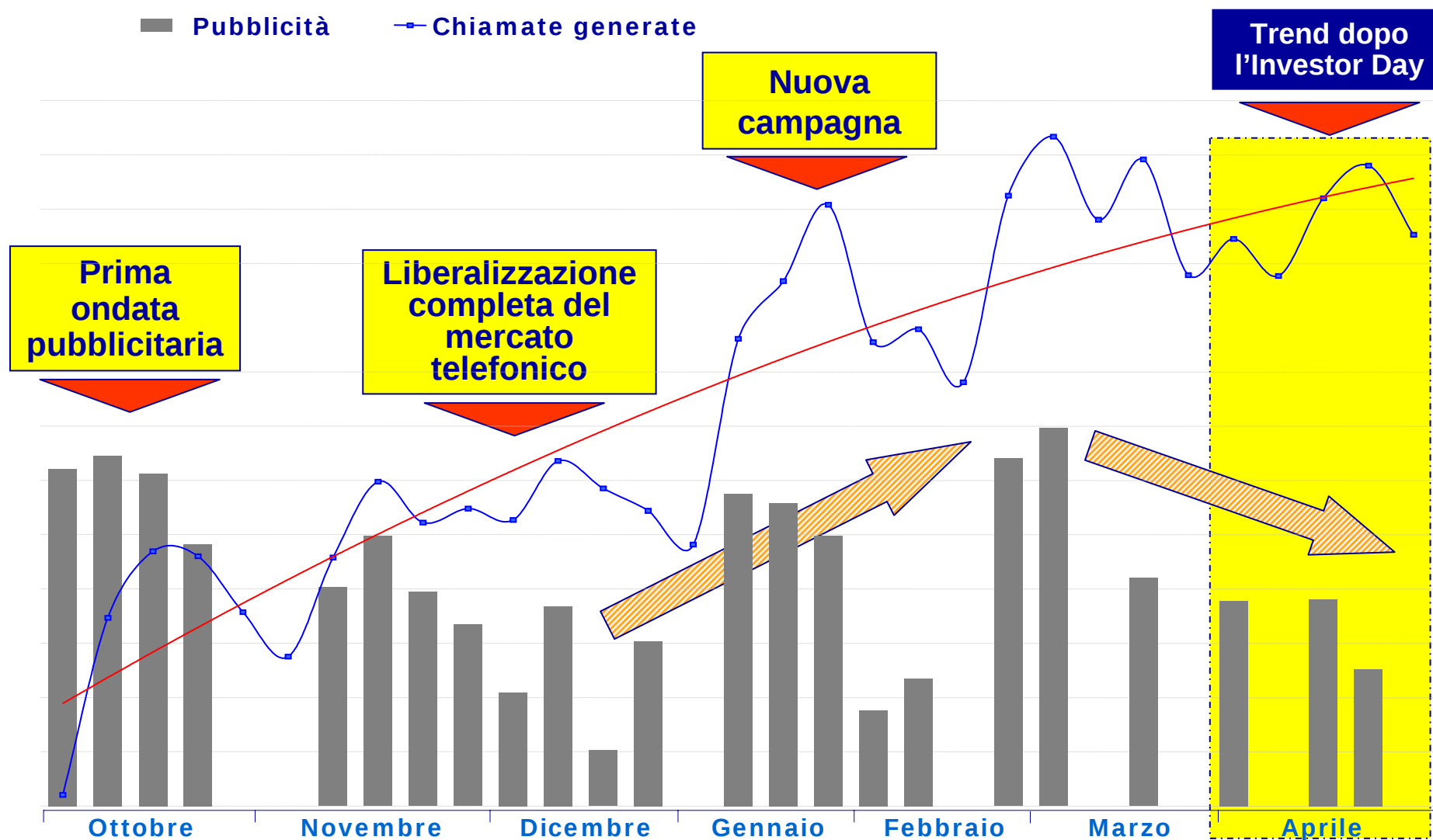
On line:
giugno 2006

- Prime città online: Torino, Milano (giugno '06)
- Lancio di 20÷25 città previsto tra giugno e dicembre 2006
- Piano di vendita in “progress”:
 - identificazione di “*offerte killer*”
 - nuovi supporti di vendita&training di agenti di vendita e specialisti
- Inizio campagna di vendita a fine giugno, impatto parziale nel 2006, impatto totale nel 2007

