

Risultati del Primo Trimestre 2008

Luca Majocchi - *CEO*
Stefano Canu - *IR Manager*

Milan, 12 maggio 2008

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 2008. I dati contabili esposti nelle presenti diapositive sono tratti dalla Relazione Trimestrale al 31 marzo 2008, da presentarsi ai sensi di legge. La relazione relativa al Primo Trimestre 2008 contiene la dichiarazione del CEO della Società, Dott. Luca Majocchi, 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.

Indice

Risultati del Gruppo

4

Andamento del business in Italia

Andamento dei business internazionali

Evoluzione della gestione

Appendice

Ricavi ed Ebitda del Gruppo stabili in un trimestre poco significativo a causa della stagionalità

GRUPPO SEAT

euro milioni	Ricavi			Ebitda		
	Q1 2007	Q1 2008	Variaz.	Q1 2007	Q1 2008	Variaz.
Attività italiane	123,2	122,6	(0,5)%	9,5	10,5	10,3%
Seat S.p.A	112,7	110,5	(2,0)%	9,8	9,7	(1,2)%
Consodata	4,5	5,7	26,7%	0,1	1,0	n.m.
Prontoseat	2,9	2,7	(6,9)%	0,1	0,2	n.m.
Cipi	3,1	3,7	19,4%	(0,5)	(0,4)	20,0%
Attività internazionali	65,1	66,8	2,6%	2,1	1,1	(47,6)%
TDL	19,4	16,3	(16,0)%	(6,8)	(7,6)	(11,8)%
Telegate	44,0	39,7	(9,8)%	11,1	9,2	(17,1)%
Europages	1,7	2,2	29,4%	(2,2)	(1,9)	13,6%
WLW ⁽¹⁾	0,0	8,6	n.m.	0,0	1,4	n.m.
Elisioni e rettifiche	(12,3)	(12,9)	n.m.	0,0	0,0	n.m.
Totale	175,9	176,4	0,3%	11,6	11,6	(0,4)%

Ricavi in Italia stabili nonostante il deterioramento dello scenario economico e il confronto con un solido Q1'07 (+ 9,2% vs. Q1'06 a 112,8 mn di euro)

Ricavi del gruppo TDL in calo, in linea con le previsioni (-5,4% in sterline) che riflette un miglioramento dei ricavi del canale "core" delle PMI, e le difficoltà di vendita per la categoria delle istituzioni finanziarie maggiormente colpita dalla crisi del mercato del credito

Altre attività internazionali in linea con le previsioni

(1) Consolidato nel Q4'07

Consistente generazione di cassa sostenuta da un aumento negli incassi

FREE CASH FLOW OPERATIVO DEL GRUPPO SEAT

euro milioni	Q1 2007	Q1 2008	Variaz.	
			mln	%
Ebitda	11,6	11,6	(0,0)	(0,4)%
Diminuzione (aumento) capitale circolante operativo	116,7	130,8	14,1	12,1%
(Diminuzione) aumento passività non correnti operative	(0,9)	(1,9)	(1,0)	n.m.
Investimenti industriali	(9,2)	(11,3)	(2,1)	23,1%
Free cash flow operativo	118,3	129,1	10,8	9,1%
Saldo proventi (oneri) finanziari	(54,9)	(57,1)	(2,2)	4,0%
Altri ⁽¹⁾	(0,5)	(3,8)	(3,3)	n.m.
Deleverage	62,9	68,2	5,3	8,5%
	FY 2007	Q1 2008	Variaz.	
			mln	
Indebitamento finanziario netto	3.274,3	3.206,1	(68,2)	

Ulteriore miglioramento nel Q1'08 del capitale circolante vs. il Q1'07 (+ 13% rispetto al Q1'06 a 103,4 milioni di euro)

Oneri finanziari netti ampiamente in linea col Q1'07 grazie al deleverage e al ridotto costo del debito (costo complessivo del finanziamento a 6,52% nel Q1'08 rispetto al 6,25% nel Q1'07 pur in presenza dell'aumento dell'Euribor a 3 mesi di 104 b.p.)

L'acquisizione di klickTel influenzerà il Q2'08
Già rimborsati gli 82 milioni di euro del senior debt in scadenza a giugno'08

(1) Inclusi imposte, dividendi, acquisizioni e altro

Indice

Risultati del Gruppo

Andamento del Business in Italia

7

Andamento dei Business internazionali

Evoluzione della gestione

Appendice

Ricavi in linea con un forte Q1'07 nonostante un difficile scenario economico

SEAT S.p.A. - RIPARTIZIONE DEI RICAVI

Nel Q1'07 forte aumento dei ricavi (+11,5% vs. Q1'06) sostenuto da PG online (+22,7%) e dai ricavi pubblicitari del canale voice (+ 62,8%)

euro milioni	Q1 2006	Q1 2007	Q1 2008	Variaz. '08 vs. '07	
	like for like			mln	%
Ricavi					
Core Print-Centered	77,9	86,2	82,8	(3,4)	(4,0)%
-Pagine Gialle/Pagine Bianche e Prodotti Local	51,5	51,0	50,4	(0,6)	(1,1)%
-Pagine Gialle online	19,3	23,7	22,3	(1,4)	(6,1)%
-Raccolta pubblicitaria su telefono ⁽¹⁾	7,1	11,5	10,1	(1,4)	(12,3)%
B2B⁽²⁾	4,0	4,0	3,9	(0,2)	(4,0)%
Altri⁽³⁾	19,1	22,5	23,8	1,4	6,1%
Totale	101,0	112,7	110,5	(2,2)	(2,0)%

Carta (PG/PB & prodotti local) stabile nel Q1'08. Atteso un impatto negativo sulle directory pubblicate nel Q2'08 (Milano, Torino) a causa del rallentamento dell'economia nei mesi di gennaio e febbraio

I ricavi pubblicitari del canale internet e voice si sono mantenuti ai livelli alti del Q1'07 (I'H1'07 aveva registrato una forte crescita grazie al lancio di nuove offerte)

