



15 février 2018

PRESENTATION INVESTISSEURS

Solocal
GROUP

AVERTISSEMENT

Le présent document contient des déclarations à caractère prospectif. Celles-ci ne constituent pas des prévisions au sens du Règlement (CE) n°809/2004, et ont trait aux attentes, croyances, projections, projets et stratégies futurs, événements ou tendances anticipées et expressions similaires concernant des questions qui ne sont pas des faits historiques. Les déclarations prospectives sont fondées sur les croyances, hypothèses et attentes actuelles concernant la performance future de la Société, et prennent en compte toutes les informations actuellement disponibles. Les informations et déclarations prospectives ne constituent pas des garanties de performance future et sont soumises à différents risques et incertitudes, la plupart étant difficiles à prévoir et généralement hors du contrôle de la Société. Les risques et incertitudes incluent ceux cités ou identifiés à la section 4 « Facteurs de risque » du document de référence de SoLocal Group déposé le 28 avril 2017 auprès de l'Autorité des Marchés Financiers (AMF). Les facteurs importants susceptibles d'entraîner un écart substantiel entre les résultats effectifs et les résultats attendus exprimés par les déclarations prospectives, comprennent entre autres : les effets de la concurrence, le niveau d'utilisation des supports, le succès des investissements du Groupe en France et à l'étranger et les effets de la conjoncture économique. SoLocal Group, ses filiales, ses administrateurs, ses conseils, ses salariés et ses représentants déclinent expressément toute responsabilité pour ces énoncés prospectifs.

Les déclarations prospectives contenues dans le présent document sont valables uniquement à la date de rédaction du document. SoLocal Group ne s'engage à mettre à jour aucune de ces déclarations pour tenir compte des événements ou circonstances qui se produiraient après la date dudit document ou pour tenir compte de la survenance d'événements non prévus.

Toutes les données comptables sur une base annuelle sont présentées sous forme d'informations consolidées auditées mais toutes les données comptables sur une base trimestrielle ou semestrielle sont présentées sous forme d'informations consolidées non auditées.

Les indicateurs d'activité fournis dans cette présentation concernent les activités poursuivies.

Tous les indicateurs et données de nature financière sont publiés en détail dans le rapport des Comptes consolidés au 31 décembre 2017, disponible sur www.solocalgroup.com (espace Finance).



SOLOCAL 2020

INVESTMENT CASE

LE PARTENAIRE DIGITAL LOCAL DE CONFIANCE de TOUTES LES ENTREPRISES pour accélérer LEUR CROISSANCE

 **2,4Mds** visites

 **756M€** CA 2017 ⁽²⁾

 **>450k** sites web ⁽³⁾

 **55%** reach⁽¹⁾ 

 **469K** clients

 **>50K** camp/an

 **35M** profils

 **4M** pros référencés

 **150K** maj/jour

(1) Source Médiamétrie, octobre 2017, taux de reach défini comme le nombre de visiteurs uniques sur nos sites, par rapport à la population de référence sur une période donnée (périmètre France)

(2) Activités poursuivies

(3) Inclus les Store Locator

RÉSULTATS FINANCIERS 2017 ⁽¹⁾

2017 GUIDANCE

- CROISSANCE CA INTERNET: ~ -1%
- EBITDA: ≥€190M

M€	[2017 Δ2016]		[Q4 ΔQ4-16]	
CA	756	-5,7%	200	-3,6%
<i>% Internet</i>	<i>84%</i>		<i>84%</i>	
Internet	636	0%	172	+2,1%
EBITDA rec. ⁽²⁾	196	-15,1%	-	-
DETTE NETTE	332	-70%	-	-
TRESORERIE	86	27⁽³⁾	-	-

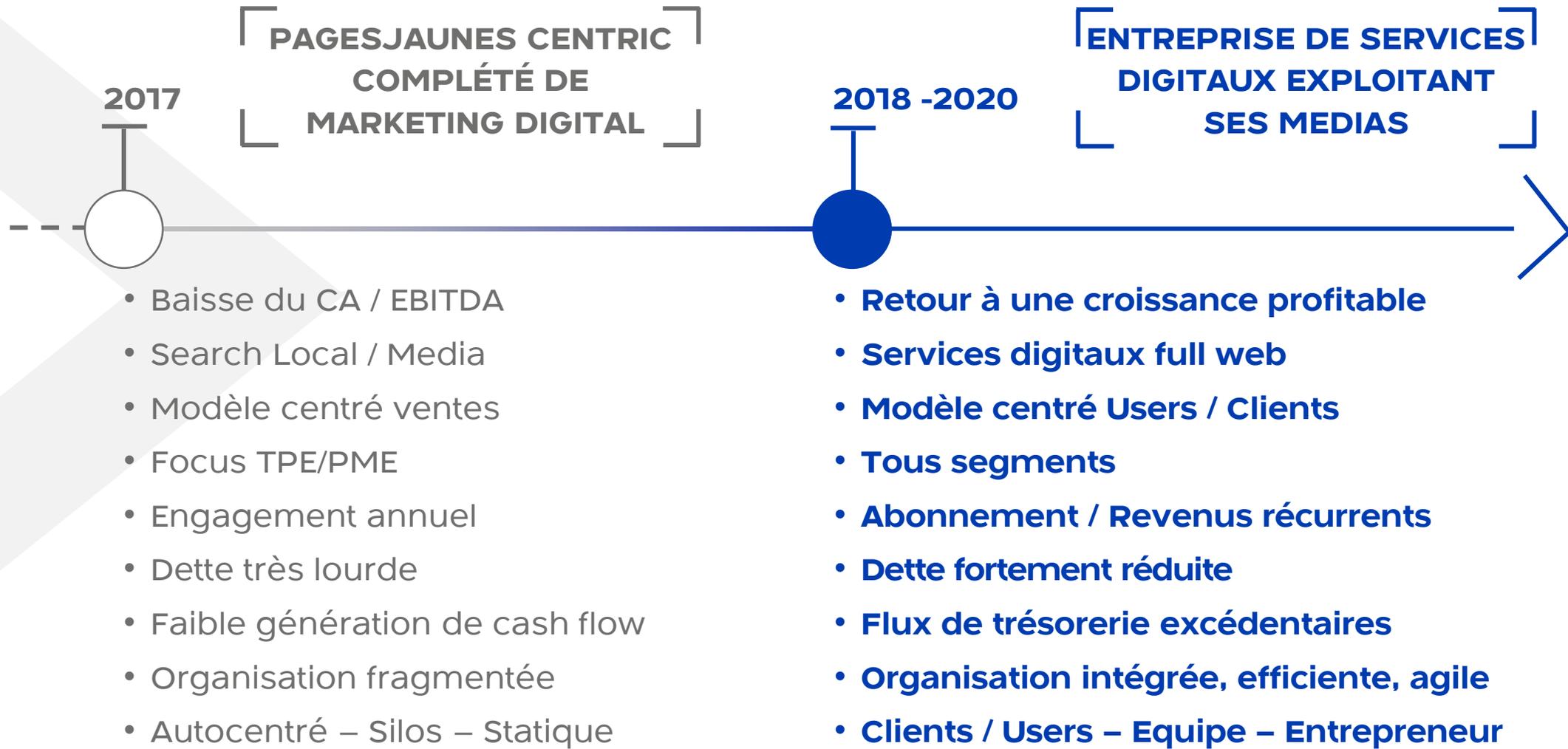
(1) Activités poursuivies;

(2) EBITDA calculé sur le CA du groupe moins les dépenses externes et les charges de personnel. Les charges de personnel incluent les salaires, charge, paiement en action et participation des salariés aux bénéfices

(3) Avec prise en compte de 32 M € de paiement différé d'intérêts financiers de 2016

Source: Company information, SoLocal Group 2016 and 2017 financial statements

FROM TO



LEVIERS DE CRÉATION DE VALEUR

1

Une entreprise digitale en forte croissance

2

Des avantages concurrentiels forts : contenus locaux riches, datas puissantes, couverture locale et nationale, partenariats impactant et des plateformes technologiques de pointe

3

Des revenus récurrents avec une augmentation du taux de rétention client

4

Une croissance de l'**EBITDA** soutenue par des **économies significatives** et une **croissance accélérée** des revenus

5

Des **cash-flows pérennes** grâce à une plus grande maîtrise des investissements et du BFR