Video Promozionale



Telefono: marchio 12.40 ben memorizzato dagli utenti



Margini impattati dagli investimenti pubblicitari per il lancio di nuovi servizi

euro milioni	1Q 2005 ⁽¹⁾	1Q 2006	Variaz.	
			mln	%
Ricavi ⁽²⁾	120,6	128,4	7,8	6,5%
Costi industriali	(21,8)	(24,0)	(2,2)	10,2%
% sui ricavi	18,1%	18,7%		0,6%
Costi commerciali	(22,2)	(35,2)	(13,0)	58,6%
% sui ricavi	18,4%	27,4%		9,0%
Costi generali e del lavoro	(36,6)	(38,9)	(2,3)	6,4%
% sui ricavi	30,3%	30,3%		n.m.
Margine operativo lordo	40,0	30,3	(9,7)	(24,4)%
% sui ricavi	33,2%	23,6%		(9,6)%
Acc.ti f.do svalut. crediti, rischi comm. e altro	(14,1)	(7,9)	6,2	(44,0)%
EBITDA ⁽³⁾	25,9	22,4	(3,5)	(13,7)%
% sui ricavi	21,5%	17,4%		(4,1)%
Costi di pubblicità	(3,5)	(14,5)	(11,0)	317,6%
% sui ricavi	2,9%	11,3%		8,4%
EBITDA (al lordo dei costi pubb.)	29,4	36,9	7,5	25,5%
% sui ricavi	24,4%	28,7%		4,4%

Dovuto soprattutto alle spese del call center del 12.40

Forte crescita dovuta alle spese dei servizi voice

Conferma del miglioramento del "book yield" nel 1Q'06 grazie all'efficienza raggiunta nei costi per l'acquisto di carta e di stampa

(1) A parità di directories pubblicate con slittamento delle edizioni di PG&PB di Torino reti minori al 2Q'06

(2) Ricavi netti "like for like" (12,4 milioni di euro nel 1Q'05) riferiti agli elenchi posposti

(3) "Like for like" al netto dei costi diretti riferiti agli elenchi posposti

Indice

■ Risultati di Gruppo 1Q 2006	pag.	5
■ Italia	“	8
■ Altre attività	“	17
■ Sintesi	“	20
■ Appendice	“	22

Thomson: crescita dei ricavi in un mercato competitivo

GBP milioni	1Q 2005	1Q 2006	Variaz.	
			mln	%
Ricavi	13,5	14,3	0,8	5,9%
Costi operativi e del lavoro	(19,9)	(20,5)	(0,6)	3,0%
Margine operativo lordo	(6,4)	(6,2)	0,2	3,1%
% sui ricavi	(47,4)%	(43,4)%		4,1%
Acc.ti f.do svalut. crediti, rischi comm. e altro	(0,6)	(0,4)	0,2	(33,3)%
EBITDA	(7,0)	(6,7)	0,3	4,3%
% sui ricavi	(51,9)%	(46,9)%		5,0%

- Ricavi in aumento (+7,8% “like for like”⁽¹⁾) grazie alla forte crescita dell’online che fa leva sull’innovazione dei prodotti e sugli accordi con i motori di ricerca
- Flessione dei prodotti cartacei per il maggior focus della forza vendita sull’offerta internet dovuto al precedente programma di incentivazione (nuovo programma introdotto da aprile '06)

(1) A parità di directories pubblicate, con slittamento di un elenco ai mesi successivi (0,2 milioni di GBP nel 1Q'05)

Telegate: crescita dei ricavi grazie al core business in Germania e all'ingresso in Francia, i cui costi impattano l'Ebitda come previsto

euro milioni	1Q 2005	1Q 2006	Variaz.	
			mIn	%
Ricavi	34,2	47,2	13,0	38,0%
Costi operativi e del lavoro	(18,1)	(30,5)	(12,4)	68,5%
Costi di pubblicità	(4,7)	(16,1)	(11,4)	242,6%
% sui ricavi	13,7%	34,1%		20,4%
Margine operativo lordo	11,4	0,6	(10,8)	(94,7)%
% sui ricavi	33,3%	1,3%		(32,1)%
Acc.ti f.do svalut. crediti, rischi comm. e altro	(0,9)	(1,2)	(0,3)	33,3%
EBITDA	10,5	(0,6)	(11,1)	n.m.
% sui ricavi	30,7%	(1,3)%		(32,0)%

Crescita significativa della top-line per lo più dovuta ad attività di outsourcing in Francia:

