



Risultati consolidati 2004

Principali Risultati

Risultati di Gruppo

- Ricavi +2%⁽¹⁾ (like for like) grazie al contributo positivo di tutte le società
- EBITDA di gruppo +1,9%⁽²⁾ (like for like) vs. la precedente guidance di +1,2%
- Forte generazione di cassa (638 euro mln, +103 mln euro vs 2003) grazie al miglioramento del capitale circolante operativo

Aree di Business

- Italia:
 - Ricavi in lieve crescita (+0,4%) con un significativo miglioramento della qualità della vendita
 - Aumento dei margini (50,0% vs 49,5%) grazie ad un migliore “rendimento per pagina” e ad una attenta gestione dei costi, nonostante maggiori investimenti in pubblicità e in innovazione
 - Rafforzamento dell’offerta multi-piattaforma e lancio di nuovi prodotti “carta” (In Zona)
- Telegate: forte miglioramento dell’Ebitda (+30,2%), e ulteriore miglioramento dei margini (da 19,1% a 20,7%)
- Thomson: ottima crescita dei ricavi (+10,4% in sterline) ottenuta in un mercato competitivo

Struttura Finanziaria

- Debito netto a 3.926 euro mln, vs. guidance “inferiore di 4 euro mld”
- 108 euro mln di “Senior Debt” rimborsato al 31 Dicembre, più 50 euro mln di rimborso volontario anticipato effettuato a Gennaio 2005, più rimborso anticipato effettuato a Marzo di 84 euro mln con scadenza prevista al 28 Giugno
- Efficiente struttura finanziaria (costo del nuovo finanziamento del 6,59%, incluse le coperture)

^{(1)& (2)} (+1,8%) al netto della attività de-consolidate e effetti cambio

Indice

■ 2004 - Risultati di Gruppo	pag.	4
■ Aree di Business	“	11
■ Outlook	“	24
■ Appendice	“	27

2004 Financials di Gruppo: Crescita dell'Ebitda Superiore alla Guidance

<i>euro mln</i>	2003 ⁽¹⁾	2004	Variazione
Ricavi delle vendite e delle prestazioni	1.378,0	1.406,3	2,0%
Consumi di materie e servizi esterni	(514,8)	(528,2)	2,6%
Costo del lavoro	(195,8)	(200,7)	2,5%
Margine operativo lordo	670,7	678,8	1,2%
<i>% sui ricavi</i>	48,7%	48,3%	-
Acc.ti f.do svalut. crediti, rischi comm. e altro	(70,8)	(67,3)	(5,0)%
EBITDA	600,0	611,5	1,9%
<i>% sui ricavi</i>	43,5%	43,5%	-

**Guidance fornita
dopo i risultati del
1H'04: +1.2%**

(1) Like for like al netto delle attività di Business Info cedute

Utile Netto Risente dell'Ammortamento del Goodwill

euro mln	2003	2004	Variazione
EBITDA like for like	600,0	611,5	1,9%
EBITDA reported	602,3	611,5	1,5%
<i>% sui ricavi</i>	41,5%	43,5%	2,0%
Ammortamenti operativi	(34,7)	(29,9)	(13,9)%
Risultato operat. ante amm.ti extra-operat.	567,6	581,6	2,5%
<i>% sui ricavi</i>	39,1%	41,4%	2,3%
Ammortamenti extra-operativi	(237,4)	(389,2)	n.m.
Risultato operativo	330,2	192,4	n.m.
<i>% sui ricavi</i>	22,8%	13,7%	n.m.
Saldo proventi e oneri finanziari	(126,7)	(224,4)	n.m.
Rettifiche di valore di attività finanziarie	1,6	(2,0)	n.m.
Saldo proventi e oneri straordinari	(70,2)	(30,8)	n.m.
Risultato prima delle imposte	134,9	(64,8)	n.m.
Imposte sul reddito	(117,3)	(48,1)	n.m.
Risultato di competenza di terzi	(1,2)	(6,6)	n.m.
Risultato dell'esercizio	16,4	(119,5)	n.m.

- 162,1 euro mln per il “Customer Data Base”
- 210,2 euro mln di goodwill e differenze di consolidamento
- 16,9 euro mln per gli oneri finanziari capitalizzati sui finanziamenti

- 106,6 euro mln di interessi per il finanziamento del Senior Debt
- 79,8 euro mln di interessi corrisposti a Lighthouse
- 21,4 euro mln di interessi sugli high yield bonds di Thomson

