



Questions posées à l'occasion du Comité consultatif des Actionnaires de novembre 2019

Après la publication du chiffre d'affaires du T3 2019, je suis dubitatif quant à l'atteinte de l'objectif d'EBITDA en croissance modérée et sur la stabilisation des ventes digitales en 2019. Pouvez-vous confirmer l'ensemble de vos prévisions pour 2019 ?

Notre objectif annoncé pour 2019 est en effet une stabilisation des ventes Digital et une croissance modérée de l'EBITDA récurrent. Nous avons mentionné, à l'occasion de la publication des résultats du premier semestre 2019, un retour à la croissance des ventes Digital au second semestre 2019. Celui-ci a été accompli, comme annoncé le 21 octobre 2019 : les ventes Digital ont connu une croissance de +5,3% au T3 2019, marquant le retour à la croissance de Solocal, dans une logique de mise en œuvre de notre plan de transformation. Nos nouveaux services digitaux déployés au cours des dernières semaines ont reçu un accueil positif, et la réorganisation commerciale a généré une augmentation de la productivité. La majorité des ventes Digital s'est faite en mode abonnement, en conformité avec notre projet. La stabilisation des ventes Digital sur l'année 2019 a été également reconfirmée à cette occasion.

Les résultats du premier semestre 2019 ont également démontré un EBITDA récurrent en croissance sur les 6 premiers mois de l'année, dans la continuité de notre plan de réduction des coûts et de maîtrise de nos dépenses. Nous avons reconfirmé notre ambition de croissance modérée de l'EBITDA récurrent en 2019, après sa stabilisation en 2018 à la suite de neuf années de décroissance continue.

Je lis sur internet de nombreux avis négatifs sur les services et la relation clientèle de notre société. Cela m'inquiète. Certes, il convient de prendre les avis avec des pincettes mais le nombre de clients de Solocal diminue depuis 10 ans. Or, si Solocal arrive à satisfaire ses clients, la croissance devrait naturellement revenir et alors, un cercle vertueux s'enclenchera. Est-ce que vous avez mesuré la qualité et la satisfaction des clients (enquête NPS par exemple) ? Si oui, quels sont les résultats des enquêtes ? Concrètement, que faites-vous pour améliorer cette problématique ? Merci d'avance pour vos actions, la qualité est un des principaux nerfs de la guerre pour le développement commercial.

Nous sommes plus que jamais concentrés sur la voix de nos clients, comme en témoigne la récente nomination du Directeur en charge de la Production et de la Relation Clients au Comité Exécutif de la société. Nous analysons les retours de nos clients au travers

notamment de deux types d'études : des NPS à froid réalisés une fois par an nous permettant de connaître le niveau de recommandation de nos clients à froid, ainsi que des études à Chaud, par lesquelles nous mesurons la satisfaction de nos clients tout au long de son cycle de vie.

Par ailleurs, nous gérons un pilotage mensuel transverse avec des indicateurs associés aux différentes thématiques qui impactent directement la satisfaction de nos clients. Nous continuons à optimiser tous les dispositifs existants pour mieux capter la voix du client, et ajoutons des nouveaux dispositifs dédiés par typologie produit et moments de vie du client. Notre source d'écoute en continu, est alimentée par les dispositifs voix du client, mais aussi par la création en interne d'un Panel annonceurs géré à 100% en interne : aujourd'hui 1 880 annonceurs recrutés sont prêts à échanger avec nous. C'est une vraie volonté de notre part d'être plus que jamais proches de nos clients.

Quelles sont vos options afin de refinancer la dette obligataire et ses taux d'intérêt à la baisse ? Avez-vous les financements nécessaires pour faire face aux décaissements des indemnités liées au PSE ?

