

COMMUNIQUÉ DE PRESSE

Boulogne-Billancourt, le 24 avril 2018

T1 2018 : +1% de croissance du chiffre d'affaires digital **Ventes impactées par la conduite du projet de transformation** **Confirmation de la perspective 2018 : stabilisation de l'EBITDA récurrent**

Chiffre d'affaires du T1 2018 (activités poursuivies) :

- Chiffre d'affaires digital : 152 M€, +1%
- Chiffre d'affaires total : 168 M€, -4%

Ventes digitales du T1 2018 (activités poursuivies) en repli de -8% : le contexte de transformation profonde et rapide a pesé sur les ventes du T1 2018

Poursuite de la mise en œuvre du projet stratégique et de transformation « SoLocal 2020 » et du plan d'économies :

- Plan d'économies : effort continu pour réduire la base de coûts
- Simplification de l'organisation : poursuite du processus d'information et de consultation avec les représentants du personnel dans le cadre du PSE annoncé le 13 février 2018
- Nouvelle offre élargie de services digitaux : confirmation du déploiement des nouvelles gammes de services packagées, simplifiées et enrichies prévu à l'automne 2018

Renforcement du partenariat stratégique avec Google : nouvel accord de 2 ans visant à doubler les moyens pour accélérer l'activité publicité digitale et accompagner les TPE/PME françaises et les réseaux dans leur développement numérique.

A l'occasion de la publication du chiffre d'affaires du T1 2018, Eric Boustouller, Directeur Général de SoLocal, a déclaré : « *La progression du chiffre d'affaires de nos activités digitales confirme la pertinence de notre projet d'entreprise 'SoLocal 2020'. Nous sommes déterminés à consacrer toutes nos énergies, individuelles et collectives, à la mise en œuvre de ce projet industriel ambitieux et de notre plan d'économies. Il en va de la transformation en profondeur de notre modèle. Cette ambition se traduit également par la mise en place d'une organisation plus agile, plus digitale et plus connectée à nos clients. Dans ce cadre, nous nous sommes engagés à mener un dialogue social de qualité avec les partenaires sociaux et nous avons ainsi mis en place avec eux un processus d'information-consultation concernant le projet 'SoLocal 2020', prenant fin le 21 juin. Pour réussir, nous avons des atouts fondamentaux que je vois quotidiennement et dans ce contexte le renforcement de notre partenariat avec Google, avec un objectif de croissance annuelle autour des produits Google de +50% sur la période 2017-2020, est la preuve de la vitalité de SoLocal Group. »*

I. Chiffre d'affaires, ventes et carnet de commandes

Le chiffre d'affaires en IFRS 15, les ventes et le carnet de commandes de SoLocal Group au T1 2018 s'établissent comme suit :

| <i>En millions d'euros</i> | T1 2017 | T1 2018 | Variation |
|--|----------------|----------------|------------------|
| Chiffre d'affaires digital ¹ | 150 | 152 | +1% |
| Chiffre d'affaires imprimés ² | 26 | 16 | -37% |
| Chiffre d'affaires total | 176 | 168 | -4% |
| Ventes digitales ¹ | 166 | 153 | -8% |
| Ventes imprimés ² | 29 | 21 | -28% |
| Ventes totales | 195 | 174 | -11% |
| Carnet de commandes digital ¹ | 398 | 394 | -1% |
| Carnet de commandes imprimés ² | 75 | 55 | -27% |
| Carnet de commandes total³ | 473 | 449 | -5% |

Note : périmètre des activités poursuivies

Le Groupe enregistre un **chiffre d'affaires total**⁴ de 168 millions d'euros au T1 2018, en recul de -4% vs T1 2017.

Le **chiffre d'affaires digital**³ de 152 millions d'euros au T1 2018 est en hausse de +1% par rapport au T1 2017 grâce en particulier au succès des offres sites Premium, Booster Contact et Pack Présence. L'activité digitale représente 90% du chiffre d'affaires total du trimestre.

