



Risultati del 1° Semestre 2007

Milano, 7 settembre 2007

Luca Majocchi – CEO

Maurizia Squinzi – CFO

Stefano Canu – IR Manager

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 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.

" 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 dei bilanci di esercizio annuale e semestrale per il 2005.

I dati contabili esposti nelle presenti diapositive sono tratti dalla Relazione Semestrale Seat per il periodo chiuso al 30 giugno 2007, da presentarsi ai sensi di legge. La relazione semestrale 2007 contiene la dichiarazione del CFO della Società, Dott.ssa Maurizia Squinzi, in qualità di Dirigente preposto alla redazione dei documenti contabili societari ai sensi dell'art. 154-bis comma 2 del Testo Unico della Finanza (D.Lgs. 58/98), che attesta che l'informativa contabile corrisponde alle risultanze documentali, ai libri ed alle scritture contabili della Società.

L'H1'07 è in linea con il nuovo Piano Industriale Seat e evidenzia un'accelerazione della crescita di ricavi ed Ebitda

Risultati del Gruppo

- Ricavi in aumento del 3,6% like for like⁽¹⁾, sostenuti dalla forte crescita in Italia
- EBITDA a 207,6 milioni di euro, in aumento di 63,6 milioni di euro like for like⁽¹⁾, grazie ai ritorni degli investimenti effettuati nel 2006

Aree di Business

- Italia: accelerazione dei ricavi (+5,6% like for like vs. +0,5% nell'H1'06), in linea con il nuovo Piano Industriale; Ebitda in crescita del 18,6%, a 179,9 milioni di euro
 - Prodotti cartacei in sostanziale miglioramento (-0,9% vs. -5,3% nell'H1'06) con andamento leggermente positivo degli ordini acquisiti fino a fine agosto
 - Crescita marcata delle attività online e voice, sostenuta dall'innovazione di prodotto
- Telegate: Ebitda a 22,5 milioni di euro (vs. -5,2 milioni di euro nell'H1'06) grazie al miglioramento registrato in Germania e Francia (che ha raggiunto il breakeven a giugno)
- Thomson: l'H1'07 risente del rallentamento dei ricavi dovuto all'impatto a breve della riorganizzazione delle rete di vendita, volta a migliorare le vendite multi-prodotto

Struttura finanziaria

- FCF operativo in aumento (+12,5% a 266,2 milioni di euro)
- Costo medio del debito su buoni livelli (6,4% vs. 5,9% nell'H1'06) nonostante l'aumento dell'Euribor (che passa dal 2,6% dell'H1'06 al 3,8% dell'H1'07)
- Riduzione di 89,6 milioni di euro dell'indebitamento finanziario netto a valle della distribuzione di dividendi per 62,2 milioni di euro

Sviluppo del business

- Acquisizione di WLW in fase di ultimazione, come mossa strategica per acquisire la leadership nel mercato B2B on-line europeo e per potenziare la forza vendita in Germania
- Start-up delle attività in Turchia (JV con DMG) previsto per il Q4'07, come opzione di crescita a lungo termine

1) A parità di tassi di cambio e di directories pubblicate

Indice

■ Risultati H1 2007	pag.	5
– <i>Gruppo</i>	“	5
– <i>Aree di Business</i>	“	9
■ Andamento del business di Seat S.p.A.	“	14
■ Sviluppo del business–Attività internazionali	“	19
■ Evoluzione della gestione	“	25
■ Appendice	“	27

Ricavi ed Ebitda in crescita grazie all'effetto positivo dell'innovazione e della reingegnerizzazione di prodotto

CE DEL GRUPPO SEAT

euro milioni

	H1 2006 <i>reported</i>	H1 2006 <i>like for like</i> ⁽¹⁾	H1 2007	Variaz.
Ricavi delle vendite e delle prestazioni	573,6	562,2	582,3	3,6%
Costi operativi e del lavoro	(326,7)	(326,2)	(315,6)	(3,3)%
Costi di pubblicità	(63,5)	(63,5)	(30,7)	(51,6)%
<i>Totale Costi</i>	<i>(390,2)</i>	<i>(389,8)</i>	<i>(346,3)</i>	<i>(11,1)%</i>
Margine operativo lordo	183,4	172,5	236,0	36,8%
<i>% sui ricavi</i>	<i>32,0%</i>	<i>30,7%</i>	<i>40,5%</i>	<i>9,8%</i>
Acc.ti f.do svalut. crediti, rischi comm. e altro	(28,4)	(28,4)	(28,4)	(0,2)%
EBITDA	155,0	144,0	207,6	44,1%
<i>% sui ricavi</i>	<i>27,0%</i>	<i>25,6%</i>	<i>35,6%</i>	<i>10,0%</i>

Crescita dei ricavi sostenuta principalmente da Seat Italia (+5,6%)

Costi sotto controllo grazie a una maggiore attenzione all'efficienza

Rientro a livelli normali nell'H1'07 della spesa pubblicitaria per sostenere i servizi DA

Ebitda in forte crescita grazie ai ritorni sugli investimenti effettuati nell'H1'06

1) A parità di tassi di cambio e directories pubblicate da Seat e Thomson (slittamento di una directory)

Forte generazione di cassa trainata dalla crescita dell'EBITDA e a valle dei maggiori investimenti nell'IT rispetto all'H1'06

FREE CASH FLOW OPERATIVO DEL GRUPPO SEAT

euro milioni	H1 2006	H1 2007	Variaz.	
			mln	%
Ebitda ⁽¹⁾	155,0	207,6	52,6	33,9%
Variazione del capitale circolante operativo	100,2	86,3	(13,9)	(13,9)%
Variazione passività non correnti operative	(0,8)	(1,8)	(1,0)	114,5%
Investimenti industriali	(17,1)	(26,2)	(9,1)	53,2%
Free Cash Flow operativo	236,5	266,2	29,7	12,5%
Free Cash Flow operativo / Ricavi	41,2%	45,7%		
	FY2006	H1 2007	Variaz.	
			mln	
Posizione Finanziaria Netta	3.405,8	3.316,2	(89,6)	