L'obligation Solocal de maturité mars 2022 provient de la restructuration de la dette conclue en 2017. Son coupon variable est calé sur le ratio d'endettement net et les conditions de la documentation en sont donc particulièrement restrictives. Nous travaillons sur les moyens de refinancement envisagés et la période la plus propice, qui permettront d'optimiser le coût de la dette et d'assouplir les conditions contractuelles de manière optimale, sur la base des conditions de marché et des différents éléments que nous pouvons mettre en évidence afin de réduire le coût de la dette.

Concernant les décaissements liés au plan de restructuration, nous avons payé à fin octobre 2019 86% des décaissements prévus en 2019. Comme indiqué dans nos précédentes communications, nous cherchons à diversifier nos sources de financement afin de donner au Groupe des marges de manœuvre dont la trésorerie est significativement obérée par les décaissements relatifs au PSE.

Quel est l'impact des nouvelles offres sur le besoin en fonds de roulement ?

Nos nouvelles offres sont proposées à nos clients pour 12 mois, en mode abonnement, c'est-à-dire avec tacite reconduction à l'issue de ces 12 mois. Historiquement, nos clients commençaient à payer avant le début du service puis tout au long de l'année, selon des modalités hétéroclites.

Nous profitons du lancement de nos nouveaux services digitaux pour structurer les modalités de paiement de nos services, avec désormais 3 modes de paiements possibles : Comptant, 3x ou 12x.

Nos nouvelles offres peuvent les premiers mois avoir un impact légèrement défavorable sur notre BFR, en fonction des nouvelles modalités de paiement choisies et le canal de vente.

Je reste perplexe sur le cours de bourse de Solocal et ceci après avoir subi l'augmentation de capital à 1 € l'action, aujourd'hui à 0,75 €. Quand vous avez mis plus de 40 000 € pour suivre cette augmentation de capital, cela fait mal. A quand un cours à 1,8 €, comme il a été prédit en 2016 ?

A partir de quand pensez-vous commencer à faire monter le titre vers 1,98€ qui nous a été indiqué dans une lettre aux actionnaires qui nous a été adressée à l'arrivée de la nouvelle équipe ?

Nous avons annoncé une croissance des ventes Digital de +5,3% au T3 2019, puis une croissance de +7% des ventes Digital pour le T4 2019, et l'entreprise travaille quotidiennement à la mise en place du plan de transformation Solocal 2020. Les nouveaux services digitaux sont accueillis de façon positive par nos clients, la productivité augmente de façon régulière, et l'organisation connaît un changement majeur avec près de 60% des ventes en mode abonnement.

Notre cours de bourse est plus volatile que le marché, et est régulièrement sujet à des fluctuations et des volumes d'échanges plus importants dans les périodes entourant la publication de nos résultats financiers. Les valeurs midcap ont par ailleurs été sujettes à une aversion au risque plus marquée de la part du marché, certains investisseurs subissant de plein fouet la décollecte de leurs fonds. Nous observons le cours de l'action d'extrêmement près et suivons ces évolutions de façon constante.

J'ai vu à la TV que Solocal a refait une campagne publicitaire, a-t-elle eu un impact favorable sur les ventes ? Quelle sera la marge brute de ses nouveaux services ?

Nous avons relancé une campagne publicitaire du 6 au 21 octobre en TV et en radio pour compléter nos investissements en digital, avec un accueil positif de nos forces commerciales. Nous avons ainsi vu un record de requêtes marque sur la période avec x1,5 requêtes marque sur les 2 semaines de campagne vs. les 2 semaines précédentes, ainsi qu'une augmentation des demandes de rappels en télévente, de visites sur le site solocal.com et de commandes de services digitaux Présence et Référencement Prioritaire en e-commerce.

Le 22 octobre, des médias se sont fait l'écho d'une grève des salariés de Solocal sur le site de Gond-Pontouvre. Le mouvement est-il désormais terminé ? Cela a-t-il eu une incidence importante, notamment sur la qualité des services fournis auprès des clients ? L'organisation commerciale est-elle désormais adaptée aux nouvelles offres ?