- Germania: in crescita del 2,4% contro -5,3% nel 1Q'05
- Altri Paesi (Spagna, Italia e Francia): in crescita di 12,3 milioni di euro grazie ai contratti di outsourcing in Francia e in Italia
- In Francia i vecchi numeri di DA sono stati chiusi il 2 aprile '06

Riduzione della redditività a causa di spese pubblicitarie in aumento per:

- l'ingresso nel mercato francese
- il mantenimento di una "share of voice" significativa nel mercato tedesco (nuovo competitor)

Indice

■ Risultati di Gruppo 1Q 2006	pag.	5
■ Italia	“	8
■ Altre attività	“	17
■ Sintesi	“	20
■ Appendice	“	22

Sintesi

- Innovazione in corso nelle aree core della carta, dell'online e del voice e nuovi prodotti e servizi già lanciati in Italia e Francia come programmato
- Risultati 1Q'06 in linea con le indicazioni strategiche delineate all'Investor Meeting (Marzo '06):
 - Forte crescita dei ricavi grazie ai nuovi servizi e ad un andamento positivo delle attività già esistenti
 - Ebitda influenzato dalle spese pubblicitarie per il lancio di nuovi servizi di DA in Italia e in Francia (tendenza prevista anche per il 2Q'06)
- La generazione di free cash flow resta significativa, gli interessi passivi beneficiano della rinegoziazione del debito Senior nel 2005 e una solida politica di copertura pone Seat al riparo da possibili aumenti dell'Euribor nel 2006

Indice

■ Risultati di Gruppo 1Q 2006	pag.	5
■ Italia	“	8
■ Altre attività	“	17
■ Sintesi	“	20
■ Appendice	“	22

Altre attività

Consodata Italy

<i>euro milioni</i>	1Q 2005	1Q 2006	Variaz.
Ricavi	7,5	5,6	(25,3)%
Margine operativo lordo	0,8	0,3	(62,5)%
<i>% sui ricavi</i>	10,7%	5,4%	(5,3)%
EBITDA	0,9	0,3	(66,7)%
<i>% sui ricavi</i>	12,0%	5,4%	(6,6)%

Al netto della cessione di Pubblibaby, ricavi ed Ebitda sostanzialmente stabili

Euredit

<i>euro milioni</i>	1Q 2005	1Q 2006	Variaz.
Ricavi	0,2	0,1	(50,0)%
Margine operativo lordo	(1,9)	(1,9)	n.m.
EBITDA	(1,9)	(2,0)	(5,3)%

Nessun dato rilevante nel trimestre; pubblicazione di Europages nel 3Q'05

Analisi dei risultati di Gruppo per le singole società

euro milioni	Ricavi			Ebitda			Ebita		
	1Q'05	1Q'06	Variaz.	1Q'05	1Q'06	Variaz.	1Q'05	1Q'06	Variaz.
Seat S.p.A ⁽¹⁾	133,0	128,4	(3,5)%	35,8	22,4	(37,4)%	31,3	18,2	(41,9)%
TDL	19,4	20,8	7,2%	(10,1)	(9,7)	4,0%	(10,9)	(10,3)	5,5%
Telegate	34,2	47,2	38,0%	10,5	(0,6)	n.m.	9,2	(2,2)	n.m.
Consodata ⁽²⁾	7,5	5,6	(25,3)%	0,8	0,3	(62,5)%	0,3	(0,2)	n.m.
Euredit	0,2	0,1	(50,0)%	(1,9)	(2,0)	(5,3)%	(2,0)	(2,1)	(5,0)%
Prontoseat ⁽³⁾	1,9	2,3	21,1%	0,2	(0,0)	n.m.	0,1	(0,2)	n.m.
Cipi	0,0	3,9	n.m.	0,0	(0,4)	n.m.	0,0	(0,6)	n.m.
Aggregato	196,2	208,2	6,1%	35,3	10,0	(71,7)%	28,0	2,6	(90,7)%
Elisioni	(5,8)	(10,2)	n.m.	(0,1)	0,0	n.m.	(0,1)	0,0	n.n.
Consolidato	190,4	198,0	4,0%	35,2	10,0	(71,7)%	27,9	2,6	(90,6)%