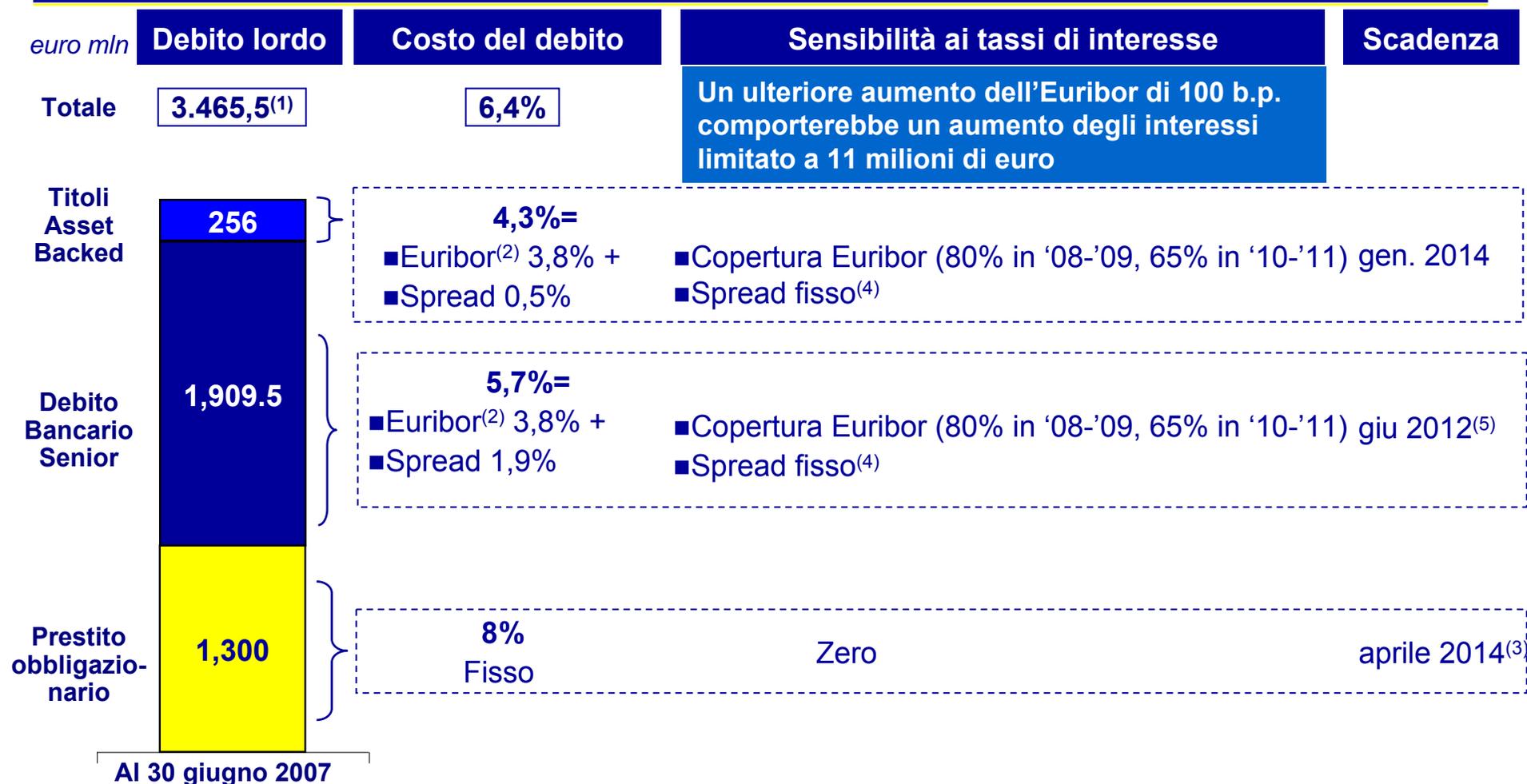
Investimenti nello sviluppo prodotti (soprattutto nelle attività online) in linea con il 2006

Crescita rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente sostenuta dagli investimenti una tantum nell'IT:

- **Seat S.p.A.** (+8,9 milioni di euro), sostanzialmente relativi al progetto SAP (6,3 milioni di euro)
- **Europages** (+1,6 milioni di euro) per lo sviluppo del nuovo database

(1) Reported

Costo medio complessivo del debito a un buon livello grazie a spread creditizi solidi e ad una politica di copertura coerente



(1) Debito netto del Gruppo Seat (3.316,1 milioni di euro) = Debito lordo (3.465,5 milioni di euro) – Disponibilità liquide e altre (149,4 milioni di euro)

(2) Euribor medio a sei mesi, (3) Richiamabile da aprile 2009

(4) Soggetto a diminuzione dei margini in funzione del rapporto Debito netto totale/EBITDA, fino a un minimo del 0,685% per la Tranche A e del 1,56% per la Tranche B

(5) Di cui bullet Tranche B (464,5 milioni di euro) giugno 2013

Indice

■ Risultati H1 2007	pag.	5
– <i>Gruppo</i>	“	5
– <i>Aree di Business</i>	“	9
■ Andamento del business di Seat S.p.A.	“	14
■ Sviluppo del business–Attività internazionali	“	19
■ Evoluzione della gestione	“	25
■ Appendice	“	27

Crescita dei ricavi di Seat S.p.A. del 5,6% (+0,5% nell'H1'06), trainati dal recupero dei prodotti cartacei e dalla crescita dei nuovi media grazie all'innovazione

SEAT S.p.A.- ANALISI DEI RICAVI

<i>euro milioni</i>	H1 2006	H1 2007	Variaz.	
	<i>like for like</i> ⁽⁵⁾		mln	%
Ricavi				
Carta ⁽¹⁾	303,1	300,4	(2,7)	(0,9)%
Online ⁽²⁾	43,3	54,8	11,5	26,5%
Voce ⁽³⁾	42,5	57,5	15,0	35,2%
Altri ⁽⁴⁾	16,6	15,7	(0,9)	(5,7)%
Totale	405,6	428,4	22,8	5,6%

Performance dei prodotti cartacei in continuo miglioramento:

- H1'06: -5,3%
- H2'06: -3,0%
- Q1'07: -1,1%
- Q2'07: -0,8%

Aumento dei ricavi trainati dalla forte attività di rinnovo clienti e dal contributo positivo dell'innovazione:

- Maggiore quota di ordini acquisiti nell'H1'07 per offrire nuovi prodotti e ridurre il carico delle vendite nel Q4
- **Online:** in miglioramento grazie al maggiore utilizzo e all'innovazione di prodotto
- **Voce:**
 - Contributo positivo del 12.40
 - Crescita dell'89.24.24, trainata dai ricavi da traffico e pubblicitari

(1) PagineGialle, PagineBianche e altri prodotti cartacei (2) PagineGialle online e Kompass online (3) Pronto PagineGialle e 12.40 (4) Giallo Promo, Giallo Dat@ e altri ricavi (5) Al netto dei ricavi (11,7 mln euro) relativi all'elenco di Forlì, la cui pubblicazione è stata rinviata al Q3'07

Incremento dei margini grazie ai ritorni positivi dalle attività di investimento per il lancio di nuovi prodotti e a costi operativi sotto controllo

SEAT S.p.A.- ANALISI DEI COSTI

euro milioni	H1 2006 <i>like for like</i> ⁽¹⁾	H1 2007	Variaz.	
			mln	%
Ricavi	405,6	428,4	22,8	5,6%
Costi industriali	(68,8)	(72,9)	(4,1)	6,0%
<i>% sui ricavi</i>	17,0%	17,0%		<i>n.m.</i>
Costi commerciali	(55,6)	(54,2)	1,4	(2,5)%
<i>% sui ricavi</i>	13,7%	12,7%		(1,1)%
Costi di pubblicità	(24,6)	(13,2)	11,4	(46,5)%
<i>% sui ricavi</i>	6,1%	3,1%		(3,0)%
Costi generali e del lavoro	(81,6)	(82,3)	(0,7)	0,9%
<i>% sui ricavi</i>	20,1%	19,2%		(0,9)%
Margine operativo lordo	175,0	205,8	30,8	17,6%
<i>% sui ricavi</i>	43,1%	48,0%		4,9%
Acc.ti f.do svalut. crediti, rischi comm. e altro	(23,4)	(25,9)	(2,5)	10,8%
EBITDA	151,6	179,8	28,3	18,7%
<i>% sui ricavi</i>	37,4%	42,0%		4,6%