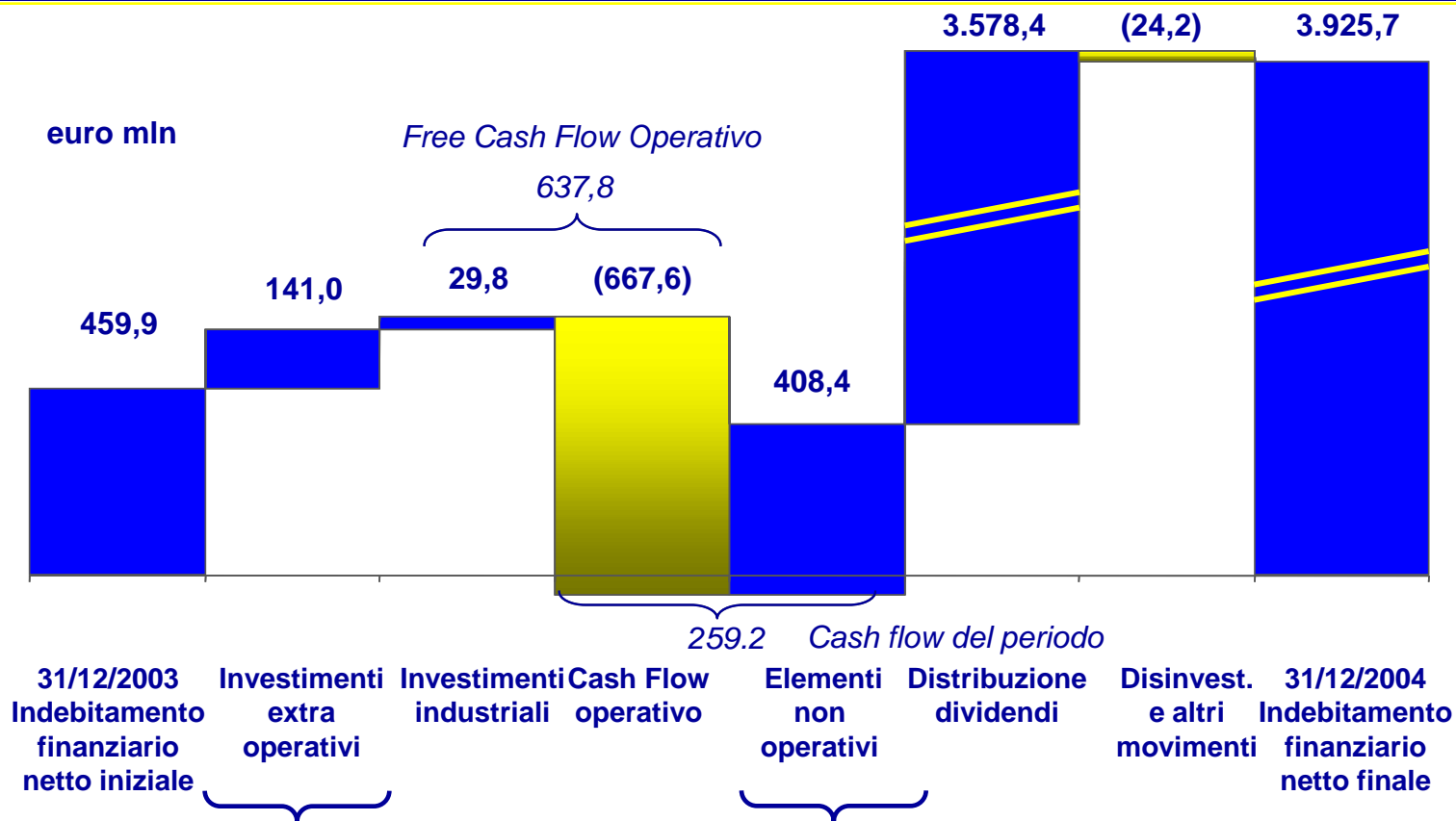
- 25 euro mln di accantonamento straordinario al fondo svalutazione crediti

Forte Generazione di Cassa e “Cash Conversion”

euro mln	2003	2004	Variazione		
			mln	%	
Ebitda ⁽¹⁾	602,3	611,5	9,2	1,5%	
Variazione del capitale circolante operativo	(35,8)	57,0	92,8	n.m.	Principalmente derivante dalla diminuzione dei crediti commerciali ottenuta grazie alla riorganizzazione del “credit management” in Italia
Variazione del "trattamento di fine rapporto di lavoro subordinato"	0,2	(0,9)	(1,1)	n.m.	
Investimenti	(32,2)	(29,8)	2,5	(7,6)%	Selettiva politica di investimenti focalizzata su principali progetti (credit management, CRM, sviluppo prodotti)
Altro	(0,12)	(0,023)	n.m.	n.m.	
Free Cash Flow operativo	534,4	637,8	103,4	19,4%	
Free Cash Flow operativo / Ebitda	88,7%	104,3%	–	–	
Free Cash Flow operativo / Ricavi	36,9%	45,4%	–	–	

(1) Ebitda reported

Debito Finanziario Netto inferiore a 4 Mld di Euro



129,3 oneri relativi ai finanziamenti (one off)

- 224,4 interessi corrisposti
- 29,9 tasse cash
- 21,2 altre "spese"
- 133,3 imposta sostitutiva sul "customer DB" (one off)