6

Une équipe de management expérimentée avec des fortes expertises digitales et des parcours reconnus

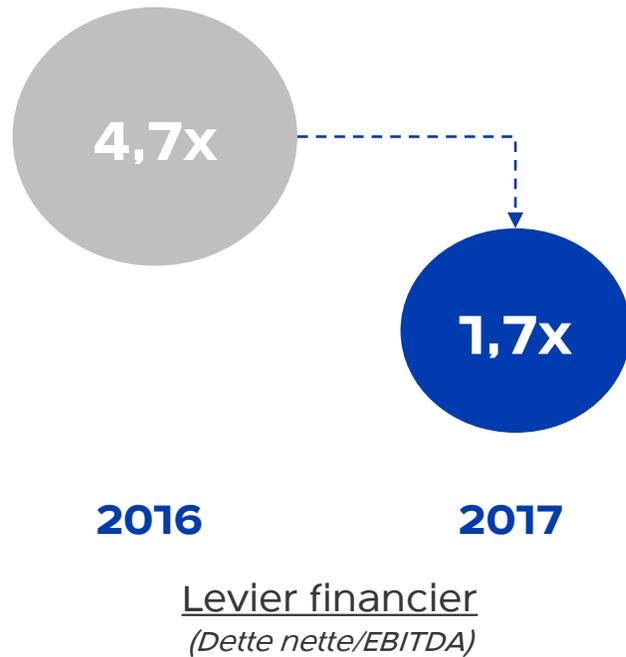


SOLOCAL 2020

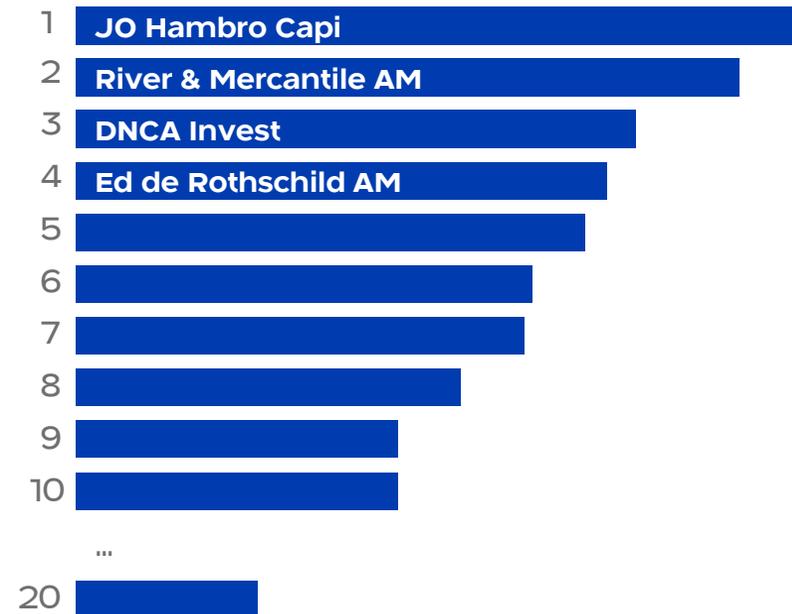
SOLOCAL UPDATE

UNE RESTRUCTURATION FINANCIÈRE RÉUSSIE ...

STRUCTURE FINANCIÈRE SOLIDE



COMPOSITION DE L'ACTIONNARIAT ⁽¹⁾



Top 20
[50-60%]

... ASSOCIEE A UNE NOUVELLE GOUVERNANCE...

NOUVEAU
CONSEIL

- Conseil **totallement renouvelé**
- **Compétences multidisciplinaires et complémentaires**
- **100% d'administrateurs indépendants**
- Deux investisseurs **long terme représentés**

NOUVEAU
PRESIDENT



Pierre DANON

Ancien Président et DG de
Numéricable et Président de
TDC Group

NOUVEAU
DIRECTEUR GÉNÉRAL



Eric BOUSTOULLER

Ancien Corporate Vice-Président de
Microsoft Corporation en charge de la
zone Europe de l'Ouest

... ET UNE NOUVELLE ÉQUIPE DE MANAGEMENT ALIGNÉE AVEC LES INTÉRÊTS DES ACTIONNAIRES



Eric BOUSTOULLER

Chief Executive Officer



Arnaud DEFRENNE

Chief Tech Officer

Ex L'Oréal, Digitas
CTO



Frédéric OBALA

Chief Product Officer*
Chief Media Officer

SoLocal



Christophe PARCOT

Chief Revenue Officer

Ex Teads COO &
Yahoo EMEA GM



Pascale FURBEYRE

Chief Marketing Officer

Ex Lesfurets, BforBank,
Yahoo Europe CMO



Jean-Jacques BANCEL

Chief Financial Officer

Ex SGD Pharma,
Ethypharm, ASF, CFO



Richard CUIF

Chief HR Officer

Ex Devanlay,
Microsoft CHRO



Pascal GARCIA

General Secretary

SoLocal

DES ACTIFS PUISSANTS POUR REUSSIR

#1

AUDIENCE

#2

DATA

#3

TECH.

#4

PARTENAIRES

#5

COUVERTURE

AUDIENCE MASSIVE ET EN CROISSANCE SUR TOUS LES SUPPORTS

#1

55%

Reach SoLocal
en octobre 2017

+2,4%

Vs. 2016

2M

App utilisées/jour

MONETISATION

2,4Mds⁽¹⁾

Visites sur nos
médias en 2017

+5%

Contacts générés



PagesJaunes

mappy

DATA
INTENTIONNISTE

- 1 2.4Mds VISITES & 35M PROFILS**
Situation géographique, moment de vie, data user intention d'achat

- 2 > 5M DIRECTEMENT GEO-LOCALISES VIA MOBILES**
- Geo-profiling: data à haute valeur
 - Tracking in-store : Geotracking (2M/jours)

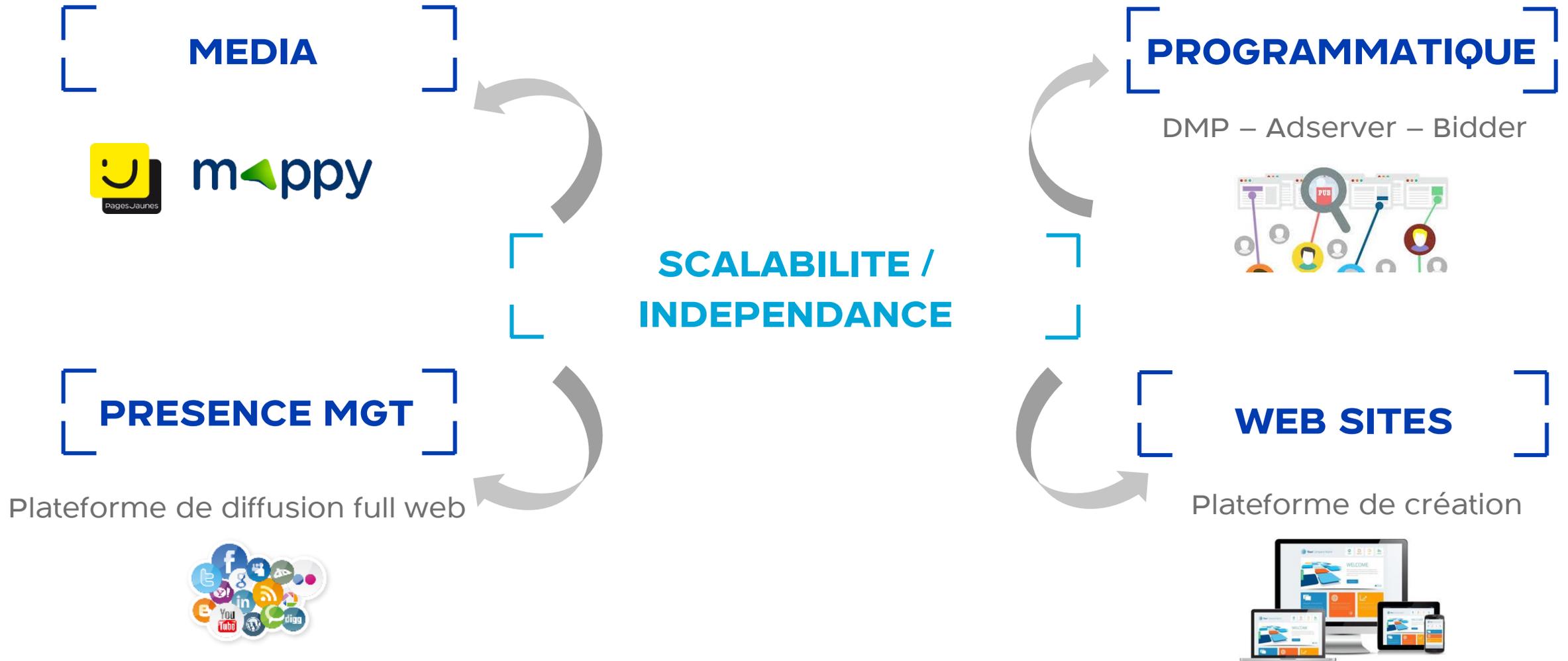
- 5 CONTRATS AVEC DES TIERS**
- Fort intérêt de l'écosystème vis-à-vis du canal de commercialisation local
 - Gravity



Opportunités de monétisation de la data

- 3 >7M POINTS DE VENTES LOCALISES VIA MAPPY**
Puissant complément au geo-profiling et geo-tracking

- 4 4M PROS REFERENCES / CONTENUS RICHES BUSINESS LOCAUX**
Adresses, activités, horaires d'ouverture, photos, ...