(1) Incluso Pronto Pagine Gialle e costi corporate

(2) Incluso Consodata Italia e il gruppo Consodata Ltd

(3) Precedente denominazione IMR

Utile netto influenzato positivamente dal contenimento degli oneri finanziari netti

euro milioni	1Q 2005	1Q 2006	Variaz.
EBITDA like for like ⁽¹⁾	25,0	27,5	9,8%
EBITDA	35,2	10,0	(71,7)%
% sui ricavi	18,5%	5,0%	(13,5)%
EBIT	(14,9)	(38,8)	n.m.
% sui ricavi	(7,8)%	(19,6)%	(11,8)%
Saldo proventi (oneri) finanziari e altro	(70,7)	(61,4)	(13,1)%
Risult. prima delle imposte e dei terzi	(85,5)	(100,1)	(17,1)%
Imposte sul reddito	(4,0)	(1,9)	n.m.
Risultato dell'esercizio	(89,5)	(102,0)	(14,0)%

Oneri finanziari netti contenuti grazie a un ridotto livello del debito e a costi di interessi minori in seguito alla rinegoziazione del debito Senior:

- 33,2 milioni di euro di interessi per il debito Senior (inclusi 3,7 milioni di euro di costi di transazione)
- 27,5 milioni di euro di interessi a Lighthouse (1,4 milioni di euro di costi di transazione)
- 0,6 milioni di euro di altri oneri finanziari netti (inclusi utili/perdite su cambi)

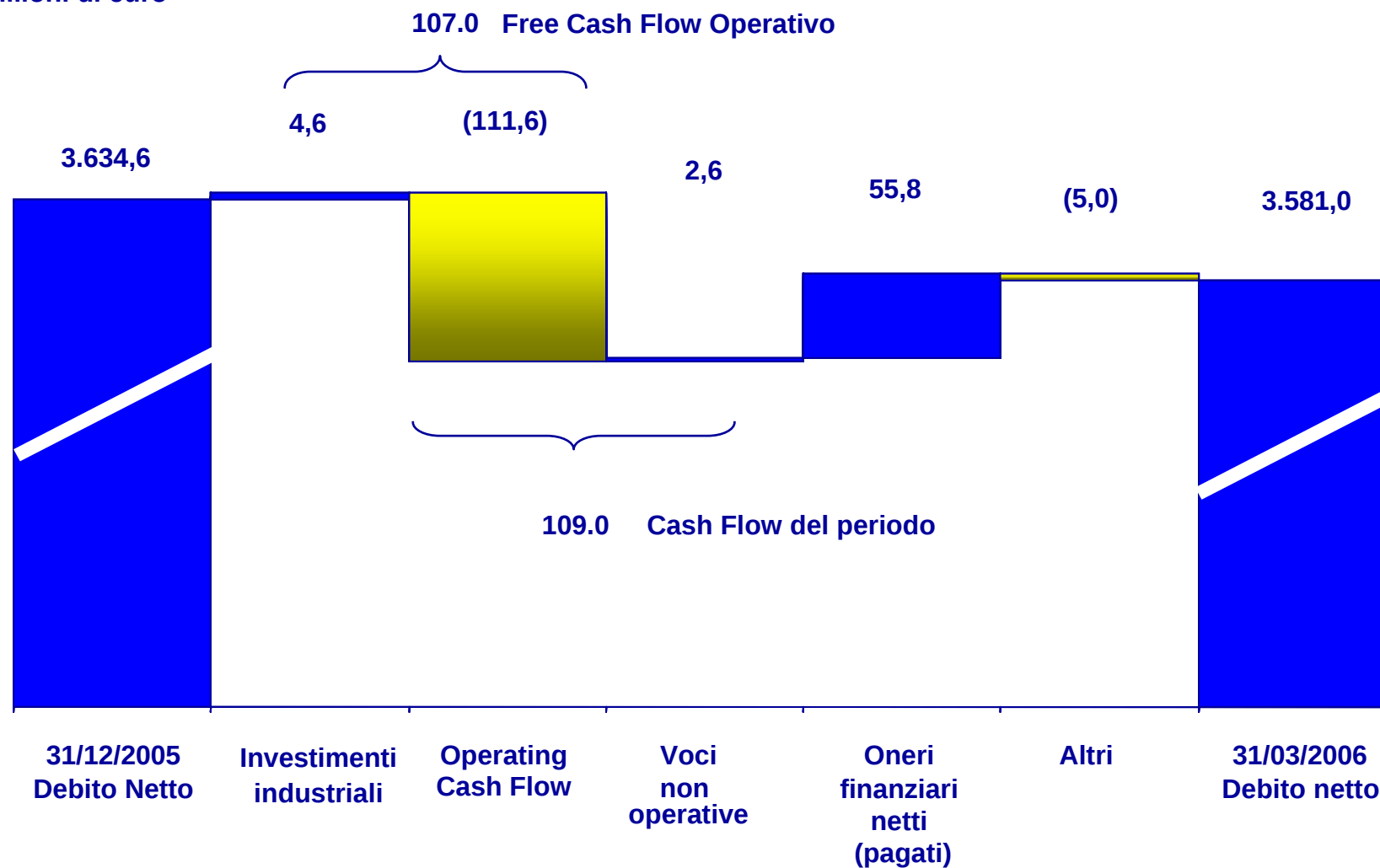
(1) "Like for like". Q1'05 a parità di directories Seat e Thomson pubblicate e del tasso di cambio. Q1'06: al netto delle nuove attività in Italia e in Francia e di ulteriori investimenti pubblicitari sull'89.24.24