Costi sotto controllo dato che il loro incremento è legato ai maggiori ricavi (gestione delle chiamate del 12.40 e produzione di video on-line)

Diminuzione delle commissioni agli agenti, in parte compensati dalla crescita delle operazioni di vendita telefonica

Attività di promozione dei servizi DA a livelli normali dopo il successo del lancio del numero 12.40

(1) A parità di elenchi pubblicati, con slittamento delle edizioni PG&PB di Forlì al Q3'07

(2) Al netto dei ricavi (11,7 mln euro) relativi all'elenco rinviato

(3) Al netto dei costi diretti relativi all'elenco rinviato

Recupero dell'Ebitda di Telegate grazie al miglioramento dei margini in Germania e al contenimento delle perdite in Francia che ha raggiunto il break-even a giugno

CE DI TELEGATE

Progresso delle richieste avanzate sui costi dei dati

euro milioni	H1 2006	H1 2007	Variaz.	
			mln	%
Ricavi	88,2	86,7	(1,5)	(1,7)%
Costi operativi e del lavoro	(57,8)	(47,8)	10,0	(17,3)%
Costi di pubblicità	(33,1)	(14,7)	18,4	(55,6)%
% sui ricavi	37,5%	17,0%		(20,6)%
Margine operativo lordo	(2,6)	24,1	26,7	n.m.
% sui ricavi	(2,9)%	27,8%		n.m.
Acc.ti f.do svalut. crediti, rischi comm. e altro	(2,7)	(1,6)	1,1	(40,7)%
EBITDA	(5,2)	22,5	27,7	n.m.
% sui ricavi	(5,9)%	26,0%		n.m.

- Ricavi + 10,3% like for like ⁽¹⁾
- Germania + 1,8%, nonostante il peggioramento generale del mercato, grazie a :
 - Servizi/contratti di outsourcing ad alto valore
 - Contributo dei servizi di DA online
- Crescita in Italia grazie al successo del 12.40
- In Francia aumento dei ricavi like for like

- Aumento dell'Ebitda grazie al miglioramento in Germania e Francia:**
- Germania: margini di nuovo >40%
 - Francia: deciso miglioramento vs. l'H1'06; Q2'07 a -0,7 mln euro e raggiungimento del break-even a giugno

(1)H1'06 rettificato in base ai ricavi da attività in outsourcing (9,6 milioni di euro mln a margine zero) registrati in Francia prima della liberalizzazione di mercato con i servizi DA di SFR e Bouygues Telecom

In Thomson i ricavi risentono della riorganizzazione della rete di vendita mirata a rafforzare le vendite multi-prodotto

CE DI THOMSON

GBP milioni

	H1 2006	H1 2007	Variaz.	
			mln	%
Ricavi	42,1	39,5	(2,6)	(6,2)%
Costi operativi e del lavoro	(41,9)	(36,5)	5,4	(12,9)%
Margine operativo lordo	0,2	3,0	2,8	n.m.
% sui ricavi	0,5%	7,7%		n.m.
Acc.ti f.do svalut. crediti, rischi comm. e altro	(1,6)	(1,3)	0,3	(18,8)%
EBITDA	(1,4)	1,7	3,1	n.m.
% sui ricavi	(3,3)%	4,3%		n.m.

Ricavi -5% like for like ⁽¹⁾ a fronte di un'attività di vendita impattata dalla riorganizzazione della rete mirata a incrementare la capacità della stessa di proporre un'offerta multi-prodotto:

- **Prodotti cartacei:** in diminuzione (-6% like for like)
- **Nuove offerte:** estremamente positivi i risultati della nuova offerta Nectar (penetrazione della base clienti pari al 28%) ma crescita contenuta (+2,6%) dei prodotti online, nonostante l'offerta forte (servizi di web agency e accordo con Google)

In crescita grazie alle efficienze di costo (non replicabili sull'intero esercizio)

(1) A parità di elenchi pubblicati incluso lo slittamento nella pubblicazione di un elenco (0,5 milioni di GBP in H1'06) ai mesi seguenti