FOURNISSEUR DE CONTENUS LOCAUX

INTEGRATEUR DE SOLUTIONS DE PUBLICITE DIGITALE



FOURNISSEUR DE
CONTENUS LOCAUX

INTEGRATEUR DE SOLUTIONS DE
PUBLICITE DIGITALE

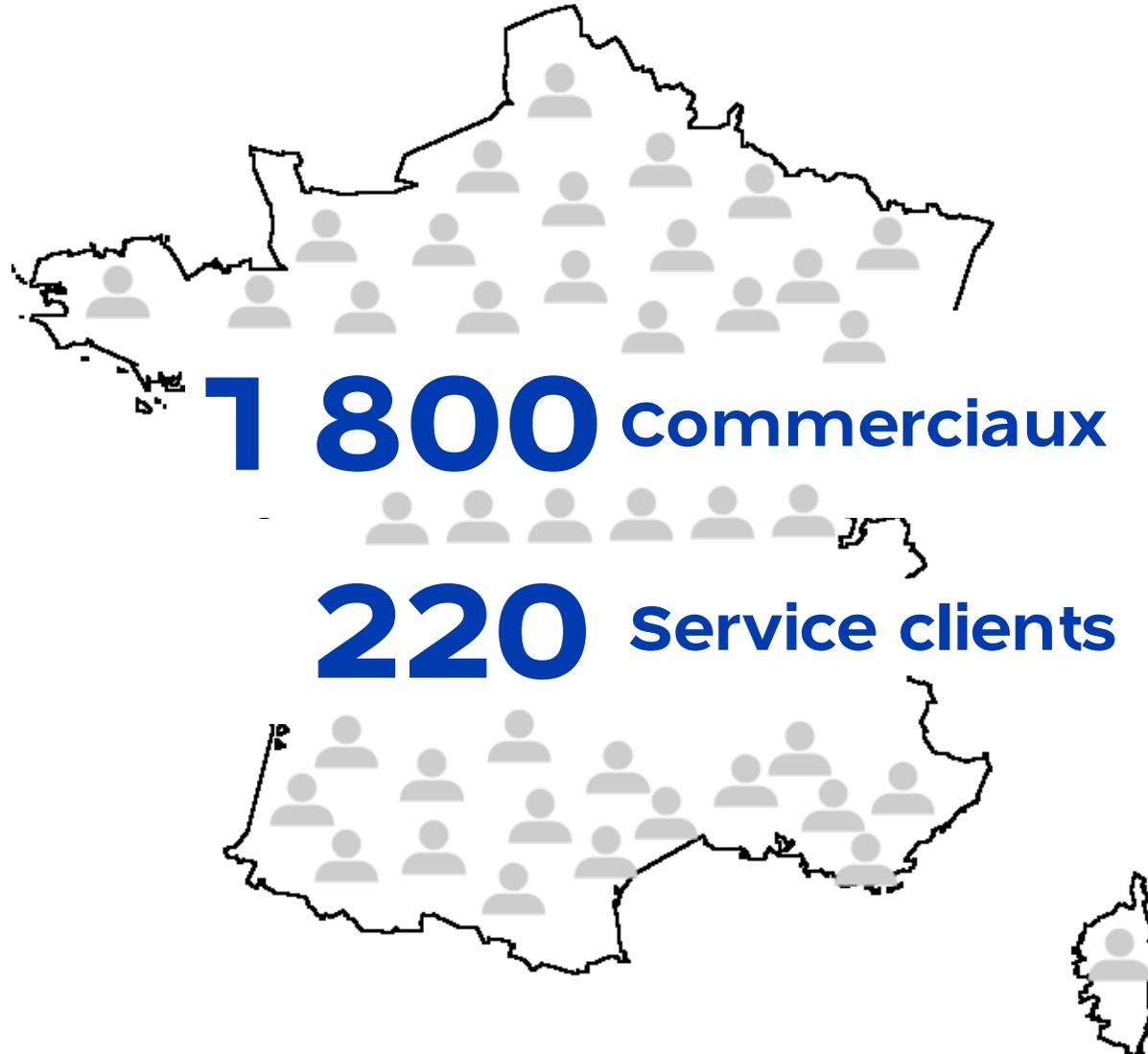
- **150 K/jour** MAJ DE
CONTENUS LOCAUX DE REFERENCE
- APIS PRIVILÉGIÉES ⁽¹⁾



- SERVICES DIGITAUX À FORTE
MARGE BRUTE >50%
- FORTE EXPERTISE INTERNE :
 - Design Display / AdText
 - Plateformes Tech & Algorithmes
 - Sélection en temps réel de mots clés optimisés
 - Pilotage des campagnes
 - Support client & conseils

COUVERTURE LOCALE & NATIONALE : COMMERCIAUX ET SERVICE CLIENTS ⁽¹⁾

#5



RELATIONS
DE LONG TERME

HAUT NIVEAU DE
SUPPORT

UNE COMBINAISON UNIQUE D'ACTIFS AU SERVICE DE NOS CLIENTS

	<i>Solocal</i> GROUP	GAFAM f Google	WEB AGENCIES Geolid NetBooster	PURE AD TECH yext critico
AUDIENCE				
• Media	✓	✓	✗	✗
• Audience massive				
DATA & TECH				
• MAJ quotidienne de contenus locaux	✓	✓	✗	✓
• Data intentionniste et géolocalisée				
• Technologie programmatique dev interne				
PRESENCE LOCALE				
• 1,800 conseillers digitaux	✓	✗	✓	✗
• Approche terrain TPE PME				
• Contacts locaux avec enseignes à réseaux				



SOLOCAL 2020

VISION STRATÉGIQUE

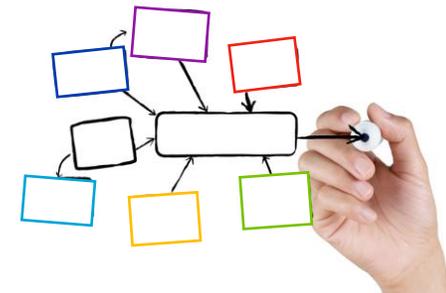
NOTRE VISION

Devenir **LE PARTENAIRE DIGITAL LOCAL DE CONFIANCE** de
TOUTES LES ENTREPRISES pour accélérer **LEUR CROISSANCE**

UN MARCHÉ TRÈS DYNAMIQUE ET TRÈS PORTEUR

		Moteurs de croissance	Perspectives marché
Présence 	Market leader	<ul style="list-style-type: none">• Présence Full web• Croissance du nombre d'annonceurs	 0 - 5 % ⁽²⁾
Publicité 	Market challenger	<ul style="list-style-type: none">• Display Programmatique• Vidéo• Social• Mobile	 12 - 15% ⁽¹⁾⁽²⁾
Sites 	Market leader	<ul style="list-style-type: none">• Présence basique• Sites sur-mesure• E-commerce	 8 - 11% ⁽²⁾

