

2018 : Année de transformation profonde

Confirmation de la perspective 2018 de stabilisation de l'EBITDA récurrent¹ (170M€)

Franchissement d'étapes majeures : réduction des effectifs de 800 personnes, environ 60M€² d'économies sur la base de coûts

Dans une phase de transition de l'organisation commerciale, ventes Digital¹ du T3 2018 en baisse de -19,8%, chiffre d'affaires Digital¹ du T3 2018 en baisse de -3,4%

Ventes Digital¹ du T3 2018 en baisse de -19,8% : transition de l'organisation commerciale et déploiement de la nouvelle offre digitale

Chiffre d'affaires du T3 2018 :

- Chiffre d'affaires Digital¹: 139 millions €, -3,4%
- Chiffre d'affaires total¹ : 160 millions €, -9,8%

Transformation bien avancée :

- Rapidité de la mise en œuvre du Plan de Sauvegarde de l'Emploi, avec 800 départs effectifs
- Confirmation de la perspective 2018 : stabilisation de l'EBITDA récurrent¹ (170M€)
- Environ 60M€² d'économies estimées sur la base de coûts pour l'année 2018 par rapport à 2017³
- Nouveaux produits, partenariats, nouvelle direction, organisation, identité

Poursuite de la transformation en 2019 accompagnée d'un retour à la croissance :

- Augmentation progressive des ventes en 2019
- Retour à la croissance de l'EBITDA récurrent¹ en 2019 au travers de la croissance des ventes Digital et de réductions de coûts supplémentaires
- Nouvelles économies de coûts et focus sur la gestion de trésorerie pour soutenir la capacité du groupe à auto-financer le plan Solocal 2020

A l'occasion de la publication des résultats du T3 2018, Eric Boustouller, Directeur Général de Solocal a déclaré : “Depuis l'annonce de notre nouveau plan stratégique en février 2018, nous avons franchi des étapes majeures dans une transformation sans précédent de Solocal : nous avons conduit en quelques mois un Plan de Sauvegarde de l'Emploi massif actant le départ de 800 personnes en Juillet 2018, notre base de coûts a été réduite de 60M€², nous introduisons actuellement sur le marché notre nouvelle offre de services digitaux en mode abonnement avec tacite reconduction, nous déployons une nouvelle organisation commerciale sur un mode omnicanal... Malgré l'impact sur l'activité dû à la mise en œuvre très rapide du PSE, nous maintenons notre engagement d'atteindre notre perspective de stabilisation de l'EBITDA récurrent¹(170M€) pour 2018, après 9 années consécutives de décroissance. Nous nous appuyons sur les réalisations importantes de 2018 pour conduire de nouvelles transformations en 2019 afin de bâtir les fondations du nouveau Solocal sur le long terme. Nous concentrerons nos efforts autour de réductions de coûts supplémentaires, du déploiement complet de notre offre digitale et de notre force de vente omnicanale qui inclut un nouveau canal e-commerce, un nouveau parcours client avec le suivi d'un coach digital auprès de nos clients, l'intensification du marketing automation et de nouvelles campagnes de publicité afin d'attirer de nouveaux clients et d'inciter à la montée en gamme, la modernisation de nos systèmes d'information et de notre R&D avec l'évolution de nos plateformes vers le cloud pour réaliser plus d'économies et permettre un développement à grande échelle... Tous nos efforts sont concentrés sur l'exécution de notre stratégie. Je suis confiant dans notre capacité à générer la croissance de nos ventes Digital sur l'année 2019 ainsi qu'à renouer avec la croissance de l'EBITDA récurrent¹, au travers de la croissance des ventes et d'économies de coûts supplémentaires.”

Les états financiers trimestriels ne sont pas audités. Les états financiers 2017 retraités sous IFRS 15 ne sont pas audités. L'information financière cumulée à fin de période 9 mois comprend la période allant du 1^{er} janvier au 30 septembre.

