

COMMUNIQUÉ DE PRESSE

Boulogne-Billancourt, le 4 mars 2018

Mise à disposition d'informations complémentaires

Dans le prolongement de l'annonce des résultats 2017 et de l'*Investor Day* qui s'est tenu le 15 février dernier, la Société fournit les informations complémentaires suivantes la concernant :

Informations complémentaires concernant l'évolution du parc clients

Le taux de chute des clients de la Société est passé de 18,5% en 2016 à 17,1% en 2017.

Dans le cadre de notre nouvelle stratégie et afin de continuer à améliorer le taux de chute des clients, nous prévoyons de migrer nos clients vers des contrats « *evergreen* ». Ces contrats d'un an seront automatiquement renouvelés à l'échéance, à moins qu'ils ne soient résiliés par le client. Nous prévoyons également que ces contrats fonctionneront sur la base d'un paiement initial en début de contrat. Environ 10% de nos ventes totales pour l'exercice clos le 31 décembre 2017 ont été générées par des contrats « *evergreen* » et, à date de janvier 2018, environ 26 000 de nos clients avaient déjà conclu ce type de contrat avec notre Société. Notre objectif pour 2018 est d'augmenter la portion de nos ventes générées par ces contrats « *evergreen* » à 30% de nos ventes totales et de tripler le nombre de clients ayant conclu ce type de contrats.

Informations complémentaires concernant les activités Imprimés & Vocal

Le chiffre d'affaires généré par nos activités Imprimés & Vocal est en recul depuis plusieurs années car de moins en moins de clients et d'utilisateurs ont recours aux annuaires imprimés pour leur communication.

Pour contrôler ce déclin, la Société doit proposer de nouveaux services créateurs de valeur à ses clients Imprimés & Vocal. Dans ce cadre, la Société réfléchit notamment à lancer de nouvelles offres « *Print to Digital* », autour d'innovations testées en mode « *test & learn* » pour donner au print une nouvelle dimension, notamment autour des flyers en réalité augmentée et des guides locaux digitaux.

Si cette nouvelle gamme de services « *Print to Digital* » ne permet pas d'améliorer les performances et perspectives financières des activités Imprimés & Vocal, la Société pourrait choisir de se désengager de cette activité en 2019 ou 2020.

Informations complémentaires concernant l'évolution des dépenses de la Société pour l'acquisition d'immobilisations (CAPEX)

La Société s'attend à ce que ses dépenses pour l'acquisition d'immobilisations corporelles et incorporelles (CAPEX) en 2018 et 2019 soient inférieures à celles de 2017.

Informations complémentaires concernant la cession éventuelles de certains actifs non stratégiques

Dans le cadre de ses efforts continus pour optimiser ses flux de trésorerie et faire croître ses activités, la Société a lancé une revue stratégique de certains actifs et sites non « *core business* ».

Au cours de l'exercice 2017, la Société a ainsi cédé son activité de diffusion de petites annonces immobilières sur Internet, A Vendre A Louer, pour environ 19,8 millions d'euros.

La Société a lancé d'autres initiatives comparables et estime qu'elle pourrait mettre en œuvre au moins une transaction similaire, portant sur un actif non « *core business* », au cours des prochains mois.

Partenariats

Notre stratégie de croissance dépend, en partie, de notre capacité à maintenir et développer nos partenariats stratégiques, notamment ceux avec les leaders de l'industrie tels que Google, Facebook Apple et Bing (Microsoft). Nous sommes actuellement en discussion avec certains de ces partenaires sur le renouvellement de nos partenariats devant arriver à échéance en 2018, y compris celui avec Google. Nous sommes confiants sur notre capacité à renouveler ces partenariats.

À propos de SoLocal Group

SoLocal Group ambitionne de devenir 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