3 AXES DE TRANSFORMATION POUR RENOUER AVEC LA CROISSANCE



REPONDRE AUX BESOINS DE NOS CLIENTS



ETRE VISIBLE PARTOUT SUR
LE WEB & LES APPS



TROUVER DE NOUVEAUX
CLIENTS



ÊTRE PLUS PERFORMANT



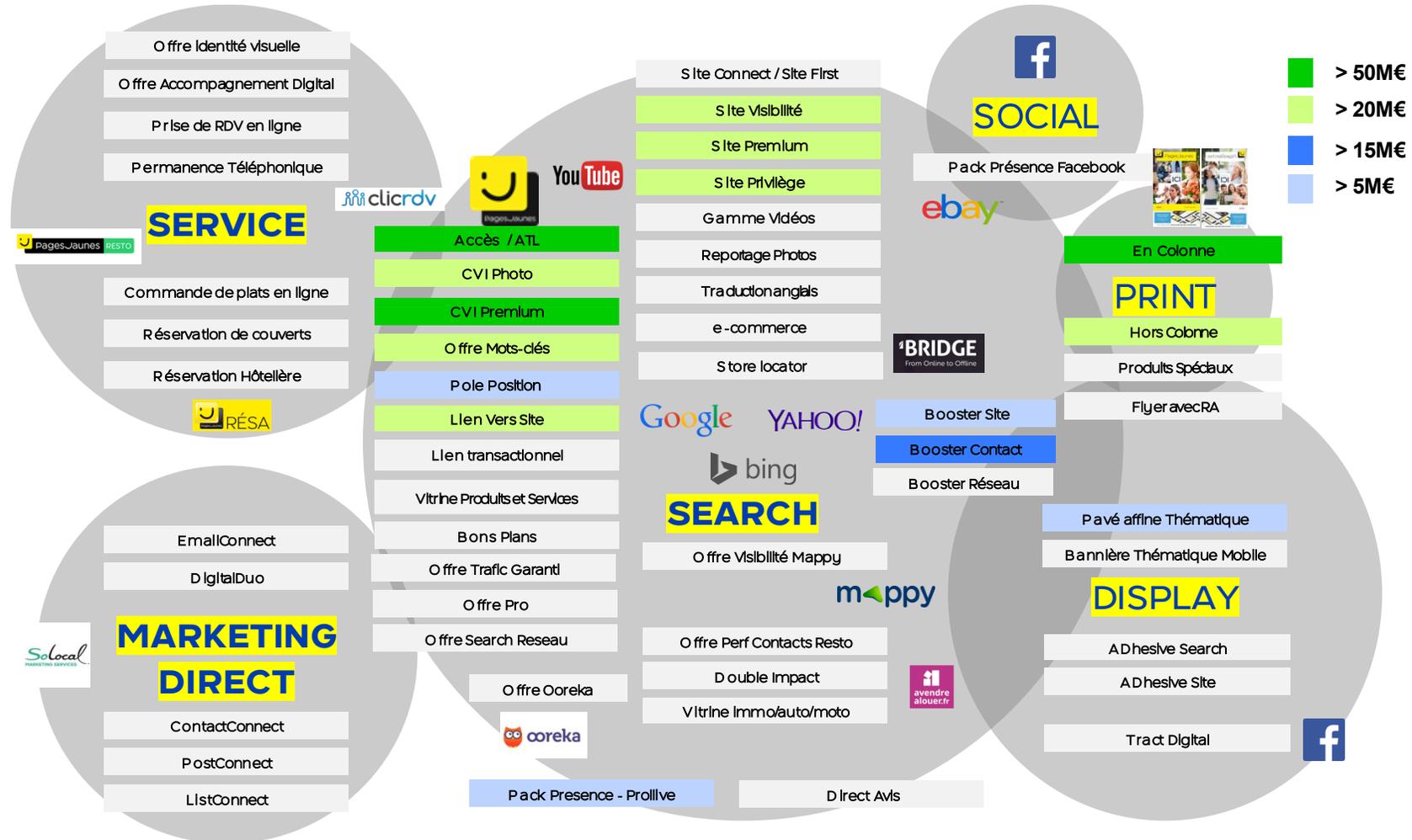
ACCOMPAGNEMENT PERMANENT

UNE GAMME DE SERVICES DIGITAUX POUR TOUTES LES ENTREPRISES



FULL WEB - TOUS SUPPORTS - TOUS SEGMENTS
MEDIA - DATA - TECH - PARTENAIRES - COUVERTURE

D'UNE OFFRE COMPLEXE...



... À UNE OFFRE PACKAGEE, FULL WEB & APP, EN ABONNEMENT



SERVIR LES TPE/PME COMME LES AGENCES SERVENT LES GRANDS GROUPES



PUBLICITE DIGITALE

Performance

Ranking



PRESENCE DIGITALE

MAJ temps réel & e-réputation

Présence full-web

	Pack 1 <small>Full web</small>	Pack 2 <small>Full web</small>	Pack 3 <small>Full web</small>	Pack 4 <small>Full web</small>
Publicité Digitale				BOOSTER TRAFFIC* BOOSTER CONTACT BOOSTER CLIC   SEA  
Ranking			MOTS CLES    SEO	—
Présence Digitale		PACK PRESENCE E-REPUTATION       ...		
	PACK PRESENCE       mini websites basiques			

OFFRE INTÉGRÉE UNIQUE POUR LES COMPTES À RESEAUX



PLATEFORME SAAS UNIQUE POUR LES COMPTES A RESEAUX



PRESENCE

Store locator



Pack Presence



PERFORMANCE

Ranking



Display & programmatic



1,5Mds

Dépenses en com. digitale en 2016 ⁽¹⁾



Marché 2018(e)