Chiffre d'affaires, ventes et carnet de commandes

Le chiffre d'affaires¹, les ventes¹ et le carnet de commandes¹ de Solocal au T3 2018 et sur les 9 premiers mois de l'année sont les suivants :

<i>En millions d'euros</i>	T3 2017³	T3 2018	Variation	9m 2017³	9m 2018	Variation
Ventes Digital	122,4	98,1	-19,8%	420,8	390,2	-7,3%
Ventes Imprimés	24,9	15,6	-37,4%	86,6	58,6	-32,3%
Ventes totales	147,3	113,7	-22,8%	507,4	444,9	-11,5%
Carnet de commandes Digital	353,3	338,2	-4,3%	353,3	338,2	-4,3%
Carnet de commandes Imprimés	57,6	39,2	-32,0%	57,6	39,2	-32,0%
Carnet de commandes total	410,9	377,4	-8,2%	410,9	377,4	-8,2%
Chiffre d'affaires Digital	144,0	139,1	-3,4%	440,7	432,2	-1,9%
Chiffre d'affaires Imprimés	33,4	20,9	-37,5%	103,7	77,5	-25,3%
Chiffre d'affaires total	177,3	160,0	-9,8%	544,4	509,8	-6,4%

Note : périmètre activités poursuivies. Cf. Annexe pour les données financières consolidées.

Les **ventes totales**¹ se chiffrent à 114 millions € au T3 2018, en baisse de -23% par rapport au T3 2017. Les ventes Digital¹ enregistrent une diminution de 24 millions €, soit -20%, alors que les ventes Imprimés baissent de 9 millions €, soit -37%, au T3 2018 par rapport au T3 2017.

Cette variation est principalement due à l'impact de la réorganisation. Comme anticipé, la mise en œuvre du Plan de Sauvegarde de l'Emploi a créé d'importantes perturbations avec le départ de 800 personnes durant l'été, parmi lesquelles figurent 400 effectifs de la direction commerciale. Cette profonde transformation de l'organisation commerciale affecte notre activité de façon significative sur le court-terme. Cette période de transition est traitée par la Direction de façon vigoureuse.

Concernant les ventes Imprimés, les clients et utilisateurs continuent de se détourner des produits Imprimés traditionnels.

Les **ventes totales¹ sur les 9 premiers mois de l'année 2018** s'élèvent à 445 millions €, en baisse de -12% comparé aux ventes totales¹ sur les 9 premiers mois de l'année 2017. Les ventes Digital¹ sur les 9 premiers mois de 2018 enregistrent une baisse de 31 millions €, soit -7%, tandis que les ventes Imprimés¹ sur les 9 premiers mois de 2017 baissent de 28 millions €, soit -32%.

Le **carnet de commandes¹** s'élève à 337 millions € au 30 septembre 2018, en baisse de -8% par rapport au 30 septembre 2017. Cette baisse est en partie due au fort déclin de l'activité Imprimés (baisse de -32% au 30 septembre 2018 par rapport au 30 septembre 2017). Le carnet de commandes Digital enregistre une baisse de -4% liée à une baisse des ventes Digital au T3 2018.

L'entreprise enregistre un **chiffre d'affaires total¹** de 160 millions € au T3 2018, en baisse de -10% par rapport au T3 2017.

Le chiffre d'affaires Digital¹ de 139 millions € au T3 2018 diminue de -3% par rapport au T3 2017 en raison du ralentissement de l'activité des ventes Digital malgré le succès des produits de performance tels que Booster Contact qui a enregistré une croissance à deux chiffres de son chiffre d'affaires au T3 2018 et la croissance des Sites internet. L'activité Digital représente 87% du chiffre d'affaires total¹ ce trimestre.

Le chiffre d'affaires Imprimés¹ de 21 millions € au T3 2018 enregistre une baisse de -37% par rapport au T3 2017 alors que les clients et les utilisateurs continuent leur migration vers des supports digitaux. L'activité Imprimés représente 13% du chiffre d'affaires total¹ ce trimestre. Solocal continue de monitorer la rentabilité de son activité Imprimés et d'arrêter la publication des annuaires imprimés PagesJaunes dans les départements fortement digitalisés où l'activité n'est plus rentable. L'entreprise a décidé d'arrêter leur publication dans 15 départements supplémentaires qui prendra effet en 2020, après avoir décidé plus tôt cette année d'arrêter leur publication dans 11 départements en 2019.

85% et 15% respectivement du chiffre d'affaires du T3 2018 proviennent du carnet de commandes du T3 2018 et des ventes du T3 2018 alors que 86% et 14% respectivement du chiffre d'affaires du T3 2017 provenaient du carnet de commandes du T3 2017 et des ventes du T3 2017.

Le chiffre d'affaires total¹ sur les 9 premiers mois 2018 s'élève à 510 millions €, en baisse de -6% par rapport au chiffre d'affaires¹ cumul fin de période 2017. Le chiffre d'affaires Digital sur les 9 premiers mois 2018 enregistre une baisse de 8 millions €, soit -2%, alors que le chiffre d'affaires Imprimés¹ cumul fin de période diminuent de 26 millions €, soit -25%.