Debito Finanziario Netto: Breakdown

Al 31 Dicembre 2004

Debt Facility (euro mln)	Ammontare	Rimborsi	Interessi
GROSS DEBT	4.065		
• Bank Senior Debt	2.748		
Term Loan A1 (2) (gbp denom.)	106	50% Giu 09 / 50% Dic 09	Euribor + 2,415% (3)
Term Loan A2	1.166	Amm.to fino a Giu 2010	Euribor + 2,415% (3)
Term Loan B	738	50% Dic 2010 / 50% Giu 2011	Euribor + 2,915% (3)
Term Loan C	738	50% Dic 2011 / 50% Giu 2012	Euribor + 3,415%
• Subord. Debt vs. Lighthouse (1)	1.300	Aprile 2014	fixed 8% (4)
• Net Financial Accruals	17		
CASH & Cash Equivalents	-139		
SEAT GROUP NET DEBT	3.926		

Gennaio 2005: rimborso volontario anticipato di 50 euro mln (pro quota su tutte le linee)

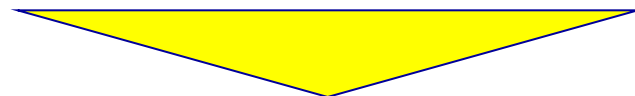
Marzo 2005: rimborso anticipato di 84 euro mln con scadenza prevista a Giugno

Costo medio del finanziamento in € di 6.59% al 31 Dicembre 2004, incluse coperture IRS (5)

(1) Lighthouse ha reperito i fondi necessari alla erogazione del prestito subordinato a Seat mediante l'emissione di un prestito obbligazionario con scadenza aprile 2014 (10 anni) a tasso fisso dell'8%
 (2) L'utilizzo della Linea di Credito A1 in Ottobre 2004 ha consentito il rimborso anticipato dei due prestiti obbligazionari emessi dalle società del gruppo TDL per un esborso complessivo di € 114 milioni ivi compresi i premi corrisposti per il rimborso anticipato
 (3) Tali margini diminuiranno in maniera prestabilita secondo il progressivo diminuire del rapporto debito netto/ Ebitda
 (4) Soggetto a ritenuta sugli interessi
 (5) Il debito a senior, originariamente a tasso variabile è oggetto di copertura in percentuali che vanno dal 50 sino al 75% mediante due operazioni di Interest rate Swap (tasso fisso 3,26% sino a giugno 2007) e tre operazioni di interest rate collar (tali ultime operazioni hanno consentito di predeterminare la fascia massima di oscillazione del parametro euribor all'interno di una banda il cui valore massimo è compreso tra il 5 ed il 5,35% ed il valore minimo è compreso tra il 3 ed il 3,75%) nel periodo compreso tra dicembre 2006 e dicembre 2009

Analisi Preliminare sugli Effetti dell'Adozione dei Principi Contabili IAS/IFRS

	Stima effetto su C/E 2005
■ Goodwill e differenze di consolidamento	+ 210 euro mln
■ Stock Option	Non sono attesi effetti significativi
■ Fondo Trattamento Fine rapporto e Fondo Pensione	



Primi risultati con IAS/IFRS: 1H 2005

Indice

■ 2004 - Risultati di Gruppo	pag.	4
■ Aree di Business	“	11
■ Outlook	“	24
■ Appendice	“	27

Seat SpA: Focus sul Miglioramento della Qualità della Vendita

<i>euro mln</i>		2003	2004	Variazione	
Ricavi vs. Qualità della vendita				mln	'04 vs '03
Ricavi		1.056,6	1.060,4	3,8	0,4%
Business	Aumento medio dei prezzi di listino (% yoy)	7,2%	4,5% ⁽¹⁾		(2,7)%
	Negatività clienti (% dei ricavi)	12,1%	10,6%		(1,5)%
	Pratiche errore in giacenza (#) ⁽²⁾	24.616	11.656		(52,6)%
	Nuove pratiche errore (#) ⁽³⁾	18.139	14.845		(18,2)%
Crediti	RID (% acquisito)	63,0%	70,9%		7,9%
	Giorni medi di pagamento (DSO)	213	200		(13)
	Capitale circolante operativo (% ricavi)	33,1%	28,7%		(4,4)%

Sviluppo dei Ricavi e nella Qualità della Vendita grazie a:

- Miglioramento della qualità dei clienti nelle edizioni delle grandi città
- Evoluzione delle politiche di prezzo

(1) Applicato dal 4th Ciclo (30% dei ricavi 2004)

(2) Dicembre '03 – Dicembre '04

(3) 4Q '03 – 4Q '04

Crescita dei Ricavi Grazie all'approccio Multi-piattaforma

<i>euro mln</i>	2003	2004	Variazione	
			mln	%
Ricavi delle vendite e delle prestazioni				
Carta⁽¹⁾	878,0	859,6	(18,4)	(2,1)%
Online⁽²⁾	90,0	102,5	12,5	13,9%
Voice⁽³⁾	44,7	55,0	10,4	23,2%
Altro⁽⁴⁾	44,0	43,3	(0,7)	(1,5)%
Totale	1.056,6	1.060,4	3,8	0,4%

(1) Pagine Gialle, Pagine Bianche e altri prodotti cartacei (2) Pagine Gialle Online e Kompass Online
 (3) Pronto Pagine Gialle (4) Giallo Promo, Giallo Dat@ e altri ricavi