130M€

CA 2017

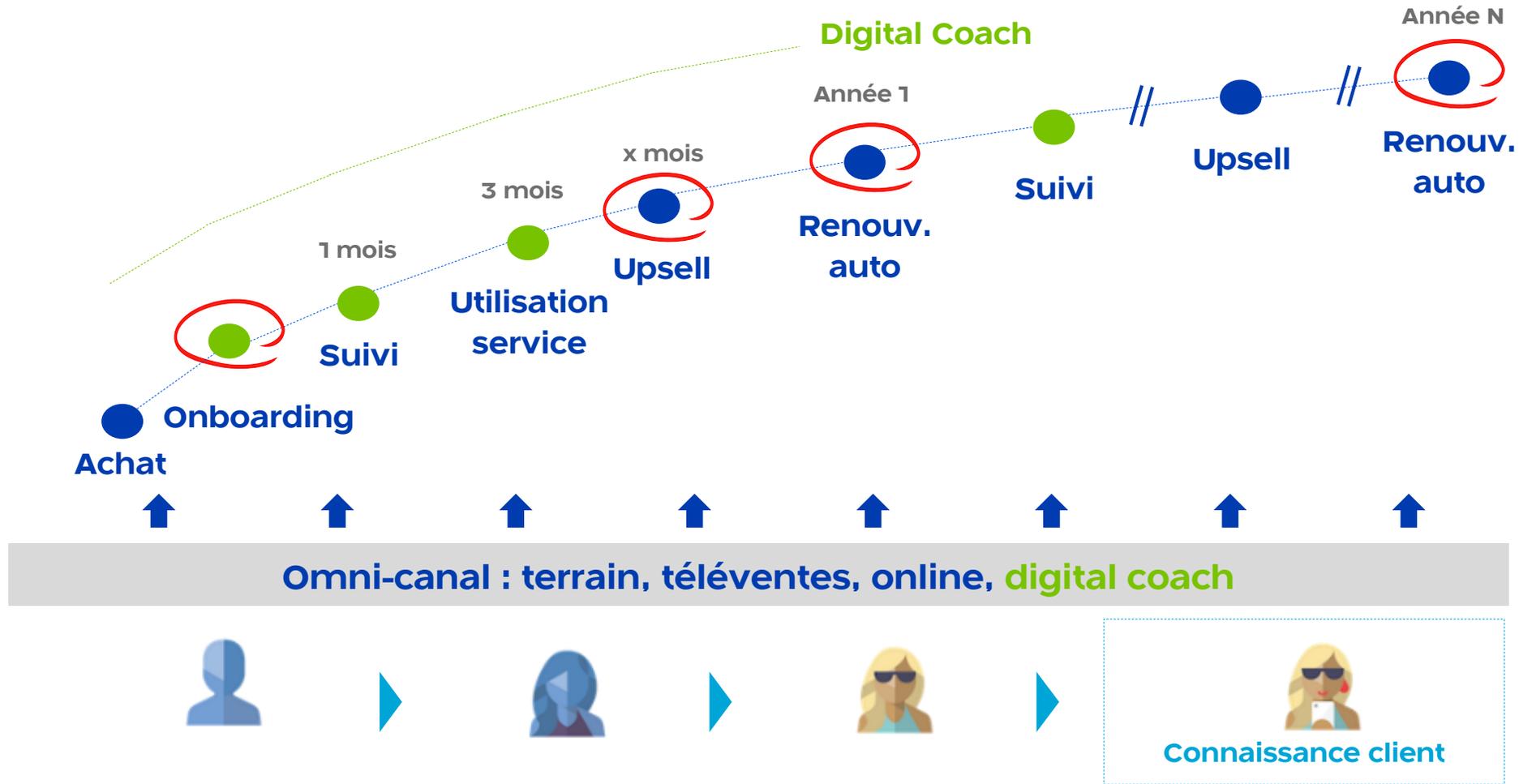
>200M€ attendus en 2020

>200

réseaux



NOUVEAU GO TO MARKET: LIFETIME MANAGEMENT



PREMIERS SUCCES | PACK PRÉSENCE

- Lancé au **T4 2017**
- **20+** éditeurs web & apps
- **23K clients** ⁽¹⁾
- **1 500 nouveaux clients / sem.**
- **Marge brute >60%**
- **ARPA : €290**

Objectif 2018: >100k clients





- Nouveau lancement au **T4 2017**
- Gamme complète de Boosters: clics & **contacts réels**
- **Plateforme digitale développée en interne**
- **3 000 clients/mois**
- **ARPA : 260€/mois**
- Marge brute: >50%
- Partenaires: ...

Objectif 2018: +60% CA | **Acquisition contacts toutes plateformes**

POUR UN APPRENTISSAGE DE LA CONDUITE, CONTACTEZ-NOUS AFFICHER LE NUMÉRO

ecf
AUTO-ÉCOLE ECF À VALENCE
 LE PERMIS NOUVELLE GÉNÉRATION !

Notre agence ECF à Valence, vous accueille et vous accompagne dans votre formation au permis de conduire : auto, moto, scooter, stages de code ou stages accélérés de conduite mais aussi stages de récupération de points.

- ▶ **Code** : formez-vous efficacement au code de la route, encadré et coaché par votre formateur. Code en ligne intégré (Webformation ECF) à la formation et stage code de 3 jours possible.
- ▶ **Permis Auto** : formation au permis B (dès 17 ans), conduite accompagnée (dès 15 ans) et conduite supervisée (dès 18 ans). Formation Auto en stage accéléré de 5 jours.
- ▶ **Permis Moto et Scooter (2 et 3 roues)** : nous vous proposons des formations complètes et de qualité. Permis A1 et A2, formation 7h A2 vers A, formation 7h 2 et 3 roues (125 m3) et permis AM (ex. BSR).
- ▶ **Stage de Récupération de Point** : grâce à un stage de 2 jours, récupérez jusqu'à 4 points sur votre permis.

DEMANDE D'INFORMATIONS

Nom*

E-mail*

Téléphone*

Message*

ENVOYER

Informations et libertés

Avec ECF, profitez d'une formation différente et d'un accompagnement personnalisé à chaque étape ! Une formation de haut niveau, des outils innovants et un financement adapté.

En navigant sur notre site, vous acceptez le dépôt de cookies destinés à mesurer l'audience de notre site et à vous offrir des publicités personnalisées. En savoir plus et personnaliser

PREMIERS SUCCES | ABONNEMENT – SAAS-LIKE



10%

Des ventes 2017

>25 K

Clients déjà
équipés d'offres en
abonnement



Objectifs 2018: >30%

> x3 clients

PREMIERS SUCCES | TLV PREMIUM



- Lancées en janvier 2017
- **9 équipes téléventes premium**
- Approche fort ARPA vs approche PARC clients
- Orienté client
- Objectifs CA et ARPA



- **+ 159% ARPA** moy. par rapport aux prospects téléventes trad. (€1.1K vs €0.4K)
- **+ 54%** : **ventes** moy. par semaine par rapport aux prospects téléventes trad. (€1.9K vs €1.2K)

Objectifs: Impact sur ARPA ↑ & Churn ↓

UNE GAMME COMPLÈTE DE SITES WEB



**AUGMENTER LA
BASE CLIENT**

**UPSELL VERS SITES
PREMIUM**

- **Solution industrialisée starter** avec un nb limité de formats
- Modèle “Do It With Me”
- Suivi des appels pour détecter des opportunités d’upsell

- **Création sur-mesure**
- **Gamme complète d’options** : réservation, e-commerce, click & collect, ...
- **Croissance 2017 X3**



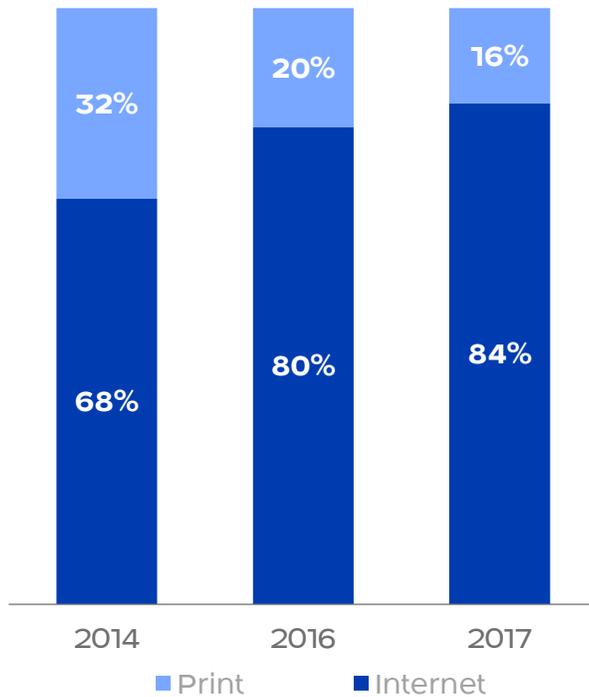
Objectif 2018: CA >+15% | Production automatisée de contenus

DÉCROISSANCE DE L'ACTIVITÉ ANNUAIRES IMPRIMÉS GÉRÉE AVEC SUCCÈS



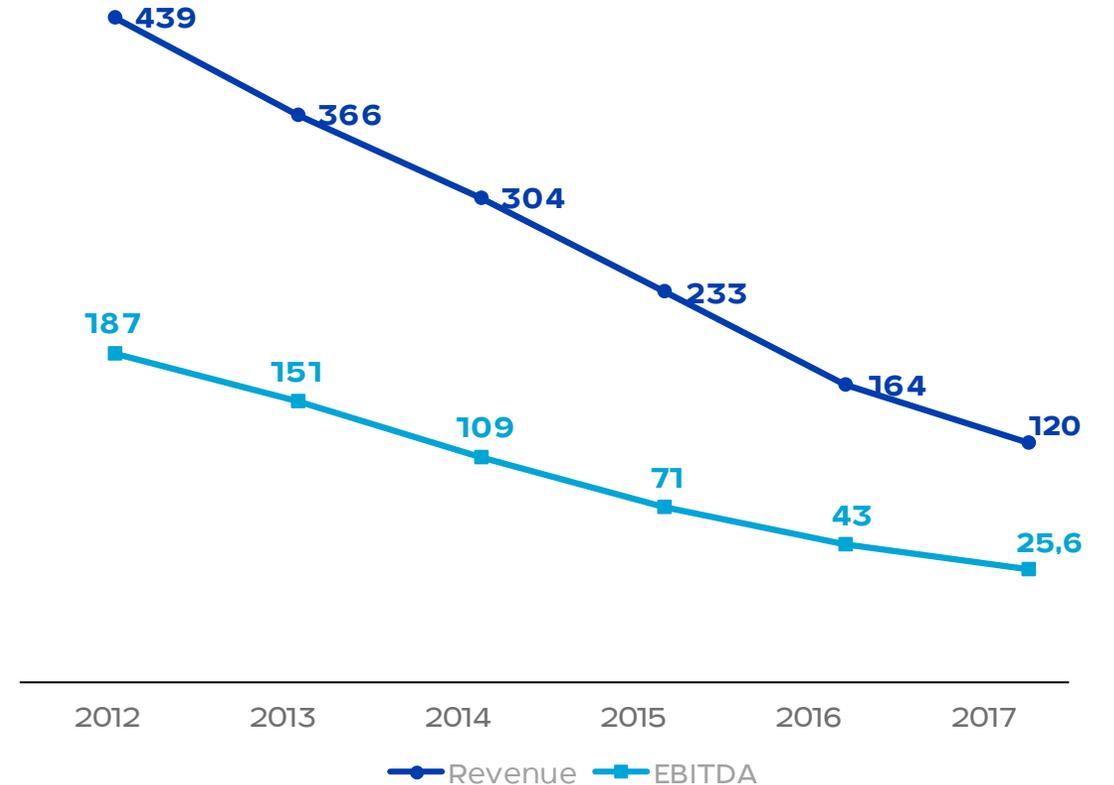
TRANSFORMATION DIGITALE REUSSIE

CA par activité (%)