Les indicateurs de performance de Solocal au T3 2018 et depuis le début de l'année sont les suivants :

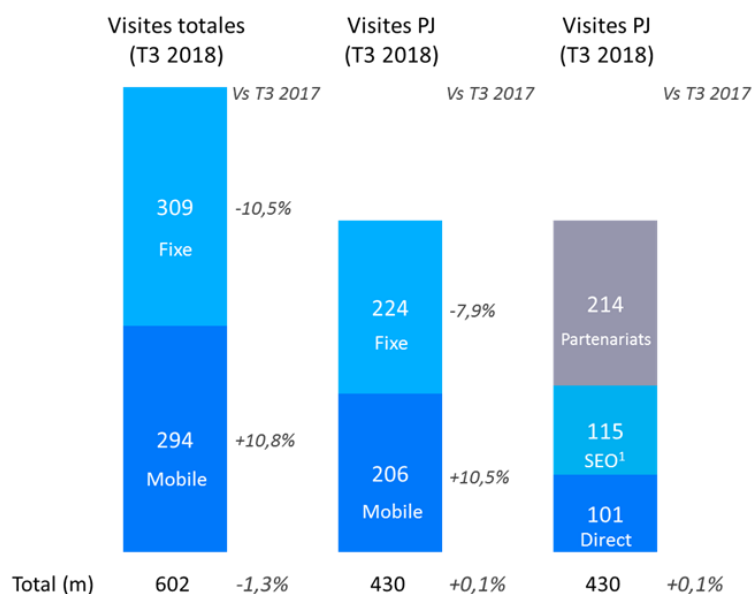
	T3 2017	T3 2018	9m 2017	9m 2018
Ventes en tacite reconduction (en % des ventes totales) ⁴	10%	15%	10%	15%
<i>Variation</i>		+4,5 pts		+5,8 pts
Audience : nombre de visites (en millions)	610	602	1 825	1 804
<i>Variation</i>		-1,3%		-1,1%

Note : périmètre activités poursuivies.

Les ventes en tacite reconduction en pourcentage des ventes totales⁴ s'élèvent à 15% et augmentent de +5 points au T3 2018 par rapport au T3 2017. Les ventes en tacite reconduction du T3 2018 comprennent principalement les Sites internet, Booster Contact et l'offre Social. La nouvelle offre de services digitaux, en mode abonnement avec tacite reconduction, sera déployée à partir de novembre 2018 (offre Présence) avec une accélération en 2019.

L'audience¹ fléchit de -1,3% au T3 2018 par rapport au T3 2017, en lien avec le ralentissement du trafic sur Mappy et Ooreka. Les visites mobile ont augmenté de +10,8% au T3 2018 par rapport au T3 2017 sur l'ensemble des médias, atteignant un nouveau record dans l'usage du mobile, dans la lignée de la tendance globale. L'audience de PagesJaunes est stable au T3 2018 par rapport au T3 2017. Les visites liées aux partenariats sont en hausse, en particulier celles issues du partenariat avec Apple en hausse de 89% au T3 2018 par rapport au T3 2017. Apple devient l'un des partenaires majeurs de Solocal en termes d'audience et de contacts.

L'audience¹ est inférieure de -1,1% sur les 9 premiers mois 2018 par rapport à la même période en 2017. Les visites mobile ont augmenté de +8,4% sur les 9 premiers mois 2018 par rapport aux 9 premiers mois 2017. L'audience de PagesJaunes gagne +0,5% sur les 9 premiers mois 2018 par rapport à la même période en 2017. Les contacts générés par les visiteurs ont augmenté de +1,4% sur les 9 premiers mois de 2018 par rapport aux 9 premiers mois de 2017.