Crescita dell'ARPA per l'Online e il Voice

	Clienti unici ('000)			Arpa (euro)			
	2003	2004	Variaz.	2003	2004	Variaz.	
Pagine Gialle & Pagine Bianche	635	622	(2,1)%	1.302	1.310	0,6%	Focus sulla qualità dei clienti medio - grandi
Pagine Gialle online	155	158	2,1%	550	619	12,6%	Ricerche Online: 70,1mln (+8.3%)
Pronto Pagine Gialle ⁽²⁾	98	101	2,8%	289 ⁽³⁾	314	8,6%	N° di chiamate: 16,9 mln (+ 20,9%)
Totale	667	652	(2,3)%	1.584	1.627	2,7%	Grazie a maggior valore percepito sostenuto dall'innovazione di prodotto e l'utilizzo dei mezzi pubblicitari

(1) Include Pagine Bianche Online che sono offerte congiuntamente con il print

(2) ARPA e il numero di clienti si riferiscono solo ai ricavi pubblicitari

(3) Arpa di Pronto Pagine Gialle (300 euro) della presentazione del 2003 era calcolata sui ricavi acquisti e non sui pubblicitari

Miglioramento dei Margini

Grazie ad un'Attenta Gestione dei Costi

euro mln	2003	2004	Variazione	
Ricavi delle vendite e delle prestazioni	1.056,6	1.060,4	0,4%	
Costi industriali	(169,0)	(164,1)	(2,9)%	Le politiche di sconti sotto controllo hanno ottimizzato il "rendimento per pagina"
% sui ricavi	16,0%	15,5%	(0,5)%	
Costi commerciali (al netto pubblicità)	(131,2)	(129,7)	(1,2)%	
% sui ricavi	12,4%	12,2%	(0,2)%	
Costi generali e costo del lavoro	(159,5)	(162,0)	1,6%	Attenta gestione dei costi del personale e dei costi generali
% sui ricavi	15,1%	15,3%	0,2%	
Margine operativo lordo (al netto pubblicità)	598,4	604,6	1,0%	
% sui ricavi	56,6%	57,0%	0,4%	
Altri stanziamenti rettificativi	(30,2)	(28,5)	(5,5)%	Nuovo processo del credito e miglioramento nella gestione delle "pratiche errore"
Stanziamenti a fondi rischi e oneri	(31,1)	(23,9)	(23,2)%	
Saldo proventi e oneri diversi	1,4	(2,1)	n.m.	
EBITDA (al netto pubblicità)	538,5	550,1	2,2%	
% sui ricavi	51,0%	51,9%	0,9%	
Costi di pubblicità	(15,6)	(20,3)	30,4%	
EBITDA	522,9	529,8	1,3%	
% sui ricavi	49,5%	50,0%	0,5%	

Innovazione di Prodotto Focalizzata sulle Esigenze degli Utilizzatori e degli Advertisers

Prodotti	Principali Innovazioni
Pagine Gialle	<ul style="list-style-type: none">■ Revisione Offerta B2B (nuova indicizzazione, categorie e spazi pubblicitari)■ Nuove sezioni B2C (“Turismo in”, “Ristoranti d’Italia”)■ Lancio nuovi prodotti (“InZona”, “InVacanza”)
Pagine Bianche	<ul style="list-style-type: none">■ Focus su Info strutturate (logo, marche, email,)■ Lancio delle Guide Pratiche del cittadino■ Progetto per il Full colour (previsto per il 2006)
Guide	<ul style="list-style-type: none">■ Nuova guida per gli hotel sia in versione print che online
Pagine Gialle Online	<ul style="list-style-type: none">■ Funzionalità di ricerca geo-referenziata supportata dalle mappe di “Tuttocittà” (risultati della ricerca evidenziati su una mappa interattiva)■ Nuove funzionalità di ricerca per prodotto (immagini e descrizione dei prodotti)
Pronto Pagine Gialle	<ul style="list-style-type: none">■ Sviluppo Database (catene di distribuzione, servizi pubblici, franchising, outlets)■ Nuovi servizi personalizzati (“Prontissimo”) per utilizzatori abituali

Aumentate le Risorse Destinate alla Pubblicità

		euro mln	2003	2004	Variazione	
					mln	%
Pubblicità di prodotto	Pagine Gialle & Pagine Bianche		4,8	5,9	1,0	21,2%
	PagineGialle online		0,0	0,3	0,3	n.m.
	Pronto Pagine Gialle		7,7	8,0	0,3	4,5%
	Sponsorizzazioni		3,1	6,1	3,0	98,8%
	Totale costi di pubblicità		15,6	20,3	4,7	30,4%
Below the line	Press coverage, mailing, customer care ⁽¹⁾		0,5	1,1	0,6	129,8%
	Totale		16,1	21,5	5,4	33,5%

(1) Press coverage valutata a prezzi pubblicitari equivalenti; 318 articoli pubblicati nel 2004