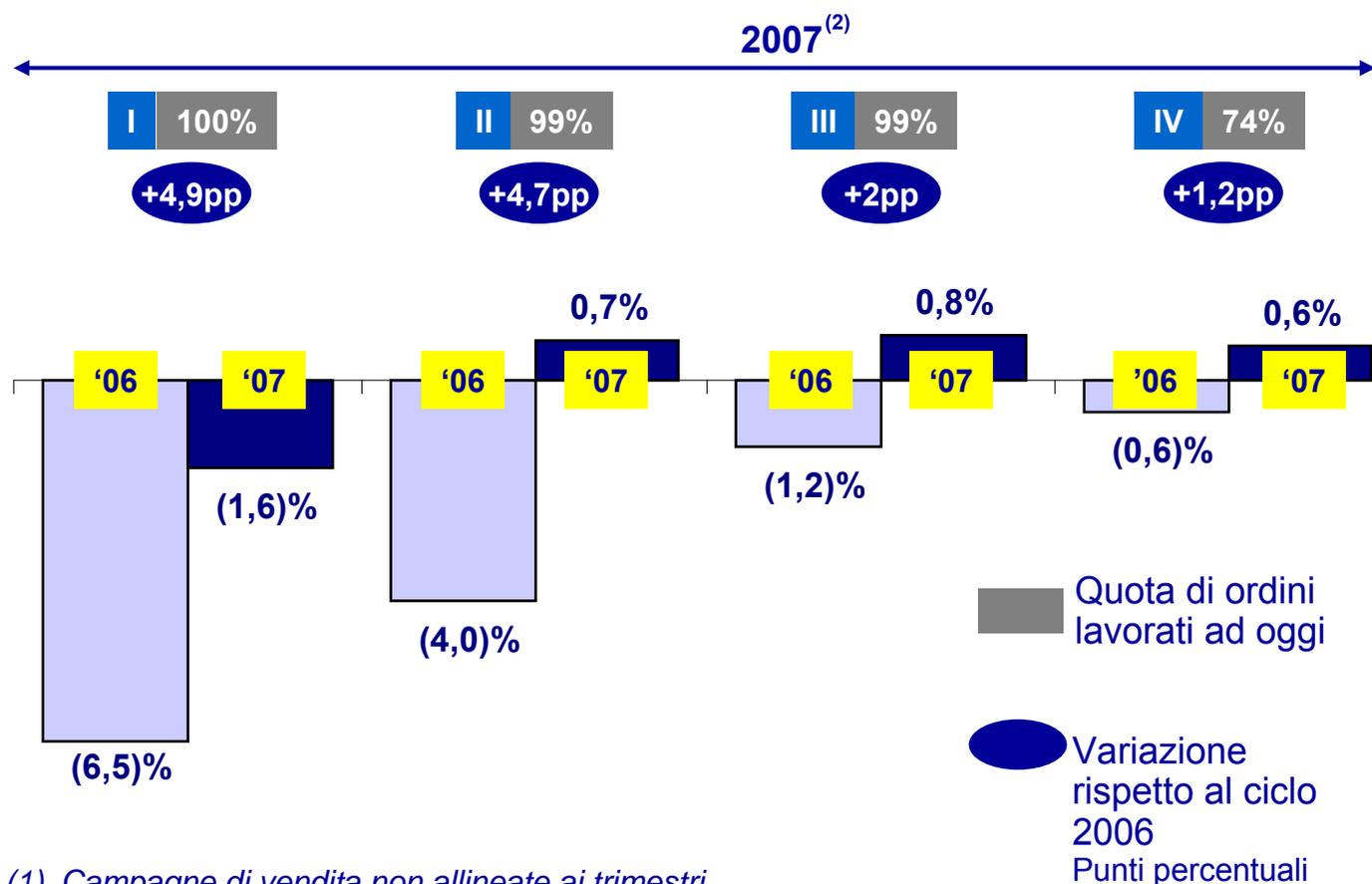
Indice

■ Risultati H1 2007	pag.	5
– <i>Gruppo</i>	“	5
– <i>Aree di Business</i>	“	9
■ Andamento del business di Seat S.p.A.	“	14
■ Sviluppo del business–Attività internazionali	“	19
■ Evoluzione della gestione	“	25
■ Appendice	“	27

Completato il turnaround dei prodotti cartacei, in linea con le attese

SEAT S.p.A. – ACQUISIZIONE ORDINI DA CAMPAGNA VENDITE (1) PER PG&PB

Variazione YoY, valore percentuale



Performance a oggi +0,2% (vs -2,9% nel 2006):

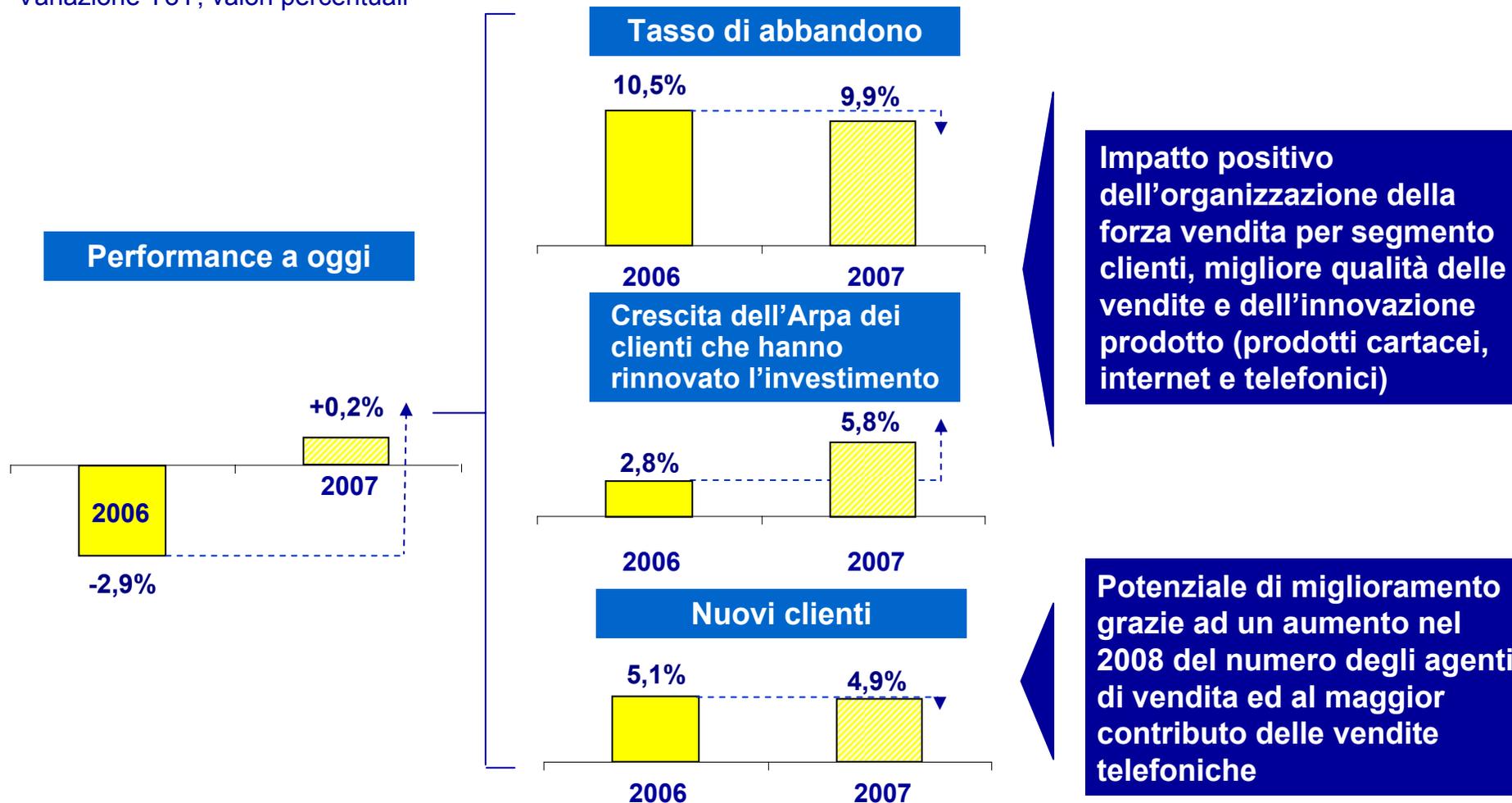
- 68 elenchi chiusi: +0,1% (-3,7% nel 2006)
- 34 elenchi aperti: +0,6% (-0,6% nel 2006)

(1) Campagne di vendita non allineate ai trimestri
 (2) Variazione YoY al 24 agosto 2007

KPIs dei prodotti cartacei in miglioramento grazie alla ristrutturazione aziendale e all'innovazione di prodotto

DRIVER CHIAVE DELLA PERFORMANCE DI PB & PG (1)