Le **chiffre d'affaires Imprimés**³ de 16 millions d'euros au T1 2018 est en baisse de -37% par rapport au T1 2017, les clients et utilisateurs continuant à migrer vers des supports digitaux. L'activité imprimés représente 10% du chiffre d'affaires total du trimestre. Il a été décidé de mettre un terme aux ouvrages PagesJaunes pour les zones géographiques qui ne sont plus rentables et où les usages ont évolué vers le digital : en Île-de-France et dans trois grands départements urbains (Rhône, Bouches-du-Rhône, Nord) après l'édition 2018. Pour les autres départements l'édition des annuaires papier se poursuit. Le Groupe évaluera chaque année, département par département, la poursuite ou non de l'édition des annuaires PagesJaunes. Par ailleurs, des tests sont en cours pour évaluer de nouveaux concepts de guide « papier » mettant en valeur le savoir-faire des professionnels et permettant de faire le lien avec les contenus digitaux grâce à la réalité augmentée.

Les **ventes totales**³ s'élèvent à 174 millions d'euros au T1 2018 en baisse de -11% par rapport au T1 2017.

Les ventes digitales sont en recul de 13 millions d'euros, soit -8%, alors que les ventes imprimés sont en baisse de 8 millions d'euros soit -28% au T1 2018 vs T1 2017.

Dans un contexte de profonde et rapide transformation, au moins trois facteurs ont pesé de façon sensible sur l'évolution des ventes :

- le calendrier impliquant, au premier trimestre 2018, à la fois un moins grand nombre de jours travaillés et plus de congés pris qu'en 2017 du fait du cadencement des vacances scolaires, a un impact estimé à 6 millions d'euros,

¹ Le nouveau périmètre digital est équivalent à l'ancien périmètre Internet

² Le nouveau périmètre imprimés est équivalent à l'ancien périmètre Imprimés & Vocal

³ Le carnet de commandes correspond à la part de chiffre d'affaires restant à reconnaître au 31/03 sur les commandes de ventes telles que validées et engagées par nos clients au 31/03. S'agissant des produits en mode abonnement, seule la période d'engagement en cours est considérée

⁴ Périmètre des activités poursuivies

- les deux jours de grève déclenchés en février et mars à la suite de l'annonce du PSE, combinés à un niveau d'absentéisme plus élevé qu'en 2017, se traduisent par un manque à gagner d'au moins 5 millions d'euros,
- et une baisse de la productivité sensible touchant l'ensemble de l'entreprise.

Le **carnet de commandes**³ s'élève à 449 millions d'euros au T1 2018, en baisse de -5%. Cette baisse est principalement liée au fort déclin de l'activité imprimés (-27% de décroissance au T1 2018 vs T1 2017). Le carnet de commandes digital est en légère érosion de -1% du fait d'un profil de reconnaissance du chiffre d'affaires hétérogène selon les produits vendus.

Les KPIs opérationnels de SoLocal Group au T1 2018 s'établissent comme suit :

| | T1 2017 | T1 2018 | Variation |
|--|---------|---------|-----------|
| Nombre de visites (en millions) | 614 | 600 | -2% |
| Abonnement (% des ventes totales) en tacite reconduction | 9% | 17% | +8pts |

Note : périmètre des activités poursuivies

Les visites Internet³ sont en baisse de -2% à 600 millions au T1 2018 par rapport au T1 2017 ; l'audience du média PagesJaunes est stable sur la période, les contacts apportés à nos clients augmentant même de plus de +5%. Ces visites sont générées à travers nos propres marques (PagesJaunes, Mappy, Ooreka), notre optimisation continue en SEO (croissance à 2 chiffres de l'audience liée sur T1) et nos partenariats privilégiés (Bing (Microsoft), Yahoo!, Apple,...). La légère érosion du nombre de visites est principalement liée à la concurrence accrue sur les segments santé et habitat d'Ooreka ainsi qu'au déclin des visites non-mobiles du média Mappy. L'audience mobile augmente, quant à elle, de +5% et représente désormais 41% de l'audience totale.

L'abonnement³ en tacite reconduction représente en pourcentage des ventes totales 17% et est en progression de +8 points au T1 2018. Ce chiffre est porté par la croissance des sites Premium, le lancement d'une offre créée pour fidéliser nos clients à petits ARPA ainsi que la montée en puissance de l'offre Presence Management.