Avviata una Completa Revisione di tutte le Piattaforme IT

	2004				2005 budget				2006 piano				2007 piano	
Nuovo Piano 2005-'07 - Investimenti (Euro mln)	18,7				28,0				28,5				17,0	
Maggiori iniziative	Q1	Q2	Q3	Q4	Q1	Q2	Q3	Q4	Q1	Q2	Q3	Q4	H1	H2
Vendite														
Automatizzazione della forza vendita (nuovo SFA, sull'esistente piattaforma di CRM)														
Pianificazione e controllo delle vendite, automatizzazione della forza vendita e supporto di back office														
Nuovo data base clienti unico														
Operations														
Nuovo sistema di pubblicazione multi-piattaforma (SEM)														
Accounting/Crediti														
Nuovo sistema del credito e nuova piattaforma IT (CACS)														
Razionalizzazione del processo, dall'acquisizione dell'ordine al pagamento (SAP)														

Thomson: Forte Crescita dei Ricavi Grazie agli Investimenti

£ mln

	2003	2004	Variazione
Ricavi delle vendite e delle prestazioni	104,5	115,4	10,4%
- Carta	92,2	98,7	7,0%
- Altro	5,2	9,0	73,8%
- Other ⁽¹⁾	7,1	7,6	7,7%
Costi operativi e costo del lavoro	(71,4)	(85,4)	19,6%
Margine operativo lordo	33,1	30,0	(9,5)%
% sui ricavi	31,7%	26,0%	(5,7)%
Acc.to f.do svalut. crediti, rischi comm. e altro	(4,1)	(3,9)	(5,3)%
EBITDA	29,0	26,1	(10,0)%
% sui ricavi	27,8%	22,6%	(5,1)%

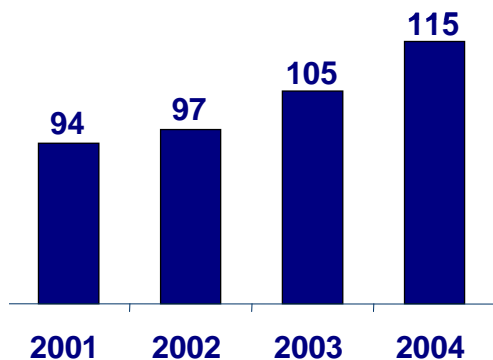
Miglioramento delle quote di mercato rispetto al leader

- Investimenti per rinnovare la directory Thomson Local e potenziare l'offerta internet
- Maggiori investimenti pubblicitari (+49,2%)
- Aumento del n° dei venditori e dei dipendenti (+3,3%) per sostenere la crescita

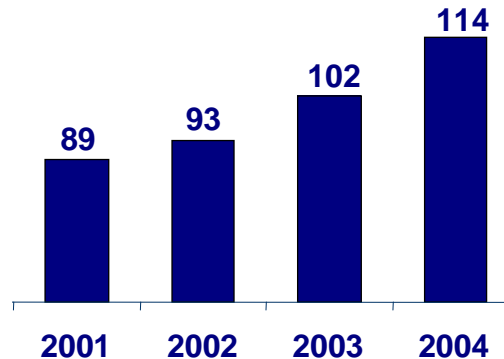
(1) Include vendita di dati

Crescita dei Ricavi Sostenuta dai Nuovi Clienti

Ricavi (£ mln)

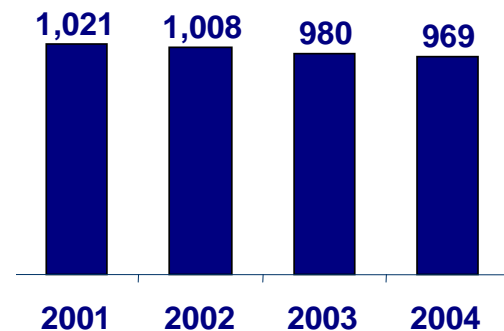


N° Clienti ('000) (1)



Crescita della base clienti (+11,5%) grazie all'innovazione di prodotto e alla più elevata copertura del mercato da parte della forza vendita

ARPA (£) (1)



ARPA sostanzialmente stabile nonostante il meccanismo di regolazione dei prezzi (RPI-6), l'acquisizione di nuovi clienti e la crescita dell'online

(1) Clienti Print + Online

2004: Principali Risultati

Prodotto	Innovazioni	
Print	<ul style="list-style-type: none">■ Innovazione di prodotto (caratteristiche, contenuti e usabilità) per essere il “local” player■ Servizi di pubblica utilità (National Health Service)■ Quadricromia su quasi tutte le edizioni■ Miglioramento della sezione “Local Plus”	Print ARPA (+1,7%)
Online	<ul style="list-style-type: none">■ Forte focus su offerta con “local value proposition”■ Posizionamento con directory online (modello con flat fee/pay per priority listing) e motori di ricerca (modello pay per click)■ Avviata partnership con Yahoo	Ricavi Online / Ricavi Totali in crescita dal 4,9% al 7,8%