Variazione YoY, valori percentuali



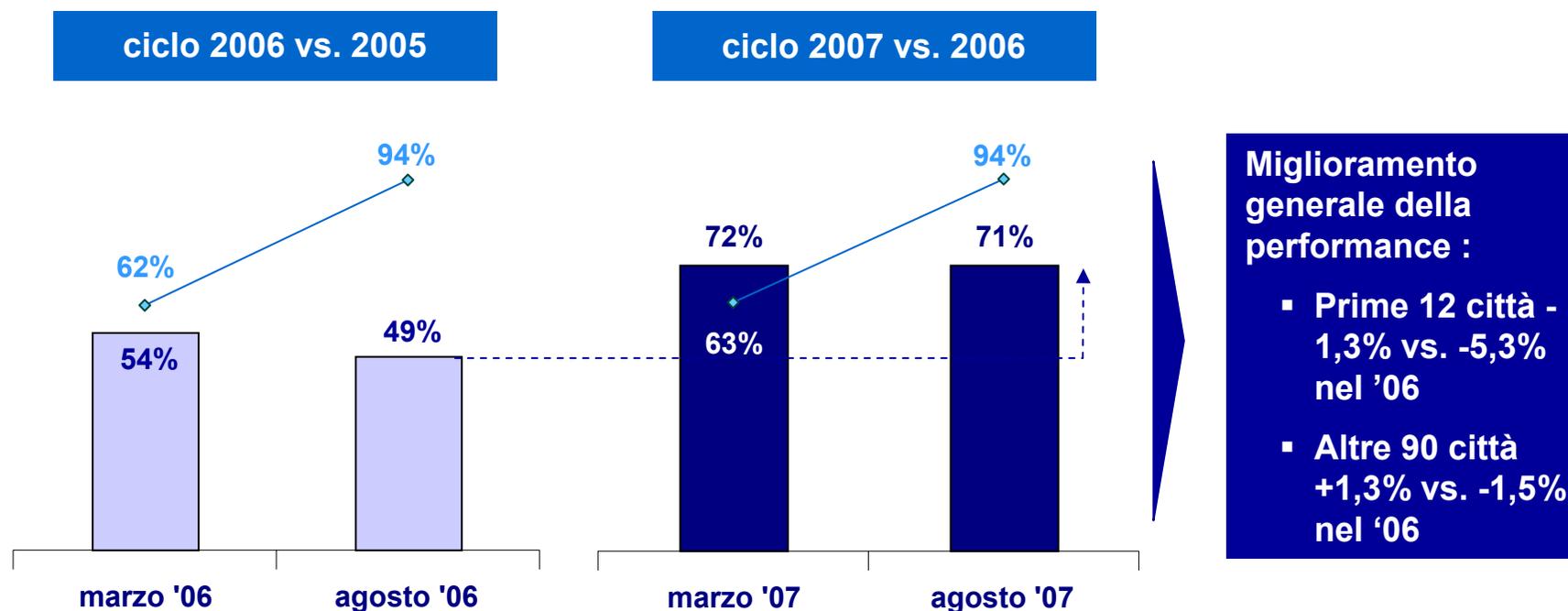
(*) Sugli ordini acquisiti al 24 agosto 2007

Costante e diffuso miglioramento dei prodotti cartacei a fronte di una quota maggiore di ordini acquisiti nel ciclo di vendita 2007

ANDAMENTO DELLA PERFORMANCE DEI PROD. CARTACEI NEL 2006 E 2007⁽¹⁾

Quota di città che registrano un miglioramento rispetto all'anno passato, Numero totale città = 103

◆ Quota di ordini elaborati



(1) Solo Vendite Business

PG Visual continua a contribuire alla crescita delle vendite internet e dell'ARPA dei prodotti cartacei, dimostrando il valore dei nuovi video pubblicitari

IMPATTO DI PG VISUAL SULL'ANDAMENTO DEL BUSINESS⁽¹⁾ 2007

15.600 inserzionisti dal lancio in ottobre

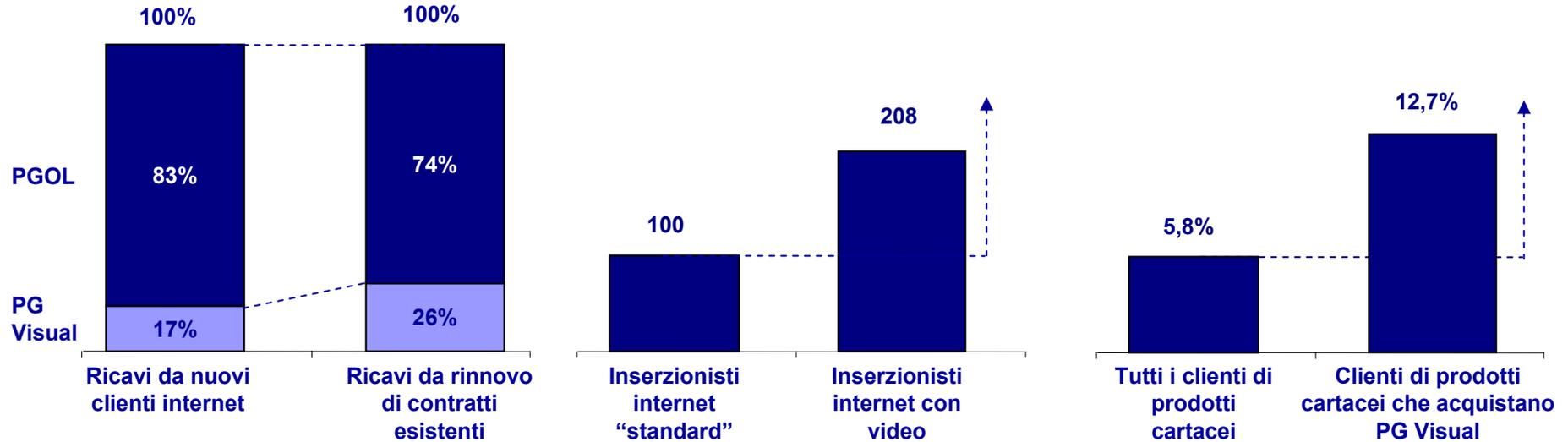
A PG Visual è attribuibile un quarto della crescita internet nel 2007...

... con un impatto positivo sul numero di click per inserzionista ...

...e della crescita dell'ARPA dei prodotti cartacei

Numeri di indice, media dei click mensili

Crescita dell'ARPA per i prodotti cartacei di contratti in rinnovo



(1) A giugno 2007

Indice

■ Risultati H1 2007	pag.	5
– <i>Gruppo</i>	“	5
– <i>Aree di Business</i>	“	9
■ Andamento del business di Seat S.p.A.	“	14
■ Sviluppo del business–Attività internazionali	“	19
■ Evoluzione della gestione	“	25
■ Appendice	“	27

Avviata l'attuazione del piano d'azione del Gruppo per la crescita in Europa nei prossimi 3-5 anni

STRATEGIA DI SEAT IN EUROPA



Il marketing on-line si afferma come il media promozionale più utilizzato nel segmento B2B

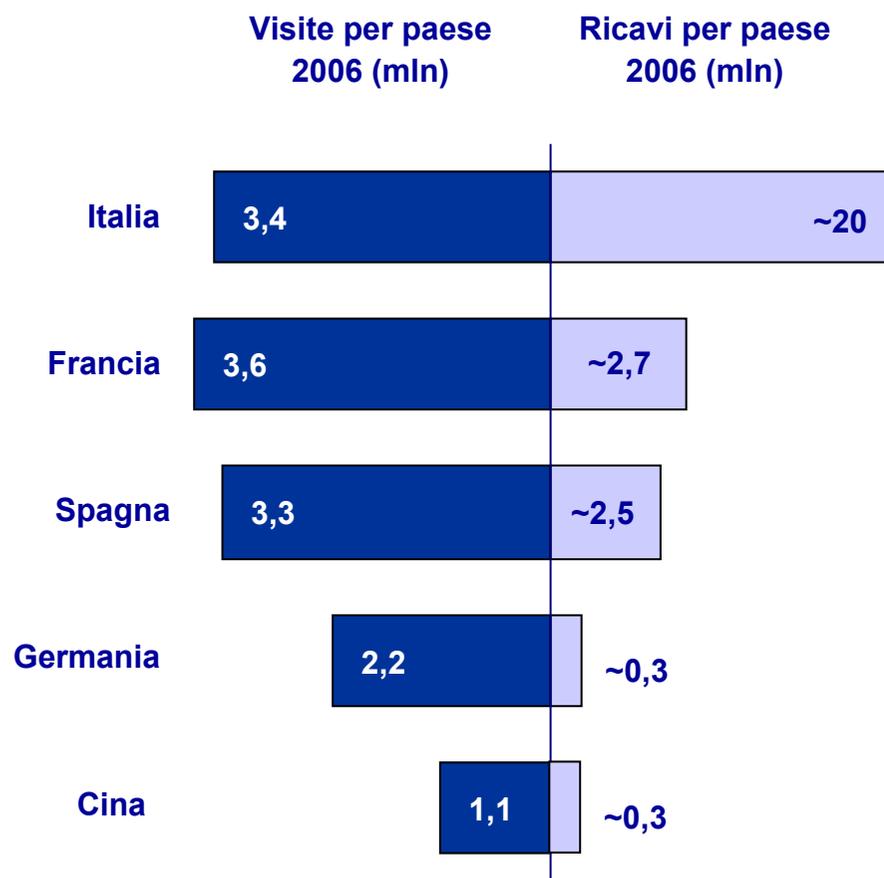
Di quali strumenti ti sei servito l'anno scorso per promuovere la tua società all'estero?