Le 22 octobre, un débrayage d'une partie des équipes d'Angoulême a perturbé l'organisation du site pendant quelques heures. Ce mouvement, dont l'impact a été limité sur l'activité, visait à mettre en lumière des points d'amélioration à étudier au regard de l'intensité de l'activité. Après plusieurs échanges sereins et efficaces avec toutes les équipes, des mesures ont été présentées et celles-ci rencontrent un accueil positif parmi les équipes. L'organisation de l'activité des nouvelles offres est désormais totalement opérationnelle.

Un regroupement d'actions est-il prévu ?

Nous concentrons nos efforts au quotidien sur la mise en place du plan de transformation stratégique Solocal 2020, afin de renouer avec une croissance rentable et durable. Le déploiement des nouveaux services digitaux, la réorganisation commerciale et la transformation de notre modèle en mode abonnement sont porteurs de croissance sur les deux derniers trimestres en 2019, avec une augmentation des ventes Digital sur cette période. Nous sommes confiants dans les perspectives de l'entreprise, et étudions divers éléments dans l'élaboration d'une stratégie de capital à plus long-terme.

J'aimerais avoir des précisions sur les prévisions commerciales et les marges pour les prochains trimestres.

Comme annoncé, notre ambition pour 2019 se porte sur une stabilisation des ventes Digital et une croissance modérée de l'EBITDA récurrent. Les différents éléments d'objectifs pour l'année 2020 seront annoncés à l'occasion de la publication des résultats annuels 2019 le 27 février 2020.

Il nous semble que l'actionnariat actuel ne sait plus que penser malgré l'annonce de résultats bien orientés, face à un cours Solocal moribond de trimestre en trimestre. Comment l'entreprise Solocal peut-elle inciter ses actionnaires à faire maintenant franchement confiance dans le nouveau Solocal, celui d'aujourd'hui et de demain ? Exemple d'une entreprise qui a complètement abandonné tout intérêt vers son actionnariat, jugée pourtant comme une très belle entreprise redevenue rentable : ST Dupont.

L'actionnariat individuel représente un enjeu important pour Solocal, et nous remercions nos actionnaires individuels de leur soutien. En effet, l'adhésion de nos actionnaires à notre stratégie et au plan de transformation Solocal 2020 est essentiel pour nous, aussi bien dans la mise en place de notre projet d'entreprise, qu'à plus long-terme pour une croissance rentable et pérenne.

Le Conseil d'Administration de Solocal souhaite vivement maintenir un dialogue transparent dans un climat de confiance et d'échanges réciproques avec les actionnaires

individuels, et les équipes ont à ce titre mis en place des canaux de communication multiples avec les actionnaires individuels de Solocal, à plusieurs niveaux : section dédiée sur le site Internet de l'entreprise, numéro de téléphone et courriel dédiés. La direction et le Conseil d'Administration de Solocal, notamment son Président, se tiennent à disposition des actionnaires individuels et le rendez-vous semestriel que représente le Comité Consultatif des Actionnaires est un lieu d'échanges primordial. De façon plus régulière, le Censeur du Conseil d'Administration nommé en juin 2019 défend par ailleurs les préoccupations des actionnaires individuels, qui représentent plus de 20% du capital de l'entreprise.

Enfin, Solocal a à cœur de fidéliser ses actionnaires individuels avec notamment le mécanisme des droits de vote double, qui sont accordés à l'issue de deux années de détention de titres au nominatif.

Par ailleurs, et par-delà ces actions concrètes, nous étudions de façon continue les éléments de coopération avec nos actionnaires individuels qui pourraient être portés à notre connaissance, et restons à l'écoute, de manière proactive, de notre base actionnariale.