Stato Patrimoniale consolidato

<i>euro milioni</i>	31/12/2005	31/03/2006	Variaz.
Goodwill e Customer Data Base	4.155,0	4.111,0	(44,0)
Altri attivi non correnti	197,0	185,7	(11,3)
Passivi non correnti	(77,6)	(75,3)	2,3
Capitale circolante	260,6	159,5	(101,1)
Capitale investito netto	4.535,0	4.380,9	(154,1)
Totale patrimonio netto	999,7	914,7	(85,0)
Indebitamento finanziario netto "contabile"	3.535,3	3.466,2	(69,1)
Totale	4.535,0	4.380,9	(154,1)
Indebitamento finanziario netto	3.634,6	3.581,0	(53,6)
Rettifiche "IAS"	(99,3)	(114,8)	(15,5)
Indebitamento finanziario netto "contabile"	3.535,3	3.466,2	(69,1)

Debito finanziario netto ridotto di 54 mln di euro nel periodo

In milioni di euro



Analisi del debito netto

Al 31 marzo 2006

Debt Facility (mln di euro)	Ammontare	Rimborsi	Interessi
DEBITO LORDO	3.720,4		
• Debito Senior	2.420,4		
Tranche A	1.845		
Tranche B	575		
Revolving ⁽¹⁾	0,4		
• Debito subordinato vs.Lighthouse ⁽²⁾	1.300		
• Ratei finanziari netti	44		
Liquidità	-183,4		
INDEB. NETTO DEL GRUPPO SEAT	3.581		
Adeguaenti IAS:			
Meno costi di transazione	-117,3		
Più strumenti derivati Mark to Market	+ 2,5		
INDEB. NETTO GRUPPO – VALORE CONT.	3.466,2		
		Ammort. dic. 06^(*) - giugno 2012 Bullett giugno 2013 R.F. disponibile fino a giu. 2012 Aprile 2014	Euribor + 1.91% ⁽³⁾ Euribor + 2.41% ⁽³⁾ Euribor + 1.91% ⁽³⁾ 8% fisso
		(*) 85,5 milioni di euro in scadenza a giugno 2006 + 15 mln di euro della Tranche B, pagati anticipatamente in febbraio. Rimborso totale del debito da aprile 2004 pari a 438 milioni di euro	Costo totale del finanziamento nel 1Q 2006 in calo a 5,9% rispetto a 6,7% nel 1Q 2005

(1) Richiamabile fino a 90 milioni di euro

(2) Lighthouse ha finanziato il debito subordinato erogato a favore di SEAT mediante l'emissione di un prestito obbligazionario con tasso fisso dell' 8% con scadenza aprile 2014

(3) Soggetto a diminuzione in funzione della progressiva diminuzione del rapporto Debito netto totale / EBITDA

Politica di copertura Seat per contrastare eventuali aumenti dell'Euribor

- **2006:** 83% del debito a tasso fisso: (Bond 1.300 mln, IRS 1.275 mln, FRA media 520 mln)
- **2007:** copertura del debito 86% (Bond 1,300 mln, IRS media 301 mln, Collar media 1.480 mln);
- **2008 - 2009:** copertura del debito 86% (Bond 1.300 mln, Collar media. 1.536 mln)
- **2010 - 2011:** copertura del debito 80% (Bond 1.300 mln, Collar media 640 mln, IRS media 325 mln)

Indice:
100=debito al
dicembre 05