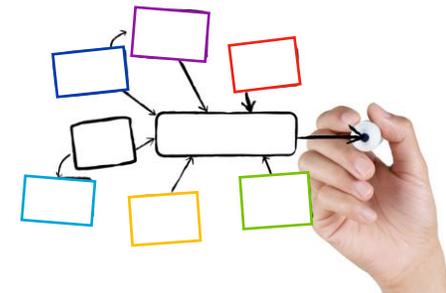


PRINT & VOICE: PAS DE RUPTURE

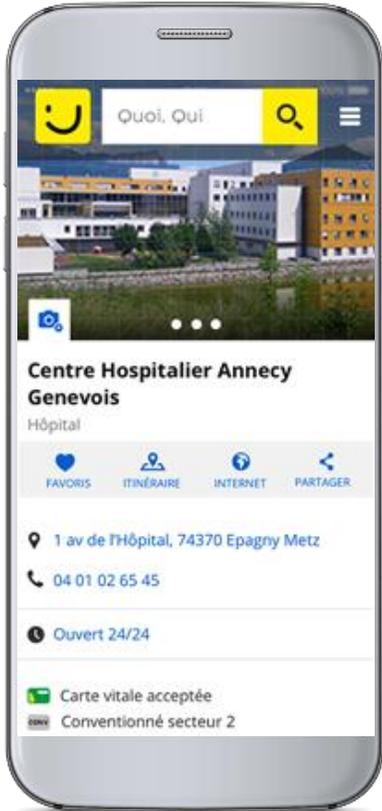
Print & Voice financial evolution (€m)



3 AXES DE TRANSFORMATION POUR RENOUER AVEC LA CROISSANCE



CROISSANCE DE L'AUDIENCE ET DE L'ENGAGEMENT



PERTINENCE / REACH

- New UX, UI
- User first
- Mobile first
- Champ de recherche unique
- Langage naturel
- Personnalisation & pertinence des résultats, Intel. Artificielle



ENGAGEMENT / RECURRENCE

- Engagement profond à travers:
 - Transaction,
 - Réservation,
 - Leads, ...
- Avis / Recommandation
- Social
- Programmes de fidélisation

EXPERIENCES ENRICHIES PAR VERTICALE



「 Réservation, leads, avis, transact, social ... 」

Santé

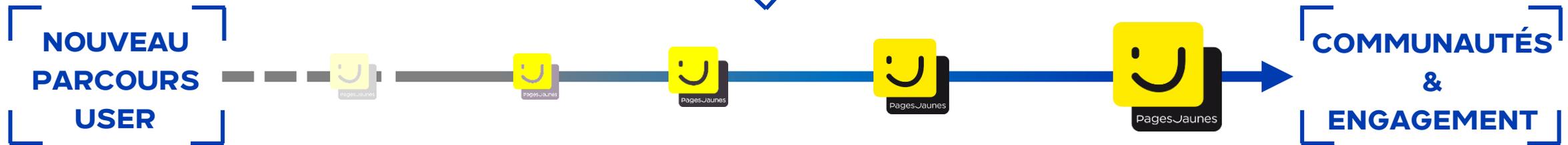
Restaurants, Hotels, Retail,...

Services, Auto-école,...

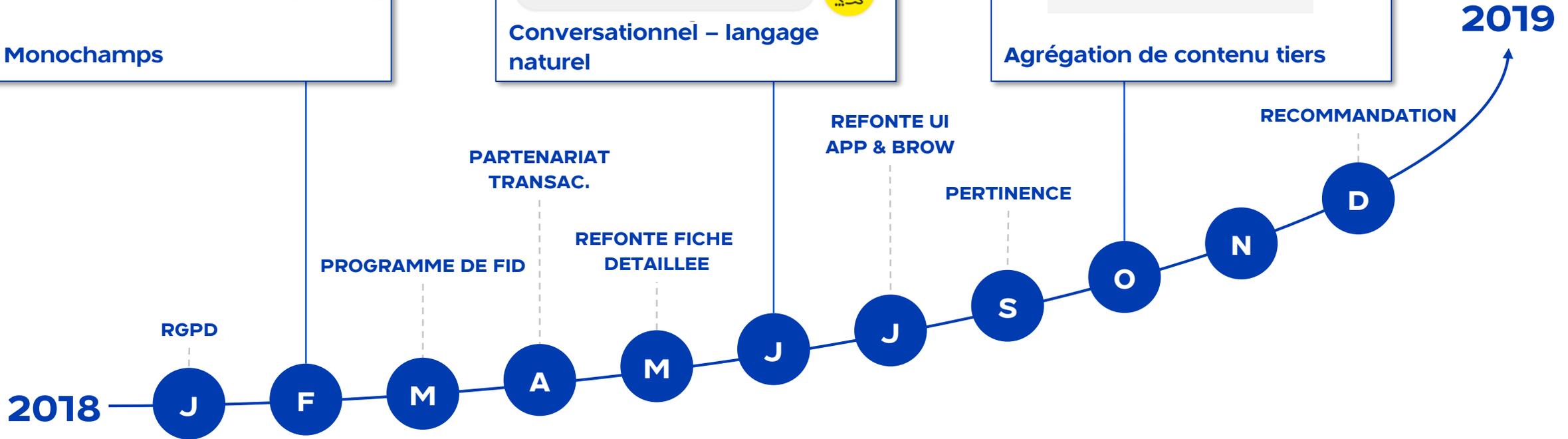
Travaux de la maison,...

En partenariat avec des pure players verticaux apportant du contenu et des services ... services favorisant l'engagement des user

UNE EXPERIENCE UNIQUE SUR UN SEUL MEDIA / COMPTE

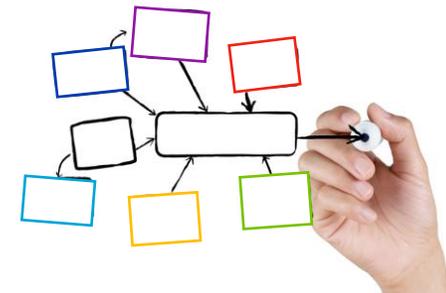


ROADMAP NOUVELLE UX/UI



Objectifs 18: +6% Audience⁽¹⁾ | X2 Comptes | €11M CAPEX

3 AXES DE TRANSFORMATION POUR RENOUER AVEC LA CROISSANCE



UNE ORGANISATION AGILE & UNE CULTURE PARTAGÉE



MODÈLE OPERATIONNEL

- Nouveaux parcours clients
- Contrats en abonnement
- Lifetime management
- Tout segments y compris Grands Comptes
- Omni-canal
- Synergies CPO / CTO : Agile / Scrum
- Test and learn
- Process et operations industrialisés

ORGANISATION AGILE

- Réduction de postes dans toute l'org.
- Mgt réduit et aligné
 - Réduction de 2 niveaux de mgt
 - Direct report : de 6 to 8/10
- Suppression des BUs
- Fonctions support centralisées
- Activités et équipes consolidées
- Nvx hub rég. et fermeture d'agences
- Management de la performance