I prodotti B2B carta stanno scontando il riposizionamento dell'offerta su Internet, processo ancora in corso

I ricavi degli altri prodotti mostrano un positivo andamento

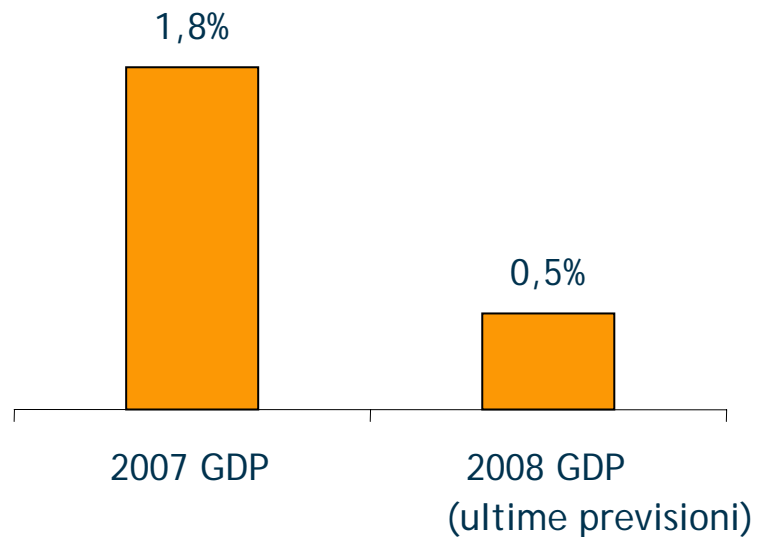
(1) Ricavi pubblicitari di 89.24.24 PPG e 12.40 PPB (2) Annuario Seat, PG Professional e Kompass (carta & online)

(3) Giallo Promo, Giallo Dat@ e altri ricavi

Andamento del core-print-centered business influenzato dal rallentamento dell'economia

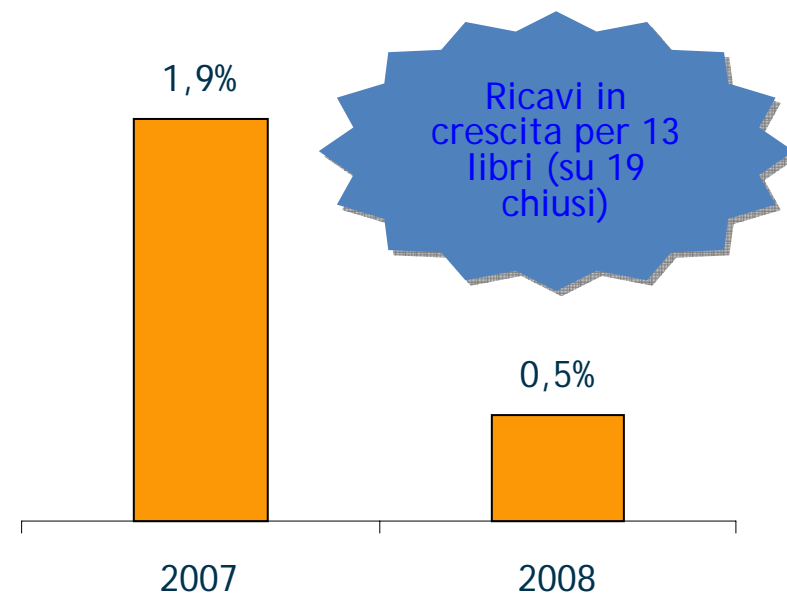
Lo scenario economico ha subito un netto peggioramento tra la fine del 2007 e l'inizio del 2008

PIL reale ⁽¹⁾



Nonostante il rallentamento dell'economia, l'andamento del core-print-centered business (*carta+telefono+internet*) è ancora positivo

Ordini acquisiti sui libri chiusi - PG&PB+Internet+Telefono⁽²⁾



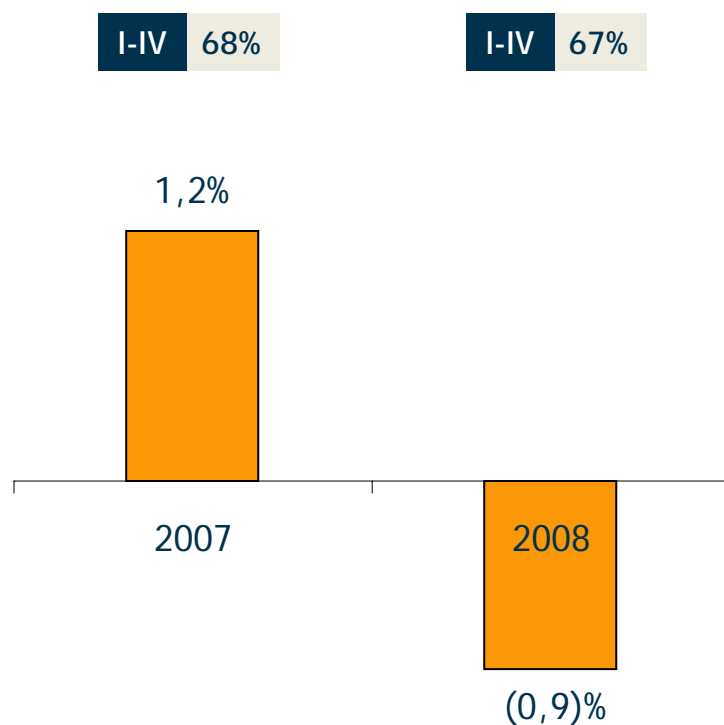
(1) Fonte: Comitato UE

(2) Vendite canale PMI che rappresentano l'84% degli ordini totali al 25 Aprile 2008

Le vendite del segmento carta hanno risentito negativamente dell'atteggiamento conservativo degli inserzionisti, ma non si prevedono ulteriori rallentamenti

SEAT S.p.A. - ORDINI ACQUISITI PG&PB (1)

Quota ordini lavorati sino ad oggi



Andamento di PG&PB in rallentamento, a causa dell'atteggiamento conservativo degli inserzionisti

Considerando che l'H2'07 ha mostrato un andamento simile, nell'H2'08 non sono attesi ulteriori rallentamenti se lo scenario economico rimarrà inalterato

(1) Tutti i canali di vendita al 25 Aprile 2008

Vendite del canale Internet in linea con le previsioni, dal momento che il rallentamento rispetto al Q1'07 è dovuto ad una diversa pianificazione delle campagne di vendita per il periodo 2007-2008...