L'impact de la pénétration commerciale et les moyens pour y parvenir avec de nouveaux outils : constatant l'érosion de la branche papier qui sera définitivement abandonnée en 2020, comment les plans d'actions terrain viendront-ils compenser rapidement la perte d'un chiffre d'affaires important, même si celui-ci est en forte régression au fil du temps ? Quelle méthode sera employée pour booster les ventes ? Comment gagner le pari du digital devenu maintenant incontournable au plan mondial ?

Dans le cadre du plan de transformation Solocal 2020, le Groupe a connu une profonde réorganisation avec une nouvelle gamme simplifiée et complète de services digitaux à forte valeur ajoutée et une organisation commerciale omnicanale s'appuyant sur des atouts technologiques forts et des partenariats de qualité. En parallèle, la société accompagne l'arrêt de l'activité Imprimés d'ici la fin de l'année 2020.

Dans ce contexte, l'entreprise a lancé ses nouveaux produits digitaux en mode abonnement avec renouvellement automatique, recevant un accueil positif des clients, comme en témoigne le taux de ventes en abonnement en croissance, à près de 60% des ventes Digital au T3 2019. Cette stratégie permet de ce fait une visibilité plus importante sur la génération de chiffre d'affaires sur les trimestres à venir.

Par ailleurs, l'efficacité des nouveaux services digitaux positionne le nouveau Solocal, digital, de façon compétitive mais aussi rentable sur un marché du marketing digital en croissance. Le plan de réduction de coûts majeur lancé en 2018 doit permettre à la société de générer environ 120 millions d'euros d'économies à fin 2020 (effet année pleine). La donnée propriétaire que Solocal obtient via ses médias notamment PagesJaunes.fr (plus

de 2,4 milliards de visites par an), est qualitative et peu coûteuse, tout en respectant la réglementation RGPD, et permet de délivrer une marge significative (par rapport à de la donnée tierce, bien plus coûteuse). En outre, la technologie propriétaire de Solocal permet de développer des algorithmes générateurs d'économies de coûts, pour délivrer toujours plus de valeur à nos clients. Ces différents éléments permettent ainsi de soutenir une croissance rentable, de façon durable, afin de développer la position forte de Solocal de façon pérenne dans l'industrie du marketing digital.

Solocal - www.solocal.com

Nous sommes le partenaire digital local des entreprises. Notre métier : les conseiller et les accompagner pour booster leur activité grâce à nos services digitaux (Présence digitale, Publicité digitale, Sites Internet, Nouvelles Solutions Print). Nous sommes également aux côtés des utilisateurs pour leur faire vivre la meilleure expérience digitale avec PagesJaunes, Mappy et Ooreka, et nos partenaires (Google, Facebook, Apple, Microsoft/Bing, Yahoo!, etc.). Nous mettons ainsi à la disposition des professionnels et du grand public nos services à très fortes audiences, notre data géolocalisée, nos plateformes technologiques évolutives, notre couverture commerciale sans égale dans toute la France, nos partenariats privilégiés avec les entreprises du numérique et nos talents en matière de data, de développement, de digital marketing, etc. Nous fédérons près de 400 000 entreprises partout en France et 2,4 milliards de visites sur nos services. Solocal bénéficie par ailleurs du label « Digital Ad Trust Classique » pour ses services digitaux PagesJaunes et Mappy. Pour tout savoir sur Solocal (Euronext Paris « LOCAL ») : restons en contact [@solocal](https://twitter.com/solocal)

Contacts presse

Charlotte Millet +33 (0)1 46 23 30 00
charlotte.millet@solocal.com

Edwige Druon +33 (0)1 46 23 37 56
edruon@solocal.com

Contacts investisseurs

Julie Gualino-Daly
+33 (0)1 46 23 42 12
jgualino@solocal.com

Alima Lelarge Levy
+33 (0)1 46 23 37 72
alelargelevy@solocal.com

Colin Verbrugghe
+33 (0)1 46 23 47 48
cverbrugghe@solocal.com

Nous suivre



solocal.com