

Résultats

#T3 2016

25 novembre 2016

Avertissement

Le présent document contient des déclarations à caractère prospectif. Les déclarations à caractère prospectif ne constituent pas des prévisions au sens du Règlement (CE) n°809/2004. Bien que SoLocal Group fonde ses projections sur des hypothèses qu'elle juge raisonnables, ces déclarations prospectives peuvent être remises en cause par un certain nombre d'aléas et d'incertitudes. 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.

Les risques auxquels SoLocal Group est exposé sont énumérés à la section « 4. Facteurs de risques » du document de référence déposé le 29 avril 2016 auprès de l'Autorité des marchés financiers (AMF) et de son actualisation en date du 17 octobre 2016.

Les déclarations à caractère prospectif contenues dans le présent document s'appliquent uniquement à compter de la date de celui-ci, et 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 30 septembre 2016, disponible sur www.solocalgroup.com (espace Finance).

Sommaire



Business Update



Performance financière



Perspectives

Business Update

Jean-Pierre Remy
Directeur Général

Confirmation des perspectives annuelles 2016

- ◆ **CA Internet : 156 M€**, en hausse de +3%¹
 - Croissance de l'audience : +8%¹ de visites, dont +24%¹ sur mobile (soit 47% de l'audience totale)
 - Chiffre d'affaires Search Local : +1% résultant de
 - ARPA Search Local : +8%¹, soit une croissance de +4% depuis le début de l'année, conforme aux tendances historiques
 - Parc clients Search Local : -7%¹ toujours contraint en raison d'investissements moindres en conquête client à la télévente.
 - Chiffre d'affaires Marketing Digital : +10%¹, avec une croissance continue du programmatique local ne reflétant pas encore totalement la dynamique commerciale
- ◆ **EBITDA récurrent³ : 60 M€, taux de marge EBITDA⁴ de 30%**, en baisse de -24% vs 2015, du fait principalement de la baisse du CA Imprimés & Vocal qui sera réduite au T4
- ◆ **Cash flow net⁵ : -15 M€**, en raison de l'impact négatif au T3 2016 sur le besoin en fonds de roulement engendré par les pressions exercées par les clients et fournisseurs compte tenu de l'incertitude relative à la restructuration financière du Groupe
- ◆ **Perspectives 2016 confirmées :**
 - Taux de croissance du CA Internet entre 0% et +2%
 - Taux de marge EBITDA/CA² : ≥ 28%
- ◆ **Plan « Conquérir 2018 » reporté de 6 mois** en raison du décalage du plan de restructuration financière qui impacte la performance commerciale et la génération de cash flow

¹ Au T3 2016 vs T3 2015 ² Taux de marge EBITDA récurrent pour l'ensemble du Groupe (Internet + Imprimés & Vocal) ³ Taux de marge EBITDA récurrent / CA pour l'ensemble du Groupe (Internet + Imprimés & Vocal) ⁴ Taux de marge EBITDA récurrent / CA pour l'ensemble du Groupe (Internet + Imprimés & Vocal) du T3 2016 ⁵ Cash flow net au T3 2016

Activité Internet au T3 2016

<i>En millions d'euros</i>	T3 2015	T3 2016	Variation
CA Internet	152	156	+3%
CA Search Local	119	120	+1%
◆ Nb de visites (en millions)	569	616	+8%
◆ ARPA (en €)	226	245	+8%
◆ Nb de clients (en milliers)	525	490	-7%
CA Marketing Digital	33	36	+10%
◆ Taux de pénétration	22%	23%	+1pt

Faits marquants de l'activité

Search Local

CA T3 2016 : 120 millions d'euros (+1%)

- ◆ **Reach record** de 57%¹ et nombre record de visites sur le trimestre avec plus de 610 millions de visites²



- ◆ Partenariats avec Apple, Google, Bing, Yahoo et maintenant **Facebook** permettant à SoLocal d'accéder à une **audience mobile supplémentaire**, ce qui représente 47%² de l'audience totale et une croissance de +24%²



- ◆ Croissance limitée du Search Local en raison d'**investissements moindres en conquête client**

Marketing Digital

CA T3 2016 : 36 millions d'euros (+10%)