SEAT S.p.A. - RICAVI DELLE PG ONLINE PER TRIMESTRE

milioni di euro

euro milioni	2006	2007	2008	Variaz.	
				'07 vs. '06	'08 vs. '07
Trimestri	<i>like for like</i>				
Q1	19,3	23,7	22,3	22,7%	(6,1)%
Q2	21,0	28,0		33,3%	↓
Q3	27,6	26,5		(3,9)%	↑
Q4	55,6	58,9		5,9%	↑↑
Totale	123,5	137,1		11,0%	↑

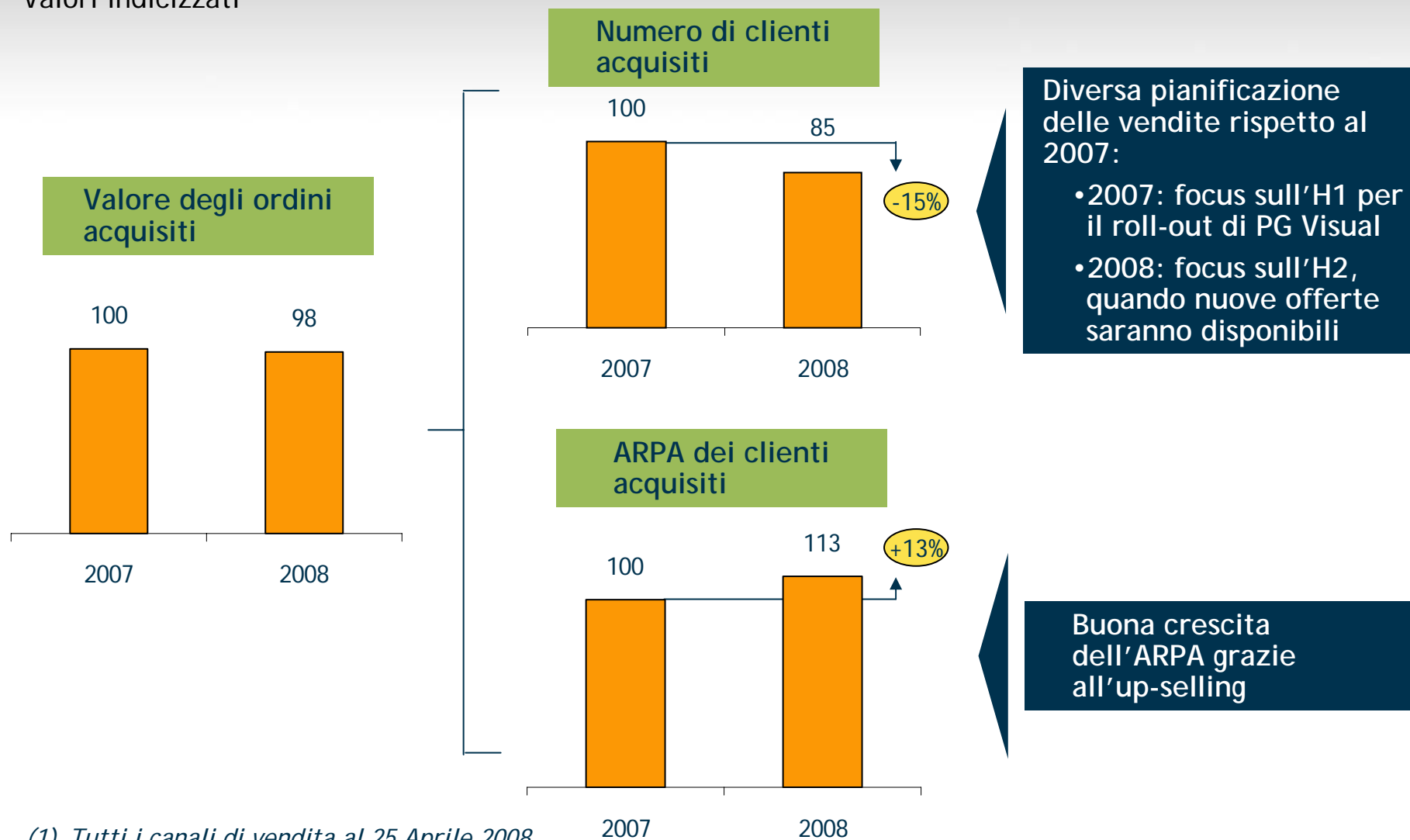
Accelerazione dei ricavi da Internet attesa dal Q3'08 e sostenuta da:

- Rafforzamento dell'offerta Internet esistente
- Focus sul cross-selling e up-selling per i clienti del segmento print-centered-business
- Impatto della nuova strategia di vendita per i clienti solo Internet previsto dal Q4'08

... con un minore numero di ordini lavorati ad oggi, dal momento che la forza vendita si sta preparando alle nuove offerte che saranno lanciate nell'H2'08

RIPARTIZIONE DEGLI ORDINI INTERNET 2008 ACQUISITI (1)

Valori indicizzati



(1) Tutti i canali di vendita al 25 Aprile 2008

In corso la strategia di Seat per rafforzare la forza vendita e migliorare la qualità dei contenuti, dei servizi e l'utilizzo dei media

Status

Organizzazione

- Fabbrica di software internet e team di R&S dedicato già costituiti



Prodotto

- Nuova offerta base a basso prezzo su Internet per aumentare il cross-selling
- Nuova offerta PB finalizzata all'up-selling per gli inserzionisti carta-internet PB esistenti
- Nuove tecniche SEO e servizi di "web agency"