Telegate: Forte Crescita dell'Ebitda

<i>euro mln</i>	2003	2004	Variazione
Ricavi delle vendite e delle prestazioni	138,7	166,9	20,4%
Costi operativi e del lavoro	(107,4)	(126,8)	18,0%
Margine operativo lordo	31,2	40,1	28,4%
<i>% sui ricavi</i>	22,5%	24,0%	1,5%
Acc.to f.do svalut. crediti, rischi comm. e altro	(4,7)	(5,6)	18,7%
EBITDA	26,5	34,5	30,2%
<i>% sui ricavi</i>	19,1%	20,7%	1,6%

- Germania (+1,4%)
- Internazionale (Spagna e Italia): positivo andamento (al netto della nuova modalità di contabilizzazione dei ricavi) grazie alla crescita del numero di chiamate

- Miglioramento dei margini nonostante gli investimenti sostenuti per sviluppare nuove iniziative ed espandersi in nuovi mercati

Espansione della Copertura di Mercato in Europa

Paese	2004 Posizionamento
Germania	<ul style="list-style-type: none">■ Diminuzione del n° di chiamate (-6,6%), compensata dall'aumento del valore medio per chiamata (+8,5%) ottenuto grazie ai nuovi servizi a valore aggiunto■ Consolidamento del ruolo di secondo operatore nel mercato tedesco (~32% di market share)
Spagna	<ul style="list-style-type: none">■ Consolidamento del ruolo di secondo operatore nel mercato spagnolo, dietro il Gruppo Telefonica, in un mercato non ancora del tutto liberalizzato (50% detenuto dall'operatore incumbent)
Italia	<ul style="list-style-type: none">■ Buon posizionamento in qualità di outsourcing provider, in un mercato non ancora liberalizzato■ "Leverage" dalle chiamate dell'892424 Pronto Pagine Gialle
Francia	<ul style="list-style-type: none">■ Costituzione della Società "Telegate France" in vista della liberalizzazione del mercato

Indice

■ 2004 - Risultati di Gruppo	pag.	4
■ Aree di Business	“	11
■ Outlook	“	24
■ Appendice	“	27

Outlook 2005

- Il 2005 sarà gestito secondo le linee guida contenute nel Piano Industriale 2005-'07
- Il ricavi del primo semestre 2005 rifletteranno gli effetti delle azioni mirate a migliorare la qualità delle vendite (tali iniziative stanno proseguendo nelle grandi aree urbane, quali Torino e Milano)
- Il 21 marzo, Seat ha tenuto una convention dei dipendenti e degli agenti (# 3.600 persone), per lanciare l'avvio del nuovo approccio di vendita che coinvolgerà l'intera forza vendita nei prossimi nove mesi

Nuovo approccio di vendita


Lancio di un nuovo approccio di vendita

Marketing

- Segmentazione della clientela basata sui bisogni e potenzialità di comunicazione
- Innovazione di prodotto per segmento di clientela

Vendite

- Pianificazione dell'attività di vendita per segmento/prodotto
- Argomentazioni di vendita "a valore" e discriminazione di prezzo per segmento di clientela

- 
- Investimenti in formazione su 1.750 agenti e 80 sales managers
 - 175.000 ore di formazione distribuite su 12 mesi (Aprile '05 – Marzo '06)
 - Piani di formazione con focus sulla vendita "a valore", automatizzazione della forza vendita (SFA) e pianificazione delle vendite

Indice

■ 2004 - Risultati di Gruppo	pag.	4
■ Aree di Business	“	11
■ Outlook	“	24
■ Appendice	“	27

Other Business: Sinergie con la Forza Vendita di SEAT

Consodata Italia

euro mln

	2003	2004	Variazione
Ricavi delle vendite e delle prestazioni	29,8	29,3	(1,4)%
Margine operativo lordo	3,0	3,7	23,2%
<i>% sui ricavi</i>	10,1%	12,7%	2,5%
EBITDA	3,1	3,7	17,3%
<i>% sui ricavi</i>	10,5%	12,5%	2,0%

Focus sul miglioramento dei margini

Recupero di efficienza sui costi

Euredit

euro mln

	2003	2004	Variazione
Ricavi delle vendite e delle prestazioni	24,9	25,9	4,2%
Margine operativo lordo	4,7	5,3	12,8%
<i>% sui ricavi</i>	18,8%	20,3%	1,5%
EBITDA	4,5	4,6	0,9%
<i>% sui ricavi</i>	18,1%	17,5%	(0,6)%

Forte crescita dell'usage:

- 17,4 mln di visite (+64,2%)
- 43,9 mln di ricerche (+70,3%)

2004 Reported Financials di Gruppo

<i>euro mln</i>	2003	2004	Variazione
Ricavi delle vendite e delle prestazioni	1.450,0	1.406,3	(3,0)%
Consumi di materie e servizi esterni	(557,9)	(528,2)	(5,3)%
Costo del lavoro	(223,5)	(200,7)	(10,2)%
Margine operativo lordo	673,6	678,8	0,8%
<i>% sui ricavi</i>	46,5%	48,3%	1,8%
Acc.to f.do svalut. crediti, rischi comm. e altro	(71,3)	(67,3)	(5,6)%
EBITDA	602,3	611,5	1,5%
<i>% sui ricavi</i>	41,5%	43,5%	2,0%