II. Incidences de l'adoption d'IFRS 15 sur le chiffre d'affaires

| En millions d'euros | T1 2017 | | 2017 | |
|---------------------------------|------------|------------|------------|----------------------|
| | IAS 18 | IFRS 15 | IAS 18 | IFRS 15 ⁵ |
| Chiffre d'affaires digital | 160 | 150 | 636 | 610 |
| Chiffre d'affaires imprimés | 26 | 26 | 120 | 121 |
| Chiffre d'affaires total | 186 | 176 | 756 | 730 |

Note : périmètre des activités poursuivies

L'adoption de la norme IFRS 15 dans les comptes du Groupe a conduit à une modification du rythme de reconnaissance du chiffre d'affaires, avec un étalement dans le temps plus important. La comptabilisation du chiffre d'affaires est ainsi légèrement retardée par rapport à la méthode antérieure (IAS 18).

III. Poursuite de la mise en œuvre du projet stratégique et de transformation « SoLocal 2020 » et du plan d'économies

Eric Boustouller, Directeur Général de SoLocal Group, a présenté le 15 février 2018 son projet stratégique « SoLocal 2020 », approuvé le 12 février 2018 par le Conseil d'Administration. Il s'articule autour de 3 axes créateurs de valeur et d'un plan d'économies. Ce projet vise à faire de SoLocal l'un des champions du digital en France.

⁵ En cours de revue par les commissaires aux comptes

1. Déployer une nouvelle offre élargie de services digitaux pour toutes les entreprises

Face à l'évolution des besoins numériques des TPE/PME françaises et des entreprises à réseaux, SoLocal ambitionne d'être la plateforme digitale de référence des entreprises, intégrant une démarche de coaching digital adaptée à chaque segment de marché. Cette nouvelle offre est en cours de structuration autour de 5 gammes de services : Présence digitale, Publicité digitale, Sites web, Solutions digitales et Imprimés digital. Au T1 2018, SoLocal a lancé de nouvelles offres à destination de ses clients à réseaux via le pack Présence et des TPE à travers de nouvelles offres avec Facebook.

Le déploiement des nouvelles gammes de services packagées, simplifiées et enrichies débutera à l'automne 2018.

2. Réinventer le média PagesJaunes

La refonte de PagesJaunes répond à deux priorités : renforcer la pertinence de la recherche locale pour les utilisateurs via une plus grande personnalisation et faire croître leur engagement à travers de nouveaux services (avis, recommandations, prises de rendez-vous, etc.). Au cours du mois d'avril, PagesJaunes a franchi une étape importante vers la modernisation de son service avec le lancement de la recherche monochamp. D'autres fonctionnalités visant à améliorer l'UX (expérience utilisateur) et l'UI (interface utilisateur) sont en cours de développement et seront lancées d'ici la fin du premier semestre 2018 :

- Programme de fidélisation
- Partenariats transactionnels
- Refonte de la fiche détaillée
- Conversationnel – langage naturel

3. Simplifier l'organisation

Pour répondre au mieux aux besoins des clients, gagner en agilité et en efficacité, et renforcer notre compétitivité, l'organisation opérationnelle serait repensée, autour, notamment, de la suppression des Business Units, la centralisation des fonctions supports, la rationalisation des implantations, la simplification de la ligne managériale et de la consolidation de certaines activités.

Le processus d'information et de consultation avec les représentants du personnel se poursuivra jusqu'au 21 juin 2018.

4. Plan d'économies

Le Groupe a continué ses efforts pour réduire sa base de coûts :

- Gestion prudente des effectifs marquée par le non-remplacement des départs et le gel des recrutements.
- Charges externes : maîtrise des achats (diagnostic en cours sur toutes les familles d'achat), priorisation et optimisation des dépenses IT et gel des dépenses de séminaires et événements.
- Désengagement : cession, le 9 mars dernier, de la société Netvendeur, spécialisée dans l'estimation des prix de l'immobilier à destination des particuliers. Lancée en 2014, suite à une initiative intraprenariale, Netvendeur s'est développée sur un business model de génération de leads de mandats vendeurs pour les agences immobilières. Cette cession a un impact non-significatif sur les comptes consolidés du Groupe.

IV. Partenariat stratégique avec Google

SoLocal et Google ont annoncé le 23 avril dernier le renforcement de leur partenariat stratégique.

Initié dès 2013 avec la distribution par SoLocal de sa première offre Google, ce nouvel accord de 2 ans double les moyens consacrés par les deux partenaires pour accompagner les TPE/PME françaises et les réseaux dans leur développement numérique.