Utilizzo

- L'unicità dei contenuti locali Seat e la qualità delle funzioni di ricerca sono elementi chiave per attrarre e soddisfare gli utenti
- Utilizzo di tecniche SEO per aumentare il traffico da parte dei motori di ricerca (mentre gli accordi con i portali diventano meno strategici in un web con una forte presenza di Google)








Forza vendita

- Rafforzare la forza vendita da dedicare ai potenziali clienti solo Internet
- ~300 agenti e telesales da dedicare ai clienti internet nel corso del 2008 (~100 riposizionati dalle vendite local)
- Complessivamente si prevede un'espansione della forza vendita da 2,000 a 2,200 unità



Prodotto - Lancio di nuove offerte in linea con i piani

Strategia	Nuova offerta	Timing Mar Apr Mag Giu Lug Ago Set
<ul style="list-style-type: none"> •Aumento della penetrazione sui clienti delle PG cartacee esistenti •Nuovi inserzionisti solo Internet 	Nuova offerta a basso prezzo sulle PG online	
Aumento della penetrazione sui clienti delle PB cartacee esistenti	Nuova offerta da vendere separatamente (in aggiunta a quella bundle carta/internet)	
Penetrare il segmento di fascia alta dei potenziali clienti solo Internet tramite un offerta "web agency" basata su tecniche SEO/SEM	SEO Professional	
	PG click (SEM)	
Offerta "premium price" per priorità di uscita nei risultati di ricerca online	Priorità d'uscita	

Prodotto - Lancio di una nuova offerta PG online a basso prezzo per incrementare il cross selling

La nuova offerta consentirà ai piccoli inserzionisti di essere online a un costo contenuto, ma beneficiando di un efficace servizio di ricerca a livello locale

Il test di vendita partito alla fine di gennaio ha evidenziato risultati positivi

200÷300 €

Funzionalità a valore aggiunto (es. mappa interattiva)

Numero limitato di categorie di valore elevato

Informazioni essenziali

Mappe Interattive
[Guarda la foto aerea](#)
[Calcola il percorso](#)
[Salva su Outlook®](#)
[Segnala ad un amico](#)

Categorie merceologiche: Abbigliamento donna

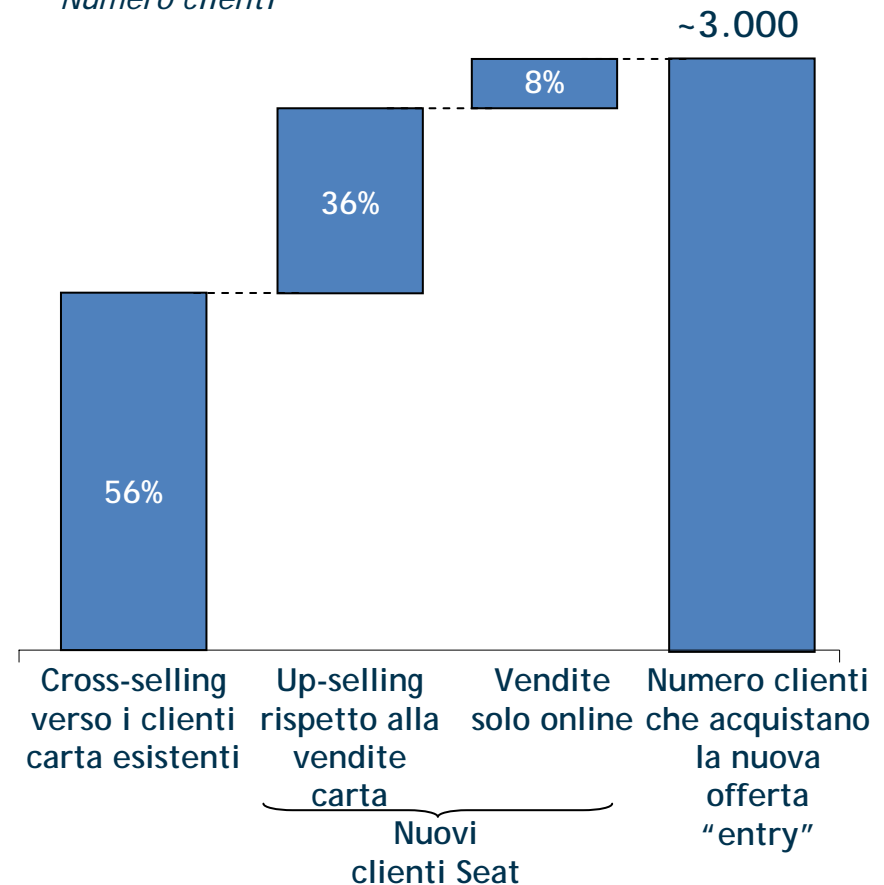
Reparti
 > abbigliamento donna > jeanseria conformata

Prodotti
 > maglieria conformata

Servizi
 > franchising > ingresso abbigliamento > over size
 > pronto moda > taglie conformate