Legal Entities: FY Like for Like

euro mln	Ricavi			Ebitda			Risult. oper. ante amm.ti extra oper.		
	2003 ⁽³⁾	2004	Variaz.	2003 ⁽³⁾	2004	Variaz.	2003 ⁽³⁾	2004	Variaz.
Seat S.p.A ⁽¹⁾	1.056,6	1.060,4	0,4%	522,9	529,8	1,3%	506,2	512,4	1,2%
TDL	151,1	170,0	12,5%	41,9	38,4	(8,5)%	38,6	35,0	(9,4)%
Telegate	138,7	166,9	20,4%	26,5	34,5	30,2%	18,4	28,4	54,6%
Consodata⁽²⁾	31,4	29,5	(6,2)%	3,2	3,4	6,8%	1,0	1,3	30,4%
Euredit	24,9	25,9	4,2%	4,5	4,6	0,9%	4,1	4,1	0,3%
IMR	4,1	6,2	49,8%	1,5	0,9	(43,2)%	1,2	0,4	(65,3)%
Totale aggregato	1.406,8	1.458,9	3,7%	600,6	611,5	1,8%	569,4	581,6	2,2%
Elisioni	(28,8)	(52,6)	n.m.	(0,7)	-	n.m.	(0,7)	-	n.m.
Totale consolidato	1.378,0	1.406,3	2,0%	600,0	611,5	1,9%	568,7	581,6	2,3%

(1) Include Pronto Pagine Gialle e i costi corporate

(2) Include Consodata Italia e Consodata Group Ltd

(3) Like for like: risultati "not audited"

Legal Entities: Q4 Like for Like

euro mln	Ricavi			Ebitda			Risult. oper. ante amm.ti extra oper.		
	4Q '03 ⁽³⁾	4Q '04	Variaz.	4Q '03 ⁽³⁾	4Q '04	Variaz.	4Q '03 ⁽³⁾	4Q '04	Variaz.
Seat S.p.A ⁽¹⁾	352,8	348,2	(1,3)%	181,4	177,5	(2,2)%	176,4	172,7	(2,1)%
TDL	54,7	65,3	19,4%	20,8	20,8	(0,2)%	20,0	19,8	(1,1)%
Telegate	40,9	42,5	4,0%	8,1	7,0	(13,4)%	6,1	5,7	(6,1)%
Consodata⁽²⁾	12,7	9,6	(24,7)%	3,0	2,2	(25,5)%	2,1	1,6	(25,4)%
Euredit	0,3	0,1	(55,8)%	(2,7)	(3,1)	17,1%	(2,7)	(3,3)	21,5%
IMR	1,0	2,1	102,2%	0,4	0,1	(83,5)%	0,3	0,0	(97,4)%
Totale aggregato	462,4	467,8	1,2%	211,1	204,4	(3,2)%	202,1	196,5	n.m.
Elisioni	(11,3)	(14,3)	n.m.	-	-	n.m.	-	-	n.m.
Totale consolidato	451,2	453,4	0,5%	210,5	204,5	(2,9)%	202,1	196,5	(2,8)%

(1) Include Pronto Pagine Gialle e i costi corporate

(2) Include Consodata Italia e Consodata Group Ltd

(3) Like for like: risultati "not audited"