NOUVELLE CULTURE : USER / CUSTOMER FIRST | EQUIPE | ENTREPRENEUR



R&D

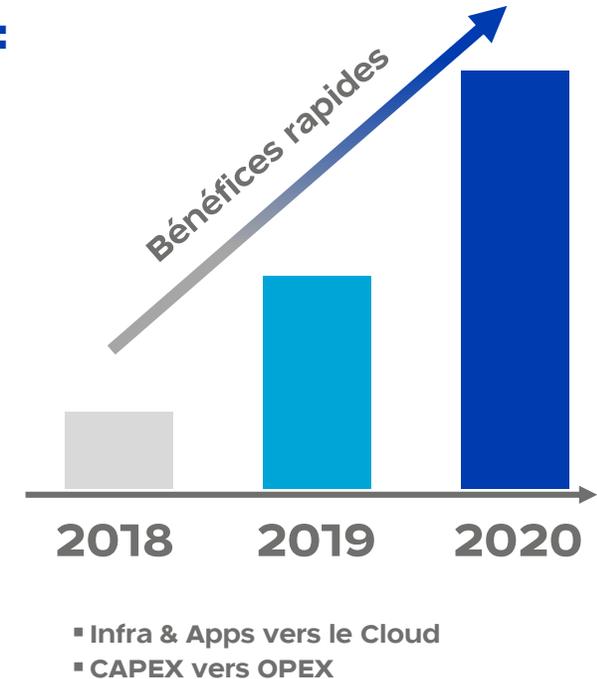
Plateforme As A Service

- Cloud Hybride / public pour les plateformes internes: media, programmation, présence mgt, sites
- AI, Machine learning, services cognitifs
- Plateforme data
- Partenariats avec les leaders de la tech

IT

Software as a Service

- Mise en œuvre de produits: CRM, ERP, ...
- Rationalisation et Upgrade Infra & apps
- Equiper les salariés avec les derniers outils



AGILITE | SCALABILITE | ECONOMIES | SECURITE | CONFIDENTIALITE



4

SOLOCAL 2020

DONNÉES FINANCIÈRES

MOTEURS DE CROISSANCE

REDUCTION DES COUTS

- Reduction de postes
- Processus achat
- Optimisation immobilière

REDUCTION DU CHURN

- Contrat en abonnement
- Equipe dédiée rétention
- Scoring client

UP SELLING

- Parcours client
- Equipes Téléventes premium
- Nouveau système de rém.

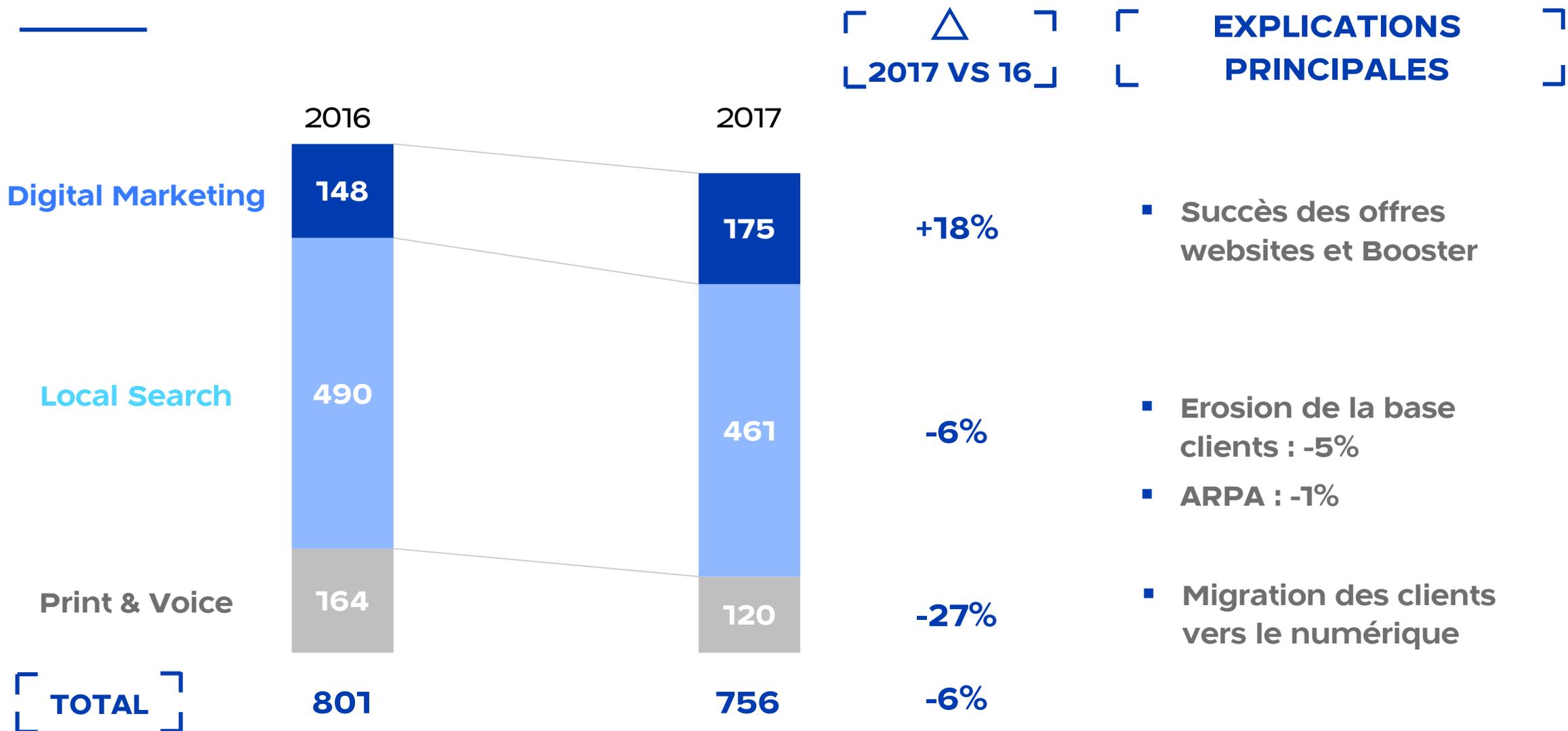
OFFRES

- Pénétration Présence
- Gamme Site étendue
- Partenariats Google & FB
- Marketing direct
- Nouvelles offres/services

GRANDS COMPTES

- Plateforme BRIDGE-SaaS
- Campagne display programmatique
- Offres data
- Gravity

DÉCOMPOSITION DU CHIFFRE D'AFFAIRES 2017 PAR ACTIVITÉ



CHIFFRES CLÉS | COMPTE DE RÉSULTAT

En millions d'euros

	[2016]	[2017]	[Variation]
▪ CA Internet	638	636	0%
▪ CA Print & Voice	164	120	-27%
CA des activités poursuivies	801	756	-6%
▪ Coûts de main d'œuvre récurrents	(363)	(367)	+1%
▪ Charges externes récurrentes (nettes)	(207)	(192)	-7%
EBITDA récurrent	231	196	-15%
▪ Impact des charges non-récurrentes	(5)	(13)	+167%
▪ EBITDA des activités cédées	(2)	(3)	+26%
EBITDA consolidé	224	180	-20%