Informazioni Generali
 Partita IVA: 02772270654
 Contatto: Gerardo Regina

Numero clienti

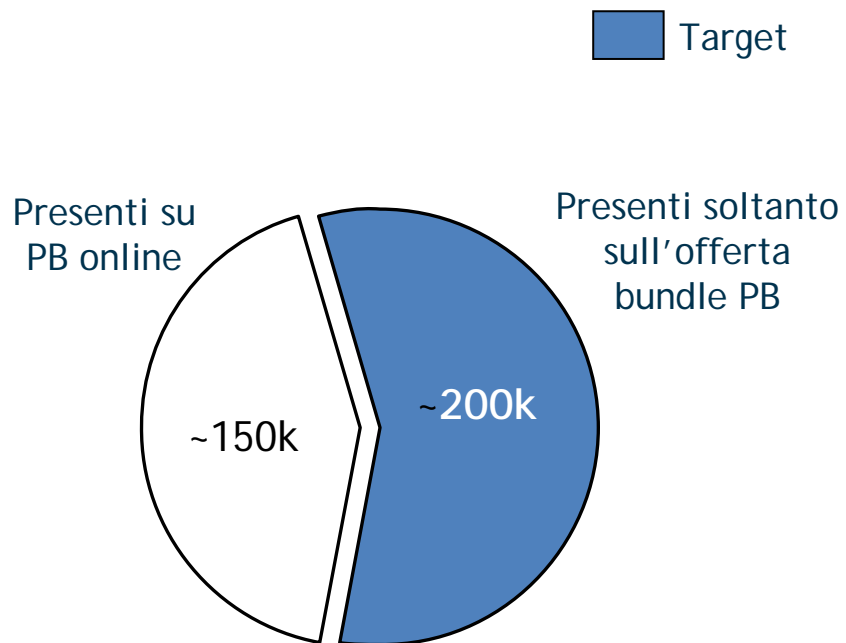


Prodotto - Nuova offerta da vendere separatamente (in aggiunta a quella bundle carta/internet) per incrementare l'up-selling e monetizzare l'utilizzo

Il mercato target sono le numerose piccole aziende interessate a ulteriori contenuti e ad una maggiore visibilità in aggiunta a quella bundle carta/internet sulle PB

La nuova offerta permetterà agli inserzionisti di essere presenti online sul sito PB con contenuti e funzionalità di valore elevato

Numero di inserzionisti PB



Siti di ricerca

URL dell'azienda visualizzato in cima alla pagina web

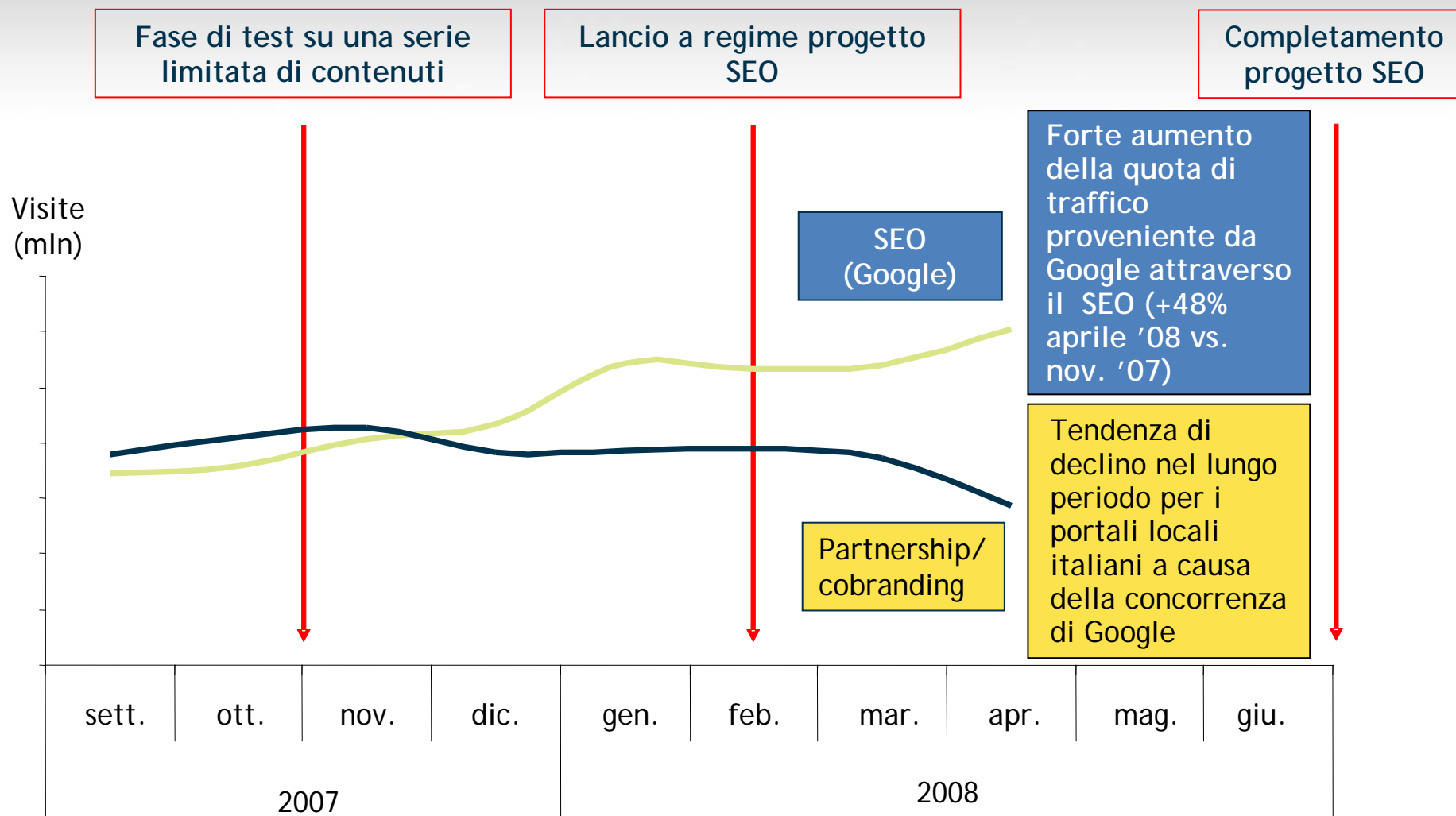
Descrizione e attività dell'azienda

Funzionalità disponibili

Posizione dell'azienda (immediatamente visualizzata sulla mappa)

Utilizzo - La strategia volta a incrementare il traffico sull'ecosistema Internet che ruota intorno ai motori di ricerca è stata avviata e i risultati finora registrati sono positivi