	ITALIA	FRANCIA	GERMANIA
Internet	74%	75%	85%
Fiere ed esposizioni commerciali	64%	55%	78%
Visite dirette	42%	27%	53%
Rete di distribuzione	36%	17%	39%
Direct marketing	34%	29%	28%
Riviste di settore	32%	22%	49%
Directories commerciali	21%	20%	28%
Viaggi d'affari	12%	2%	32%
Stampa, radio o TV	9%	7%	6%

Fonte : ricerche marketing Europages 2006-2007

Iniziati gli investimenti di Europages per potenziare le vendite in Europa e in altri mercati ad alto potenziale per sfruttare l'elevato utilizzo

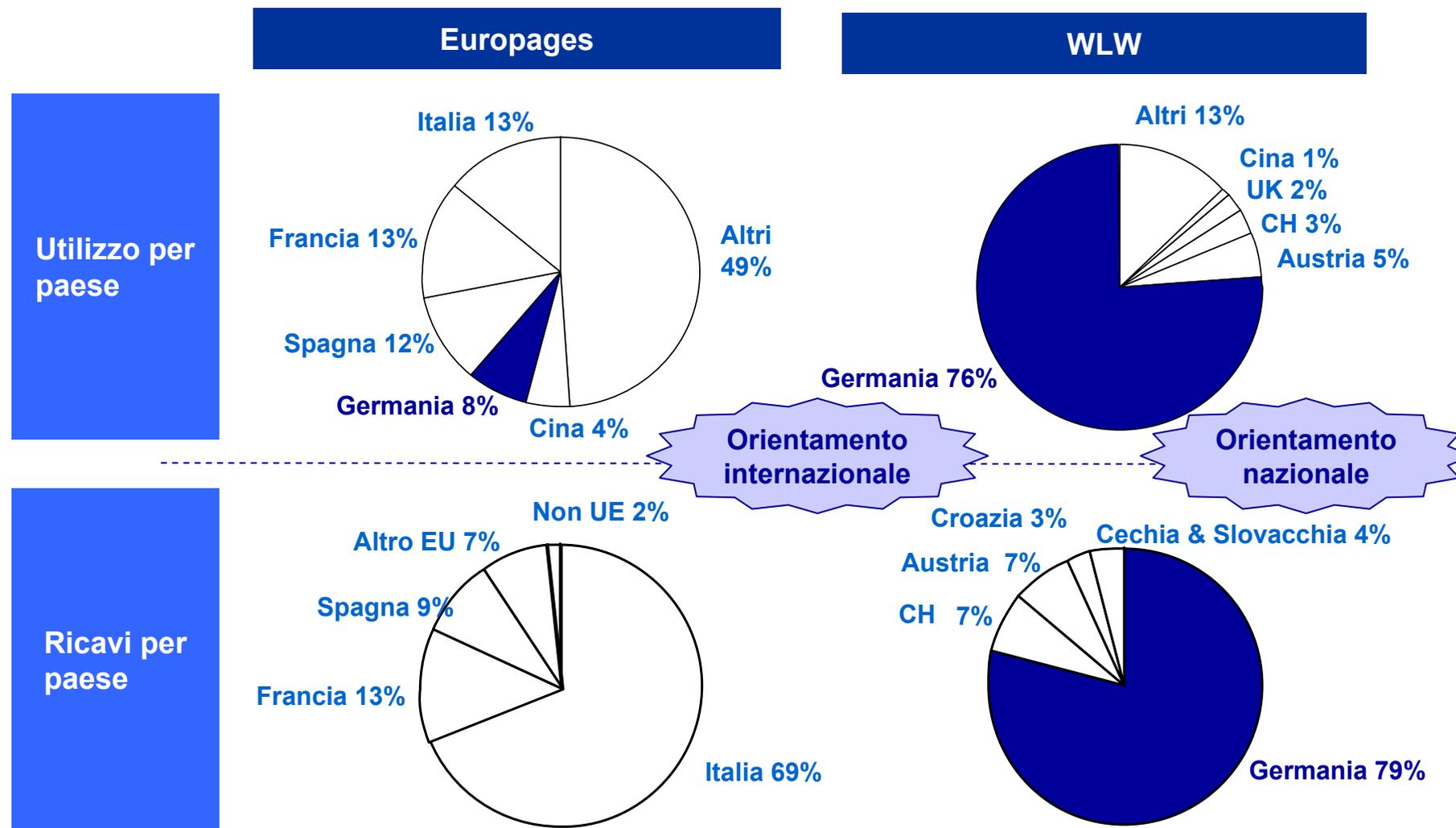
Potenziale di mercato



Organizzazione delle vendite

- ▶ Storicamente rete di vendita di Seat
- ▶ Fino al 2006, accordo con Pages Jaunes; dal 2007 forza vendita diretta (attualmente ca. 50 agenti)
- ▶ Accordo di vendita con Yell Publicidad
- ▶ Sviluppo di una forza vendita diretta nel 2007 (attualmente ca. 23 agenti)
- ▶ Accordo commerciale con China Telecom Yellow Pages (test di vendita nel Q4'07)

La posizione di leadership di WLW sui mercati B2B di lingua tedesca è perfettamente complementare alla dimensione internazionale di Europages



Fonte: Capital Market Day, 27 novembre 2006; Alexa; NetStat.