Retour à la croissance : nouvelle organisation commerciale et marketing en cours de déploiement

Solocal déploie sa nouvelle organisation commerciale afin de capter tout le potentiel de l'omnicanalité :

- Une nouvelle direction au sein de la force de vente est en place
- Le nouveau canal e-commerce sera opérationnel en janvier 2019
- Un focus particulier sur les grands comptes avec des produits ciblés et une organisation adéquate
- L'affectation des clients est dorénavant déterminée en fonction d'une nouvelle segmentation de marché basée sur le potentiel d'ARPA (ARPA < €500, €500-3 000, €3 000-5 000, €5 000-25 000, > €25 000) afin de l'allouer au canal de vente approprié
- Avec une relation client renforcée avec le coaching digital
- De nouvelles règles de rémunération pour la force de vente entreront en vigueur en janvier 2019
- Intégration d'une culture de la performance à tous les niveaux de l'organisation

La force de vente ainsi que le service relation client seront équipés d'outils et de technologies optimisés afin de porter la croissance des ventes en 2019, avec notamment :

- De nouvelles formations produits
- Un parcours client articulé autour de la data afin de sécuriser la migration et la satisfaction des clients, réduire l'attrition et inciter à la montée en gamme
- Un outil CRM optimisé : simplifié et systématique pour la force de vente et le service client
- Marketing automation (pleinement intégré à l'outil CRM) afin de générer des prospects, d'attirer de nouveaux clients et d'inciter à la montée en gamme
- Un équipement à la pointe : interface commerciale modernisée, application mobile, des portails internes ROI, de nouveaux outils
- Un outil de partage d'écran

Nouvelle identité Solocal et nouveau site internet

La nouvelle identité Solocal et le nouveau site internet seront dévoilés début novembre. La fonctionnalité e-commerce sera intégrée au site Solocal en janvier 2019. La nouvelle identité reflète le nouveau positionnement digital de l'entreprise ainsi que sa nouvelle personnalité : orientée client, directe, décomplexée. Des campagnes de communication et de publicité seront menées en 2019, à partir du T1 2019. Les campagnes de ventes et de marketing automation ont commencé à être déployées et s'intensifieront afin d'inciter à la montée en gamme de nos clients et d'attirer de nouveaux clients. Les dépenses de communication et de marketing vont s'accroître en 2019 avec un budget dépassant les 10 millions €.

2019 : année de transformation et de transition

L'année 2019 sera également une année de transformation profonde ainsi qu'une année de transition avec la migration de notre base clients vers notre nouvelle offre digitale.

Les étapes majeures à réaliser pour Solocal en 2019 sont les suivantes :

- Déploiement complet de notre nouvelle offre digitale en mode abonnement, acquisition de clients et migration de la base clients existante
- Déploiement complet de notre force de vente omnicanale avec un nouveau mode de rémunération variable et la mise en place de nouveaux outils
- Avancées majeures du e-commerce et des grands comptes
- Déploiement à grande échelle de campagnes de publicité, du marketing automation et du nouveau parcours client
- Expérience utilisateur PagesJaunes, verticales et place de marché, ainsi qu'expérience utilisateur Mappy et MaaS
- 100% cloud, mise en place d'un ERP/CRM, modernisation de tous les processus et systèmes

Perspective pour 2018

L'entreprise **confirme sa perspective de stabilisation de l'EBITDA récurrent¹ (170M€) pour 2018.**

Notes :

¹Activités poursuivies

²Réduction des frais de ventes, dépenses administratives et autres frais généraux (« SG&A »), estimation 2018

³Retraité sous IFRS 15

⁴Périmètre PagesJaunes

A propos de Solocal

Solocal 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 730 millions d'euros (retraité sous IFRS 15, activités poursuivies), dont 82% 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

Contacts investisseurs

Nathalie Etzenbach-huguenin
+33 (0)1 46 23 48 63
netzenbach@solocal.com

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

Nous suivre



solocal.com

Annexe

Chiffre d'affaires consolidé

	T3 2017 ³			T3 2018			Variation Activités poursuivies
	Consolidé	Activités désengagées	Activités poursuivies	Consolidé	Activités désengagées	Activités poursuivies	
<i>En million d'euros</i>							
Chiffre d'affaires	180,4	3,1	177,3	160,0	0	160,0	-9,8%
Chiffre d'affaires Digital	147,1	3,1	144,0	139,1	0	139,1	-3,4%
Chiffre d'affaires Imprimés	33,4	-	33,4	20,9	-	20,9	-37,5%

	9m 2017 ³			9m 2018			Variation Activités poursuivies
	Consolidé	Activités désengagées	Activités poursuivies	Consolidé	Activités désengagées	Activités poursuivies	
<i>En million d'euros</i>							
Chiffre d'affaires	553,9	9,5	544,4	510,7	1,0	509,8	-6,4%
Chiffre d'affaires Digital	450,2	9,5	440,7	433,2	1,0	432,2	-1,9%
Chiffre d'affaires Imprimés	103,7	-	103,7	77,5	-	77,5	-25,3%