FONTI DEL TRAFFICO INTERNET VERSO PG.it



Forza vendita - Iniziative per aumentare la forza vendita avviate come previsto

EVOLUZIONE AGENTI DI VENDITA SEAT

	Fine 2007	Aprile '08	Variaz.	
Vendite PMI	1.280	1.425	145	<p>95 nuovi agenti di vendita assunti per l'acquisizione di nuovi clienti nel print-centered-business</p>
<i>-Core</i>	<i>1.280</i>	<i>1.375</i>	<i>95</i>	
<i>-Solo Internet</i>	<i>0</i>	<i>50</i>	<i>50</i>	<p>Agenti di vendita trasferiti dal canale vendite local e PMI a quello delle vendite solo Internet Ben avviata la ricerca di nuovi specialisti per le vendite Internet</p>
Vendite local	270	195	(75)	
Telesales	450	462	12	
Totale	2.000	2.082	82	<p>Obiettivo: 2.200 agenti di vendita totali entro la fine dell'anno</p>

(1) Riposizionamento in corso di agenti vendita local e PMI

Margini stabili, nonostante la contrazione dei ricavi, e costi operativi sotto controllo

SEAT S.p.A. - RIPARTIZIONE DEI COSTI

<i>euro milioni</i>	Q1 2007	Q1 2008	Variaz.	
			mln	%
Ricavi	112,7	110,5	(2,2)	(2,0)%
Costi industriali	(22,2)	(21,5)	0,7	(3,3)%
<i>% ricavi</i>	19,7%	19,4%		(0,3)%
Costi commerciali	(19,7)	(19,9)	(0,2)	0,8%
<i>% ricavi</i>	17,5%	18,0%		0,5%
Costi di pubblicità	(7,0)	(6,1)	0,9	(12,5)%
<i>% ricavi</i>	6,2%	5,6%		(0,6)%
Costo del lavoro e generali	(40,9)	(38,6)	2,3	(5,6)%
<i>% ricavi</i>	36,3%	35,0%		(1,3)%
Totale costi	(89,8)	(86,1)	3,7	(4,2)%
<i>% ricavi</i>	79,7%	77,9%		(1,8)%
Margine operativo lordo	22,8	24,4	1,5	6,7%
<i>% ricavi</i>	20,3%	22,1%		1,8%
Stanziam. netti rettif. ed a fondi per rischi ed oneri	(13,0)	(14,6)	(1,6)	12,6%
EBITDA	9,8	9,7	(0,1)	(1,2)%
<i>% ricavi</i>	8,7%	8,8%		0,1%

Ancora nessun impatto dei costi una tantum e degli investimenti volti a crescere le attività Internet (impatto atteso sul CE a partire dal Q2'08)

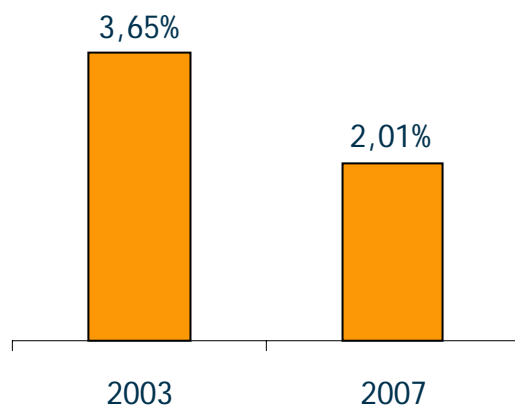
Costi industriali ampiamente sotto controllo (l'incremento è legato all'andamento dei ricavi e i costi per carta, stampa e distribuzione sono inferiori all'inflazione)

Costi commerciali stabili, per il mancato impatto della nuova forza vendita solo Internet

Spesa pubblicitaria in evoluzione secondo la nuova strategia media (pubblicità televisiva per i prodotti cartacei e nuovo mix di spesa per i servizi telefonici)

Nonostante il peggioramento dell'economia, la qualità del credito si mantiene buona, per effetto delle misure di gestione del credito intraprese in passato

Indice di solvibilità⁽¹⁾



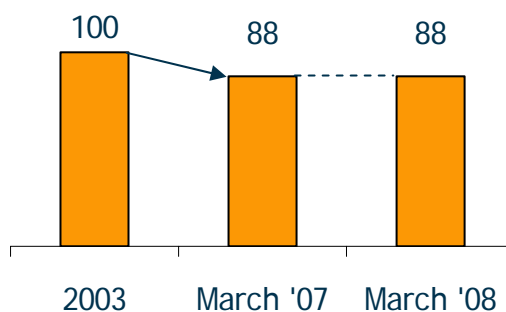
Crediti scaduti

Cifre indice



Giorni medi di incasso (DSO)

Cifre indice



Qualità del credito stabile grazie a criteri più severi adottati dopo il 2003

Nel primo trimestre, incremento dei fondi per ragioni "tecniche" (sistema impattato dall'accantonamento straordinario di 25 €m effettuato nel 2004)

(1) *Rischio di credito su portafoglio clienti, Seat Sistema Gestione del Credito*

Indice

Dati finanziari del Gruppo

Andamento del business in Italia

Andamento dei business internazionali

21

Evoluzione della gestione

Appendice

I risultati dei business internazionali per il Q1'08 sono allineati alle previsioni, con il management focalizzato sulla realizzazione dei rispettivi business plan

Thomson

- Ricavi totali in linea con le previsioni, con PMI stabili e contrazione dei ricavi sulla categoria rappresentata dalle istituzioni finanziarie
- Solido incremento a doppia cifra per le attività Internet dopo il rallentamento del 2007
- Turnover degli agenti di vendita (sul campo) ridotto

Telegate/ Klicktel

- Conclusa con successo l'acquisizione di KlickTel (che sarà consolidata a partire dal Q2'08), passo fondamentale per accelerare la strategia Internet di Telegate; piano di integrazione a buon punto
- L'attività caratteristica di Directory Assistance in Germania sconta il rallentamento generalizzato del mercato, secondo le previsioni
- Break-even raggiunto in Francia

WLW/ Europages

- Fusione di Europages AG in WLW e inizio delle vendite di Europages.com da parte di WLW (aprile '08)
- La Francia entra nel secondo anno di vendita diretta (prossimo check point al termine del Q2'08)

Turchia

- Attività in linea con il piano
- Pubblicazione primi elenchi nel corso del Q4'08

Indice

Dati finanziari del Gruppo

Andamento del business in Italia

Andamento dei business internazionali

Evoluzione della gestione

23

Appendice

In breve ...