A travers ses services digitaux Booster Site, Booster Contact et Booster Réseaux, SoLocal propose toute une série d'offres de performance garantie qui permettent aux entreprises d'optimiser leur visibilité sur Google.

Les campagnes de publicité digitale (plus de 20 000 générées en 2017) sont gérées à travers une plateforme propriétaire combinant l'expertise de média traders certifiés et l'efficacité d'algorithmes intervenant en continu sur de multiples indicateurs : mots-clefs, enchères, etc. Cette association unique d'industrialisation et de personnalisation se matérialise, selon le choix de l'annonceur, par du trafic supplémentaire sur son site internet, des rendez-vous en ligne, des appels téléphoniques, ou de la visite en magasin.

Ce partenariat nourrit l'ambition de SoLocal d'afficher une croissance annuelle autour des produits Google de +50% sur la période 2017-2020.

V. Perspective 2018

Le Groupe **confirme pour 2018 la perspective de stabilisation de son EBITDA récurrent.**

VI. Prochaines dates du calendrier financier

Les prochaines dates du calendrier financier sont les suivantes :

- Assemblée Générale Ordinaire : 25 juin 2018 à 14h30 au Palais Brongniart
- Communication des résultats semestriels 2018 : 25 juillet 2018 post bourse
- Communication du chiffre d'affaires du 3^{ème} trimestre 2018 : 24 octobre 2018 post bourse

À propos de SoLocal Group

SoLocal Group se positionne comme le partenaire, local, digital de confiance des entreprises pour accélérer leur croissance. Pour réussir cette transformation, il s'appuie sur ses six atouts fondamentaux, pour certains uniques en France : des médias à très fortes audiences, une data géolocalisée puissante, des plateformes technologiques évolutives (scalables), une couverture commerciale dans toute la France, des partenariats privilégiés avec les GAFAM et de nombreux talents (experts en matière de data, de développement, de digital marketing, etc.). Les activités de SoLocal Group sont structurées autour de deux axes. D'un côté, une gamme de services digitaux « full web & apps » sur tous les terminaux (PC, mobiles, tablettes et assistants personnels), proposés sous forme de packs et d'abonnements, (« Digital Presence », « Digital Advertising », « Digital Website », « Digital Solutions » et « Print to Digital »), et intégrant un service de coaching digital, pour faciliter la réussite des entreprises. De l'autre, des médias propriétaires (PagesJaunes et Mappy) qui sont au cœur du quotidien des Français et leur offrent une expérience utilisateur enrichissante et différenciante. Avec plus de 460 000 clients partout en France et 2,4 milliards de visites sur ses médias, le Groupe a généré en 2017 un chiffre d'affaires de 756 millions d'euros, dont 84% sur Internet, et se classe ainsi parmi les premiers acteurs européens en termes de revenus publicitaires sur Internet. SoLocal Group est cotée sur Euronext Paris (LOCAL). Les informations sont accessibles sur www.solocalgroup.com.

Contacts

Presse

Delphine Penalva

+33 (0)1 46 23 35 31

dpenalva@solocal.com

Edwige Druon

+33 (0)1 46 23 37 56

edruon@solocal.com

Alexandra Kunysz

+33 (0)1 46 23 47 45

akunysz@solocal.com

Investisseurs

Nathalie Etzenbach-Huguenin

+33 (0)1 46 23 48 63

netzenbach@solocal.com

Sébastien Nony

+33 (0) 1 46 23 49 03

snony@solocal.com

VII. Annexe

Chiffre d'affaires consolidé en IFRS 15

| En millions d'euros | T1 2017 ⁶ | | | T1 2018 | | | Variation activités poursuivies |
|---------------------------|----------------------|-----------------------|-----------------------|------------|-----------------------|-----------------------|---------------------------------|
| | Consolidé | Activités désengagées | Activités poursuivies | Consolidé | Activités désengagées | Activités poursuivies | |
| Chiffre d'affaires | 178 | 3 | 176 | 168 | 0 | 168 | -4% |
| CA Digital | 153 | 3 | 150 | 152 | 0 | 152 | +1% |
| CA Imprimés | 26 | - | 26 | 16 | - | 16 | -37% |

⁶ Chiffres du T1 2017 retraités en IFRS 15