L'acquisizione di WLW rafforzerà sensibilmente la posizione di Seat sul mercato B2B online europeo

Il Piano e le sinergie saranno resi noti dopo il closing

	Europages	WLW	Europages & WLW
Dati economici (2006)	Ricavi: 29 mln Ebitda: 8,0 mln (inclusa Seat S.p.A.)	Ricavi: 34,3 mln Ebitda: 7,5 mln	Ricavi: 63,3 mln Ebitda: 15,5 mln
Utilizzo	1,8 mln di utenti unici mensili da 200 paesi	1,6 mln di utenti unici mensili (soprattutto in Germania)	~3 mln di utenti unici mensili B2B
Base clienti	25K inserzionisti (70% in Italia e 30% nel resto dell'Europa continentale)	30K inserzionisti (75% in Germania)	~55K inserzionisti
Forza vendita	Accordi società di Directories (Seat-Italia, Yell-Spagna) Vendite dirette (Francia 50 agenti, Germania 23 agenti) Distributori terzi (altri 17 paesi in Europa&Asia)	82 agenti di vendita in Germania Copertura vendite altri 4 paesi	Buona copertura delle vendite in Europa continentale & distribuzione affidata a terzi in Europa orientale e Asia

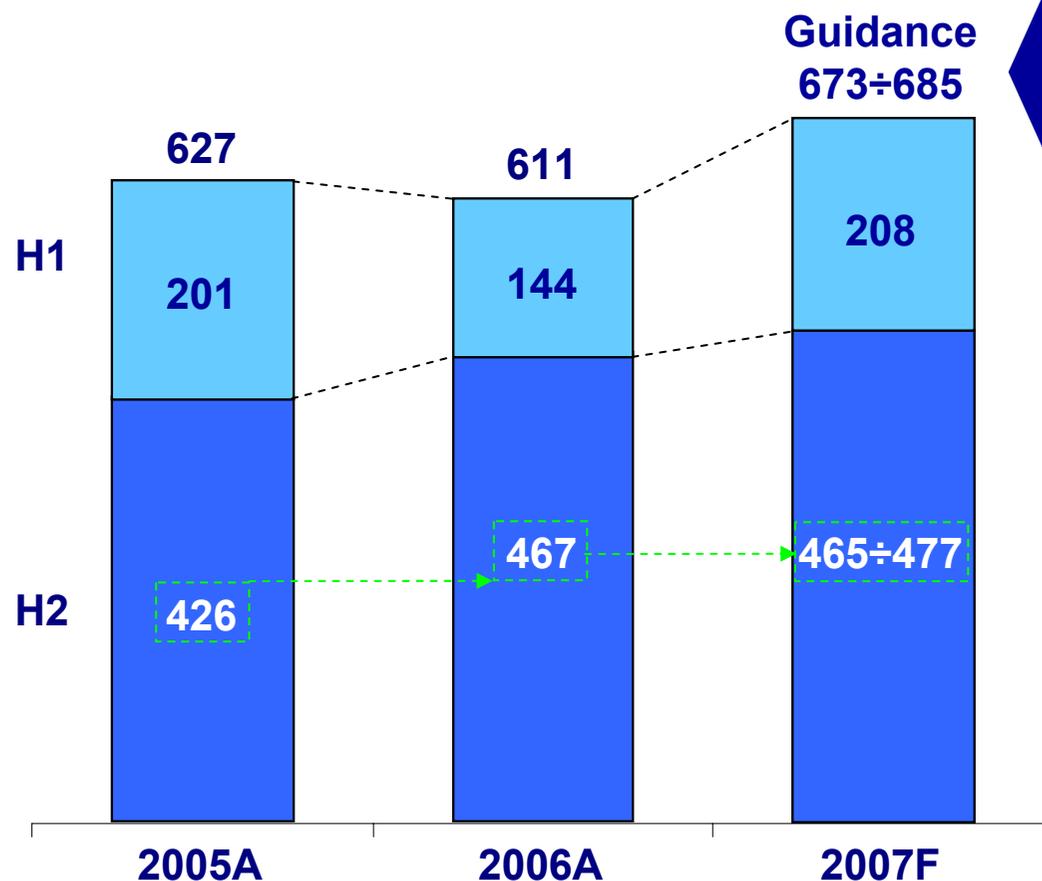
Indice

■ Risultati H1 2007	pag.	5
– <i>Gruppo</i>	“	5
– <i>Aree di Business</i>	“	9
■ Andamento del business di Seat S.p.A.	“	14
■ Sviluppo del business–Attività internazionali	“	19
■ Evoluzione della gestione	“	25
■ Appendice	“	27

Confermata la guidance sull'Ebitda di Gruppo per il 2007 (+10÷12%)

EVOLUZIONE DELL'EBITDA DI GRUPPO

Dati like for like⁽¹⁾



Confermata la guidance 2007 per l'Ebitda di Gruppo tra +10÷12%, come nell'H2'07:

- Seat S.p.A. continuerà a incrementare ricavi e Ebitda, grazie alla ristrutturazione del business e all'innovazione di prodotto
- Telegate continuerà a crescere
- I risultati di Thomson risentiranno della ristrutturazione della rete di vendita
- Europages continuerà a investire per sviluppare una forza vendita in Francia e Germania

1) A parità di elenchi pubblicati in Seat e Thomson (slittamento di un elenco) e tassi di cambio

Indice

■ Risultati H1 2007	pag.	5
– <i>Gruppo</i>	“	5
– <i>Aree di Business</i>	“	9
■ Andamento del business di Seat S.p.A.	“	14
■ Sviluppo del business–Attività internazionali	“	19
■ Evoluzione della gestione	“	25
■ Appendice	“	27

Altre società

Consodata Italia

euro milioni

	H1 2006	H1 2007	Variaz.
Ricavi	11,4	9,9	(13,2)%
Margine Operativo Lordo	1,3	1,5	15,4%
<i>% sui ricavi</i>	11,4%	15,2%	3,7%
EBITDA	1,4	1,5	7,1%
<i>% sui ricavi</i>	12,3%	15,2%	2,9%

Riflette la riconversione del modello di business orientato alla vendita di prodotti a maggiori margini (data content, geo-marketing)

Beneficia anche delle efficienze relative al costo del lavoro (area commerciale) e ai costi operativi

Europages

euro milioni

	H1 2006	H1 2007	Variaz.
Ricavi	6,1	12,5	n.m.
Margine Operativo Lordo	(0,6)	1,3	n.m.
<i>% sui ricavi</i>	(9,8)%	10,4%	20,2%
EBITDA	(0,7)	1,0	n.m.
<i>% sui ricavi</i>	(11,5)%	8,0%	n.m.

Forte aumento dei ricavi grazie al contributo positivo delle attività internet in Italia e Spagna (+4,7 mln euro vs. H1'06) e ai primi risultati positivi della vendita diretta in Francia

Risultati positivi dovuti al bilanciamento del più alto costo del lavoro legato al rafforzamento della rete di vendita con la crescita dei ricavi

Singole società: analisi finanziaria H1'07

GRUPPO SEAT

<i>euro milioni</i>	Ricavi			Ebitda			Ebita		
	H1'06	H1'07	Variaz.	H1'06	H1'07	Variaz.	H1'06	H1'07	Variaz.
Seat S.p.A ⁽¹⁾	417,3	428,4	2,7%	161,9	179,9	11,1%	153,2	167,0	9,0%
TDL	61,2	58,5	(4,4)%	(2,0)	2,5	n.m.	(3,3)	1,0	n.m.
Telegate	88,2	86,7	(1,7)%	(5,2)	22,5	n.m.	(8,5)	18,7	n.m.
Consodata	11,4	9,9	(13,2)%	1,4	1,5	7,1%	0,4	0,6	50,0%
Europages⁽²⁾	6,1	12,5	n.m.	(0,7)	1,0	n.m.	(0,9)	0,5	n.m.
Prontoseat⁽³⁾	4,6	6,3	37,0%	(0,2)	0,4	n.m.	(0,6)	0,0	n.m.
Cipi	8,6	8,5	(1,2)%	(0,2)	(0,3)	(50,0)%	(0,6)	(0,6)	n.m.
Aggregato	597,5	610,7	2,2%	155,0	207,6	33,9%	139,8	187,2	33,9%
Elisioni	(23,9)	(28,4)	n.m.	0,0	0,0	n.m.	0,0	0,0	n.m.
Totale	573,6	582,3	1,5%	155,0	207,6	33,9%	139,8	187,2	33,9%