Core business Italia:

- Seat S.p.A. sta operando secondo le nuove indicazioni strategiche definite lo scorso marzo:
 - ✓ La strategia incentrata sul core-print-centered business, ha consentito di dare stabilità ai ricavi, nonostante il rallentamento dell'economia e l'atteggiamento conservativo dei piccoli operatori commerciali e delle PMI
 - ✓ Le attività principali rivolte al nuovo mercato dei clienti interessati esclusivamente ai servizi Internet (prodotti, utilizzo, forza vendita) sono in linea con i piani
- L'effetto del rallentamento economico è stato superiore alle previsioni (soprattutto nel segmento B2B) per cui la stabilizzazione, anziché l'incremento dei ricavi, rappresenta un obiettivo più realistico (guidance precedente +1÷1,5%)
- Un'efficace gestione dei costi proteggerà l'Ebitda in questa fase caratterizzata da una modesta espansione dei ricavi dovuta alla congiuntura e alla fase ancora iniziale della nuova strategia Internet (non ancora in grado di contribuire alla crescita delle attività)

L'andamento dei business internazionale è in linea con le previsioni e il management è concentrato sulla realizzazione dei rispettivi business plan

Ai primi di agosto verrà fornito un aggiornamento sull'evoluzione operativa della nuova strategia internet in Italia

Q & A

Indice

Dati finanziari del Gruppo

Andamento del business in Italia

Andamento dei business internazionali

Evoluzione della gestione

Appendice

26

Conto Economico Gruppo Seat

CONTO ECONOMICO GRUPPO SEAT

<i>euro milioni</i>	Q1 2007	Q1 2008	Variaz.
Sales and Services Revenues	175,9	176,4	0,3%
Costi operativi e del lavoro	(150,2)	(149,0)	(0,8)%
Margine operativo lordo	25,7	27,4	6,8%
<i>% ricavi</i>	<i>14,6%</i>	<i>15,5%</i>	<i>0,9%</i>
Stanziamenti netti rettificativi ed a fondi per rischi ed oneri	(14,0)	(15,8)	12,7%
EBITDA	11,6	11,6	(0,4)%
<i>% ricavi</i>	<i>6,6%</i>	<i>6,6%</i>	<i>0,0%</i>

Oneri finanziari ampiamente sotto controllo grazie al deleverage e alla gestione del debito

GRUPPO SEAT

<i>euro milioni</i>	Q1 2007	Q1 2008	Variaz.
EBITDA	11,6	11,6	(0,4)%
<i>% ricavi</i>	<i>6,6%</i>	<i>6,6%</i>	<i>0,0%</i>
Amm.ti e svalutaz. operative	(9,8)	(11,2)	13,7%
EBITA	1,8	0,4	(76,2)%
<i>% ricavi</i>	<i>1,0%</i>	<i>0,2%</i>	<i>(0,8)%</i>
Amm.ti e svalutaz. extra operative	(40,5)	(40,5)	n.m.
Oneri netti di natura non ricorrente e di ristrutturazione	(1,0)	(1,2)	16,2%
EBIT	(39,7)	(41,3)	(3,9)%
<i>% ricavi</i>	<i>(22,6)%</i>	<i>(23,4)%</i>	<i>(0,8)%</i>
Oneri finanziari netti	(59,5)	(61,2)	2,8%
Utili (perdite) da valutazione e cessione di partecipazioni	(3,3)	0,0	n.m.
Risultato prima delle imposte	(102,5)	(102,5)	0,1%
Imposte sul reddito dell'esercizio	26,5	38,0	43,6%
Perdita (utile) dell'esercizio di competenza di Terzi	(1,1)	(0,9)	(22,4)%
Risultato dell'esercizio	(77,2)	(65,3)	15,4%

Oneri finanziari sostanzialmente stabili rispetto al Q1'07 grazie al deleverage e alla valida gestione del debito a tasso variabile

Già rimborsati gli 82 milioni di euro del senior debt attesi per giugno'08

Costo complessivo del finanziamento a 6,52% nel Q1'08 rispetto a 6,25% nel Q1'07 pur in presenza dell'aumento di 104 b.p. dell'Euribor a 3 mesi

I mercati DA competitivi e gli investimenti pubblicitari hanno influenzato i risultati, ma nel Q1'08 l'Ebitda è risultato in linea con la guidance del 2008

CONTO ECONOMICO TELEGATE

<i>euro milioni</i>	Q1 2007	Q1 2008	Variaz.	
			mln	%
Ricavi	44,0	39,7	(4,3)	(9,8)%
Costi operativi e del lavoro	(24,6)	(24,7)	(0,1)	0,4%
Costi di pubblicità	(8,0)	(5,4)	2,6	(32,5)%
<i>% ricavi</i>	<i>18,2%</i>	<i>13,6%</i>		<i>(4,6)%</i>
Margine operativo lordo	11,5	9,6	(1,9)	(16,5)%
<i>% ricavi</i>	<i>26,1%</i>	<i>24,2%</i>		<i>(2,0)%</i>
Stanziam. netti rettif. ed a fondi per rischi ed oneri	(0,3)	(0,5)	(0,2)	n.m.
EBITDA	11,1	9,2	(1,9)	(17,1)%
<i>% ricavi</i>	<i>25,2%</i>	<i>23,2%</i>		<i>(2,0)%</i>

Il calo dei ricavi DA non è stato ancora compensato dall'aumento dei ricavi pubblicitari

- Germania: -2,6 milioni di euro con i ricavi pubblicitari raddoppiati YoY
- Internazionale: -1,7 milioni di euro con l'Italia in costante crescita grazie al successo del 12.40

Ebitda ridotto QoQ a causa di:

- Germania: investimenti volti ad acquisire rapidamente quote di mercato nel business della raccolta pubblicitaria e effetti una tantum
- Italia: nuova normativa in materia di lavoro
- Francia: investimenti sullo sviluppo di prodotti Internet e avvio della raccolta pubblicitaria

Come previsto, i ricavi di Thomson nel Q1'08 sono stati influenzati dal calo dei ricavi di un numero esiguo di istituzioni finanziarie

CONTO ECONOMICO THOMSON

GBP milioni	Q1 2007	Q1 2008	Variaz.	
			mln	%
Ricavi	13,0	12,3	(0,7)	(5,4)%
Costi operativi e del lavoro	(17,2)	(17,7)	(0,5)	2,9%
Margine operativo lordo	(4,2)	(5,3)	(1,1)	(26,2)%
<i>% ricavi</i>	<i>(32,3)%</i>	<i>(43,1)%</i>		<i>(10,8)%</i>
Stanziam. netti rettif. ed a fondi per rischi ed oneri	(0,4)	(0,4)	n.m.	n.m.
EBITDA	(4,6)	(5,8)	(1,2)	(26,1)%
<i>% ricavi</i>	<i>(35,4)%</i>	<i>(47,2)%</i>		<i>(11,8)%</i>

Ricavi in calo a causa di un piccolo numero di grandi clienti (*soprattutto istituzioni finanziarie*):

- Segmento carta in calo nonostante i risultati positivi della nuova offerta Nectar
- Segmento Internet stabile grazie alla forte offerta (servizio delle web agency)

Diminuzione della base clienti compensata solo parzialmente dalla crescita dell'ARPA (nonostante l'RPI-6%)

Margini in calo soprattutto a causa dei costi pubblicitari in aumento per sostenere l'offerta Internet

Dati non significativi per Europages nel Q1'08 soprattutto a causa di una diversa pianificazione delle vendite rispetto al 2007 conseguente alla transizione dell'azienda dal segmento carta a quello internet

CONTO ECONOMICO EUROPAGES

<i>euro milioni</i>	Q1 2007	Q1 2008	Variaz.	
			mln	%
Ricavi	1,7	2,2	0,5	29,4%
Costi operativi e del lavoro	(3,8)	(4,0)	(0,2)	5,3%
Margine operativo lordo	(2,1)	(1,9)	0,2	9,5%
<i>% ricavi</i>	(123,5)%	(86,4)%		37,1%
Stanziam. netti rettif. ed a fondi per rischi ed oneri	(0,1)	(0,1)	n.m.	n.m.
EBITDA	(2,2)	(1,9)	0,3	13,6%
<i>% ricavi</i>	(129,4)%	(86,4)%		43,0%

Primi risultati positivi in Francia, dove è stata creata una forza vendita

Miglioramento dell'Ebitda QoQ con un mix di contributi di ricavi più alti parzialmente controbilanciati da investimenti finalizzati a rafforzare la forza vendita e sfruttare il potenziale di crescita in Francia

Stato patrimoniale

GRUPPO SEAT

<i>euro milioni</i>	31 Dicembre '07	31 marzo 2008	Variaz.
Goodwill e Customer Data Base	3.943,7	3.887,2	(56,5)
Altri attivi non correnti	168,0	209,6	41,7
Passivi non corenti	(75,0)	(71,0)	3,9
Capitale circolante	273,4	146,0	(127,4)
Capitale investito netto	4.310,1	4.171,8	(138,3)
Totale patrimonio netto	1.123,8	1.037,8	(86,0)
Indebitamento finanziario netto "contabile"	3.186,3	3.133,9	(52,3)
Totale	4.310,1	4.171,8	(138,3)
Indebitamento finanziario netto	3.274,3	3.206,1	(68,2)
Adeguamenti IAS	(88,1)	(72,2)	15,9
Indebitamento finanziario netto "contabile"	3.186,3	3.133,9	(52,3)

Il costo del debito beneficia dei migliori spread del settore

Al 31 marzo 2008

Debito (m di euro)	Importo	Rimborso	Interessi
DEBITO LORDO	3.401,3		
• Debito bancario Senior	1.845,4		
Tranche A (*)	1.380,8		
Tranche B (*)	464,5		
Revolving e altri ⁽¹⁾	0		
• Debito subordinato vs. Lighthouse ⁽²⁾	1.300,0		
• Titoli Asset Backed	256,0		
Ratei e risconti finanziari netti e altri	78,2		
CASSA e altre disponibilità liquide equivalenti e altri	-273,4		
INDEBITAMENTO NETTO DEL GRUPPO SEAT	3.206,1		
Rettifiche IAS:			
Costi dell'operazione	-78,1		
Derivatives (positive) Mark to Market	5,9		
INDEBITAMENTO NETTO GRUPPO - VALORE DI CARICO	3.133,9		

Rimborso	Interessi
<p>Ammort. da giu. 08(*) a giu. 2012</p> <p>Bullett giugno 2013</p> <p>R.F. disponibile fino a giugno 2012</p> <p>Aprile 2014</p> <p>Gennaio 2014</p>	<p>Migliori spread del settore</p> <p>Euribor+1.435% ⁽³⁾</p> <p>Euribor+2.06% ⁽³⁾</p> <p>Euribor+1.435% ⁽³⁾</p> <p>Fisso 8%</p> <p>Tasso comm. pap.+ 0.51% all in</p>

<p>Rata da € 81,75 m prevista alla fine di giugno '08 anticipata a marzo e aprile</p>	<p>Nel Q1'08 il costo complessivo del finanziamento passa da 6,25% nel Q1'07 a 6,52% nonostante l'aumento di 104 bp dell'Euribor 3M (media Q1'07 3,72% vs. media Q1'08 4,76%)</p>
---	---

(1) Esigibile fino a € 90 m

(2) Lighthouse ha finanziato il debito subordinato vs. SEAT mediante l'emissione di un prestito obbligazionario con scadenza aprile 2004 e tasso fisso dell'8%

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

Rimborso del debito a buon punto. Una valida politica di copertura protegge Seat dall'aumento dei tassi di mercato