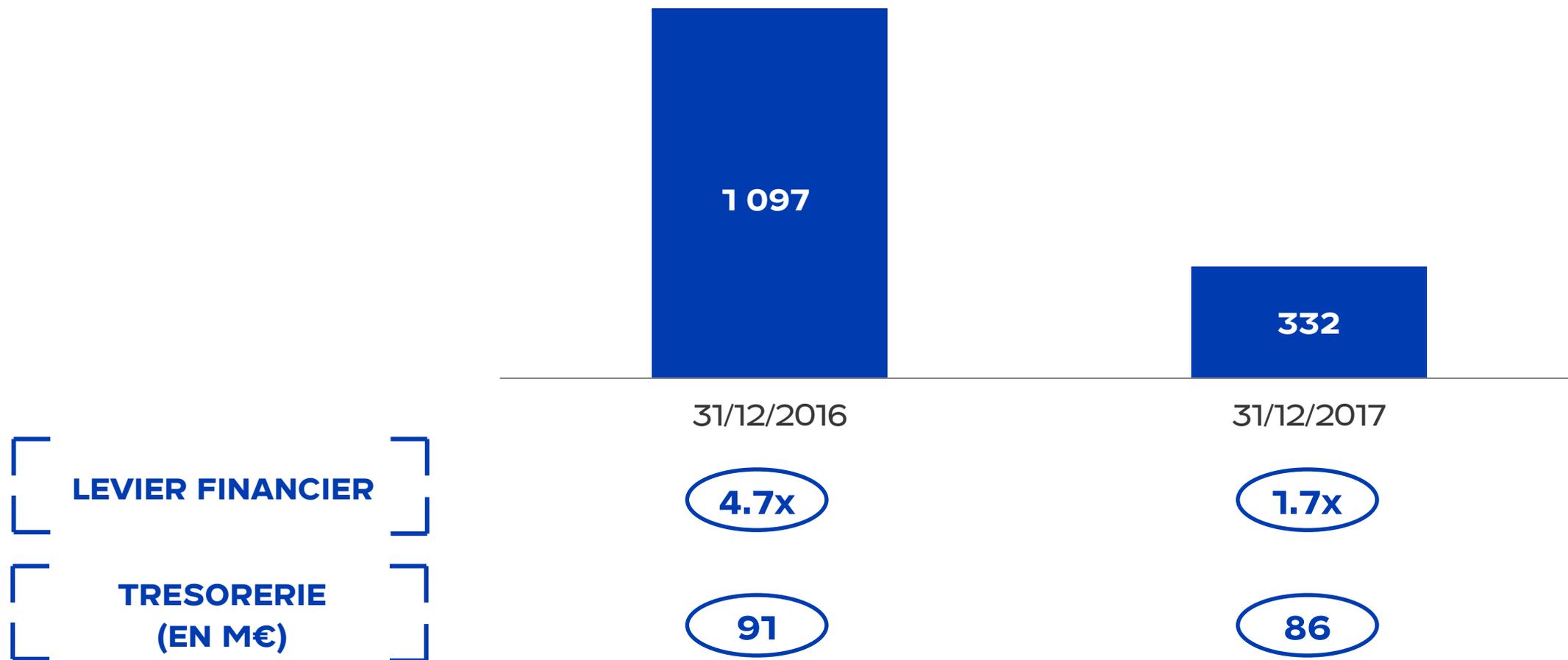
CHIFFRES CLÉS | FLUX DE TRÉSORERIE

En millions d'euros

	[2016]	[2017]	[change]
EBITDA récurrent	231	196	-15%
▪ Variation du BFR	(57)	(41)	-27%
▪ Investissements	(67)	(53)	-21%
▪ Impôt sur les sociétés	(13)	(45)	+254%
▪ Éléments non-cash et non-récurrents	(24)	(24)	-2%
▪ Intérêts reçus / (versés)	(36)	(56)	+55%
Flux de trésorerie des activités poursuivies	34	(23)	na
▪ Flux de trésorerie des activités cédées	(3)	(3)	-14%
Flux de trésorerie	31	(26)	na
▪ Endettement financier net	1,106	332	-€774m
▪ Levier financier (EFN / EBITDA rec.)	4.7x	1.7x	-3pts

RÉDUCTION DRASTIQUE DE L'ENDETTEMENT NET & SITUATION DE TRESORERIE

En millions d'euros



ECONOMIES: >120M€ D'ECONOMIES EN ANNEE PLEINE POUR UN COUT DE 180M€



TRANSFORMATION TOUT EN SECURISANT LA CONTINUTE DE L'ACTIVITE

	% de réduction des effectifs par fonction	ACTIONS
COMMERCIAUX TERRAIN	[- 25 ; - 30%]	<ul style="list-style-type: none">AbonnementNouvelle seg. marchéScoring clientParcours clientsNvx plan de rem.
TELEVENTE	[+ 8 ; + 12%]	<ul style="list-style-type: none">Renforcement TLV : +100 postes en 2018Tele-sales premiumEquipes rétention dédiée
OPERATIONS VENTES & MARKETING	[- 20 ; - 25%]	<ul style="list-style-type: none">Centralisation et focalisation des équipes marketingRenforcement compétence data-scienceConsolidation plateforme et gouvernance data
FONCTIONS SUPPORT	[- 20 ; - 25%]	<ul style="list-style-type: none">Internalisation développeursIndustrialisation et digitalisation des processusPartenariats avec les meilleurs acteurs Cloud
MANAGEMENT	[- 25 ; - 30%]	<ul style="list-style-type: none">Réduction de 2 niveaux de managementAugmentation du nombre de direct reportDéveloppement des compétences de management

DES INTÉRÊTS PARFAITEMENT ALIGNÉS

- **Alignement strict des intérêts entre le Directeur Général et les actionnaires**
- **Nouveau Long-Term Incentive Plan (“LTIP”) sera soumis aux actionnaires le 9 mars 2018**
- **LTIP directement lié à la création de valeur:**
 - **EBITDA – Capex**
 - **Cours de l'action (objectif de cours de 1.98€ – en dessous de 1.81€ : pas d'allocation au Directeur Général et forte réduction pour tous les bénéficiaires)**
- **Pas d'attribution si la guidance n'est pas atteinte**

KPI

GUIDANCE

- EBITDA récurrent

Stable en 2018

KPI MOYEN TERME

1. Chiffre d'affaires Internet
2. EBITDA récurrent
3. Taux de conversion de l'EBITDA en cash⁽¹⁾

Croissance à 2 chiffres en 2020
Croissance à 2 chiffres à partir de 2019
Tend vers 50% en 2020

KPI OPERATIONNELS

- Croissance ventes digitales
- Croissance audience
- Abonnement (% ventes totales)
- ARPA & taux Churn (Par seg. clients à partir de 2019)

Mise à jour
trimestrielle

Entreprise de services digitaux orientée croissance

Offre à forte valeur client & expérience media

Croissance des revenus récurrents

Structure de coûts légère

Croissance EBITDA & cash flow

Management aligné avec les actionnaires



APPENDIX

IFRS 15 – PRODUITS DES ACTIVITES ORDINAIRES TIRES DES CONTRATS CONCLUS AVEC DES CLIENTS

- **SoLocal Group appliquera la norme IFRS 15 sur la comptabilisation du chiffre d'affaires dans ses comptes consolidés IFRS à compter du 1 janvier 2018**
- **IFRS 15 introduit de nouveaux principes qui nécessitent pour chaque produit de la gamme de :**
 - Définir précisément les prestations distinctes rendues par SLG au client
 - Etre en mesure de déterminer le prix de vente spécifique pour chacune de ces prestations
 - Définir le moment auquel le chiffre d'affaires alloué à chaque prestation distincte doit être comptabilisé
- **L'adoption de la norme IFRS 15 dans les comptes du groupe amènera une modification du rythme de reconnaissance du chiffre d'affaires, avec un étalement plus important de la comptabilisation du chiffre d'affaires. La prise en compte du chiffre d'affaires sera ainsi retardée par rapport aux méthodes antérieures. Cet impact sur le niveau du chiffre d'affaires 2018 est estimé ne pas être significatif.**
 - Pour les Sites, les coûts de conception pour le client seront étalés sur une période de 1 à 3 mois après souscription et les coûts de publication seront enregistrés sur la période de publication
 - Pour la gamme Search et Marketing digital, les frais techniques de conception et la prestation de parution seront comptabilisés de façon linéaire sur la durée des contrats
 - Pour le Print, les frais techniques et frais de publication seront reconnus au moment de la parution de l'annuaire

IFRS 9 – INSTRUMENTS FINANCIERS

- La norme IFRS 9 sera appliquée à partir du 1 janvier 2018.
- Le Groupe n'a plus d'instrument de couverture mais la norme impactera la comptabilisation des pertes de créances non recouvrées sur ses comptes clients.
- Le taux moyen sur les 3 dernières exercices des pertes de créances non recouvrées est de 0,68% (ratio de pertes sur créances irrécouvrables rapportées au chiffre d'affaires).
- L'application de la norme IFRS 9 menant à tirer un ratio de ces mêmes pertes sur créances irrécouvrables rapportées aux ventes amène à un taux de 0,73%.
- Selon les résultats de cette analyse, le Groupe considère que la mise en place de la norme IFRS 9 ne remet pas en cause ses équilibres financiers.

IFRS 16 – CONTRATS DE LOCATION

- Cette norme sera applicable aux exercices ouverts à compter du 1er janvier 2019 et impactera en particulier le traitement des contrats de location du Groupe.
- Pour les contrats de location dont la durée est supérieure à 12 mois seront comptabilisés à l'actif du bilan un droit d'utilisation en contrepartie de la comptabilisation au passif du bilan d'une dette financière.
- les coûts de ces contrats de location devront être comptabilisés en partie en amortissements dans le résultat opérationnel, et en partie en frais financiers dans le résultat financier.
- Le Groupe continue l'examen de l'impact de cette norme afin de déterminer ses impacts dans les états financiers et appliquera la norme IFRS 16 à compter du 1 janvier 2019.