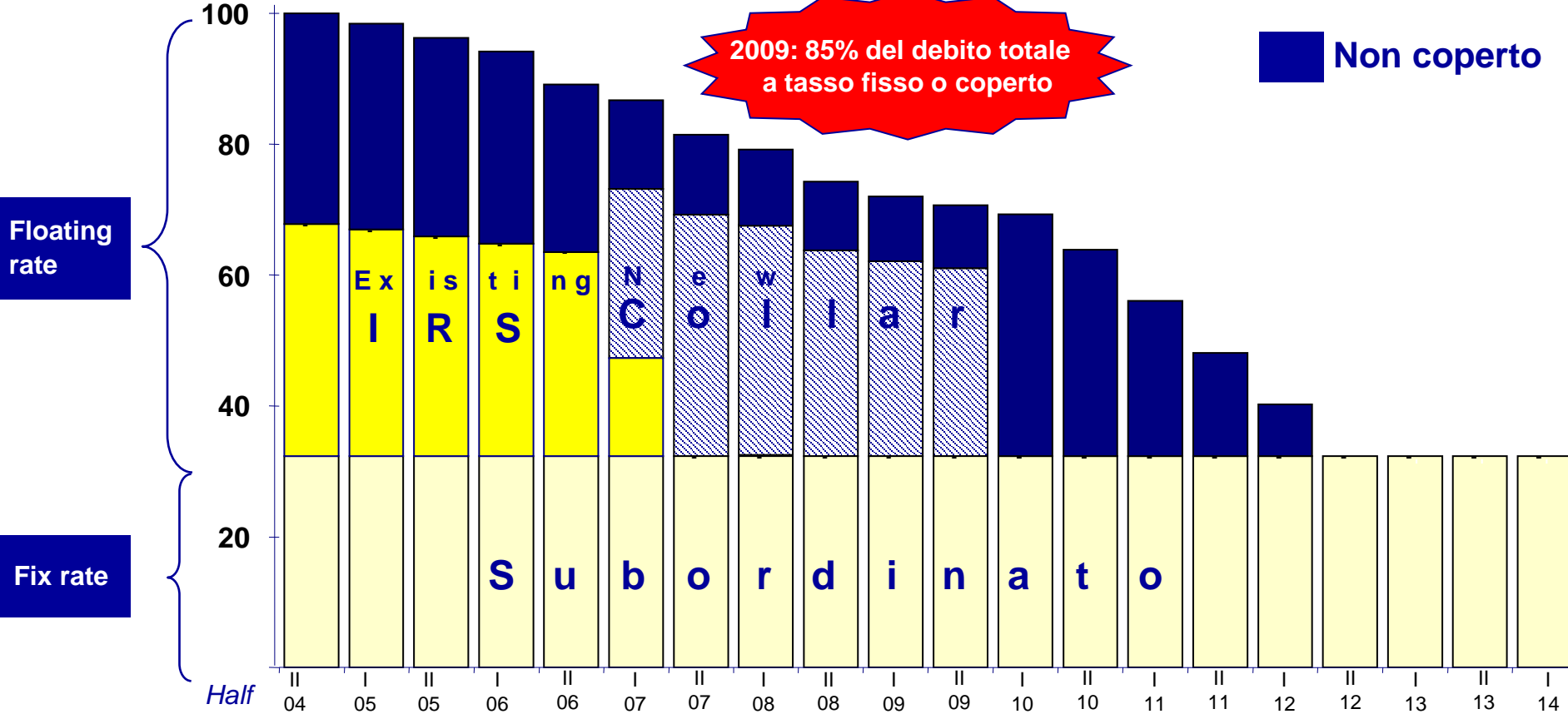
Stato Patrimoniale Consolidato

<i>euro mln</i>	31/12/2003	31/12/2004	Variazione
Immobilizzazioni immateriali, materiali, finanziarie & altre	4.613,8	4.296,1	(317,6)
Capitale d'esercizio	253,0	335,8	82,8 ⁽¹⁾
Trattamento di fine rapporto di lavoro subordinato	(32,4)	(31,4)	1,0
Capitale investito netto	4.834,4	4.600,6	(233,8)
Patrimonio netto del gruppo	4.369,2	665,0	(3.704,2)
Patrimonio netto di terzi	5,4	9,9	4,5
Totale patrimonio netto	4.374,5	674,9	(3.699,6)
Indebitamento finanziario netto	459,9	3.925,7	3.465,8
Totale	4.834,4	4.600,6	(233,8)

(1) Pagamento di 184,8 euro mln per l'imposta sostitutiva sul Customer Data Base, di cui 133,3 cash

Copertura del 75% della parte variabile del debito fino al 2009

Index: 100=Debito a Dicembre 04



IRS	3.26																		
CAPS				5.00	5.10	5.20	5.30	5.35	5.35										
FLOORS				3.00	3.25	3.35	3.50	3.65	3.75										

Nota: il piano di ripagamento del debito include la clausola per cui il 50% dell'excess cash deve essere utilizzato per rimborsare il Debito Senior

Disclaimer

This presentation contains statements that constitute forward-looking statements within the meaning of the Private Securities Litigation Reform Act of 1995. These statements appear in a number of places in this presentation and include statements regarding the intent, belief or current expectations of the customer base, estimates regarding future growth in the different business lines and the global business, market share, financial results and other aspects of the activities and situation relating to the Company. Such forward looking statements are not guarantees of future performance and involve risks and uncertainties, and actual results may differ materially from those in the forward looking statements as a result of various factors. Analysts are cautioned not to place undue reliance on those forward looking statements, which speak only as of the date of this presentation. SEAT Pagine Gialle Spa undertakes no obligation to release publicly the results of any revisions to these forward looking statements which may be made to reflect events and circumstances after the date of this presentation, including, without limitation, changes in SEAT Pagine Gialle Spa business or acquisition strategy or to reflect the occurrence of unanticipated events.

"These slides are not an offer of securities for sale in the United States. Furthermore, the 8% senior notes by Lighthouse International Company S.A. may not be offered or sold in the United States absent registration or an exemption from registration. Any public offering of securities to be made in the United States will be made by means of a prospectus that may be obtained from the issuer or the selling security holder and that will contain detailed information about the issuer and management, as well as financial statements.

In connection with the offering of the 8% senior notes by Lighthouse International Company S.A., Credit Suisse First Boston (Europe) Limited, or any person acting for it, may over allot or effect transactions with a view to supporting the market price of such senior notes at a level higher than that which might otherwise prevail for a limited period after the issue date thereof. However, there is no obligation on Credit Suisse First Boston (Europe) Limited, or any person acting for it, to do this. Such stabilizing, if commenced, may be discontinued at any time, and must be brought to an end after a limited period."