(1) *Incluso 89.24.24 e costi corporate*

(2) *Ex Euredit*

(3) *Ex IMR*

Singole società: analisi finanziaria Q2'07

GRUPPO SEAT

<i>euro milioni</i>	Ricavi			Ebitda			Ebita		
	Q2'06	Q2'07	Variaz.	Q2'06	Q2'07	Variaz.	Q2'06	Q2'07	Variaz.
Seat S.p.A ⁽¹⁾	288,9	315,7	9,3%	139,5	170,1	21,9%	135,0	163,3	21,0%
TDL	40,4	39,1	(3,2)%	7,7	9,3	20,8%	7,0	8,6	22,9%
Telegate	41,0	42,7	4,1%	(4,6)	11,4	n.m.	(6,3)	9,5	n.m.
Consodata	5,8	5,4	(6,9)%	1,1	1,4	27,3%	0,6	0,9	50,0%
Europages⁽²⁾	6,0	10,8	80,0%	1,3	3,2	146,2%	1,2	2,9	141,7%
Prontoseat⁽³⁾	2,3	3,4	47,8%	(0,2)	0,3	n.m.	(0,4)	0,1	n.m.
Cipi	4,7	5,4	14,9%	0,2	0,2	n.m.	0,0	0,1	n.m.
Aggregato	389,3	422,5	8,5%	178,3	196,0	9,9%	137,2	185,4	35,1%
Elisioni	(13,7)	(16,1)	n.m.	0,0	0,0	n.m.	0,0	0,0	n.m.
Totale	375,6	406,4	8,2%	145,0	196,0	35,2%	137,2	185,4	35,1%

(1) *Incluso 89.24.24 e costi corporate*

(2) *Ex Euredit*

(3) *Ex IMR*

Conto Economico sotto Ebitda del Gruppo Seat

GRUPPO SEAT

<i>euro milioni</i>	H1 2006	H1 2007	Variaz.
EBITDA like for like	144,0	207,6	44,1%
EBITDA	155,0	207,6	33,9%
<i>% sui ricavi</i>	27,0%	35,6%	8,6%
Ammortamenti operativi	(15,2)	(20,4)	34,0%
EBITA	139,8	187,2	33,9%
<i>% sui ricavi</i>	24,4%	32,1%	7,8%
Amm.ti e svalut. extra operative	(81,0)	(81,0)	n.m.
Oneri di natura non ricorrente e di ristr.	(4,9)	(10,5)	111,6%
EBIT	53,8	95,7	77,9%
<i>% sui ricavi</i>	9,4%	16,4%	7,1%
Saldo proventi (oneri) finanz.	(124,0)	(120,0)	(3,2)%
Utili (perdite) da valutazione e cessione di partecipazioni	(0,02)	(3,33)	n.m.
Risult. prima delle imposte	(70,2)	(27,6)	60,6%
Imposte sul reddito	(1,6)	(0,6)	(59,8)%
Risultato di competenza di terzi	2,4	(2,8)	n.m.
Risultato dell'esercizio	(69,3)	(31,1)	55,2%

Stato Patrimoniale

GRUPPO SEAT

<i>euro milioni</i>	31/12/2006	30/06/2007	Variaz.
Goodwill e Customer Data Base	3.997,7	3.915,8	(81,9)
Altri attivi non correnti	166,8	175,2	8,4
Passivi non correnti	(78,6)	(71,0)	7,5
Capitale circolante	292,0	195,4	(96,6)
Capitale investito netto	4.377,9	4.215,4	(162,5)
Totale patrimonio netto	1.075,4	1.006,6	(68,9)
Indebitamento finanziario netto "contabile"	3.302,5	3.208,8	(93,6)
Totale	4.377,9	4.215,4	(162,5)
Indebitamento finanziario netto	3.405,8	3.316,2	(89,6)
Rettifiche "IAS"	(103,3)	(107,3)	(4,0)
Indebitamento finanziario netto "contabile"	3.302,5	3.208,8	(93,6)

Analisi indebitamento finanziario netto

Al 30 giugno 2007

Debt Facility (mln di euro)	Ammontare	Rimborsi	Interessi
DEBITO LORDO	3.465,5		
• Debito bancario senior	1.909,5		
Term Loan A (*)	1.445,0	Ammort. dic 07(*) giu 2012	Euribor+1,685% ⁽³⁾
Term Loan B (*)	464,5	Bullett giu 2013	Euribor+2,26% ⁽³⁾
Revolving ⁽¹⁾	0	R.F. disponibile fino a giu 2012	Euribor+1,685% ⁽³⁾
• Debito subordinato vs Lighthouse ⁽²⁾	1.300	Aprile 2014	8% fisso
• Titoli Asset Backed	256	Gennaio 2014	Tasso comm. paper + 0,1% compl.
CASSA, disponibilità liquide e altro			
PFN	-149,4		
GRUPPO SEAT	3.316,1		
Adeguamenti IAS:			
Costi di transazione	-92,2		
Strumenti derivati (positivi) Mark to Market	-15,1		
PFN GRUPPO – VAL. CONTABILE	3.208,8		

(*) 50 mln di euro versati a giugno a titolo di rimborso anticipato della quota della Tranche A (79,15 mln di euro), in scadenza a dicembre 2007; versati inoltre nell'H1'07 50 mln di euro della Tranche B. Rimborso totale del debito da aprile 2004, pari a 949 milioni di euro, dei quali 254,4 milioni grazie al programma di cartolarizzazione

Costo integrale del debito per il H1'07 6,4% da 5,9% nell' H1'06 dopo un aumento della componente euribor dell'1,2% (euribor medio H1'06 2,6% vs. euribor medio H1'07 3,8%)

(1) Richiamabile 90 milioni di euro

(2) Lighthouse ha finanziato il debito subordinato 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

La politica di copertura protegge Seat dall'aumento dell'euribor

- **2007**: copertura debito 86% (Bond 1.300 mln, FRA 850 mln, Collar medio 979 mln)
- **2008 - 2009**: copertura debito 88% (Bond 1.300 mln, FRA 150 mln, Collar medio 1.537 mln)
- **2010 - 2011**: copertura debito 81% (Bond 1.300 mln, Collar medio 641 mln, IRS medio 325 mln)

Come riferimento, un eventuale aumento di 100 b.p. sui tassi di interesse nel 2008 avrebbe un impatto contenuto sul bilancio Seat (un aumento di circa 11 mln di euro di interessi passivi)