- ◆ Lancement de la nouvelle offre de programmation « **Tract Digital** » avec Facebook



- ◆ Performance soutenue d'une **nouvelle offre Adwords**



- ◆ Succès stable de **l'offre de sites Internet haut de gamme**

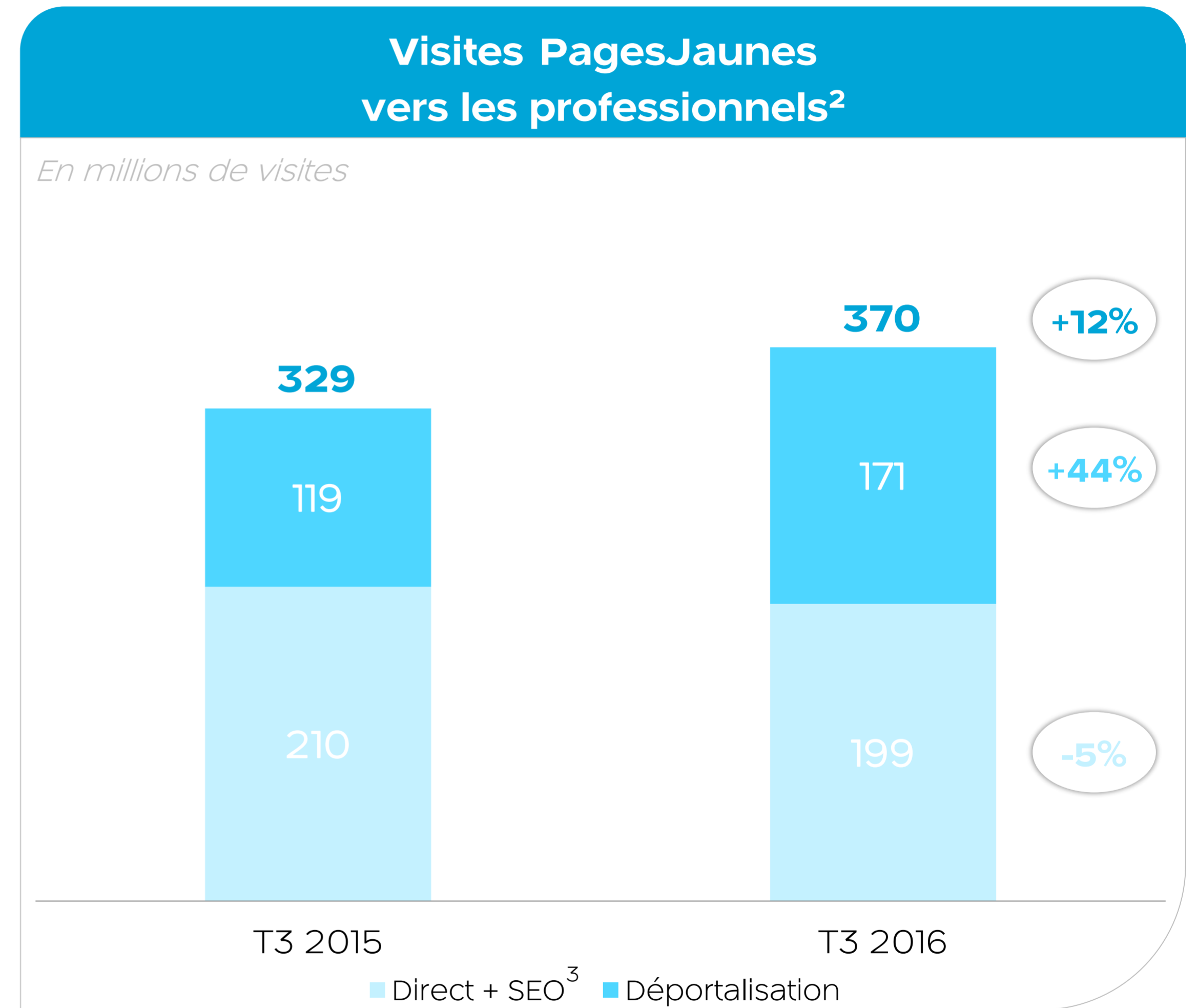
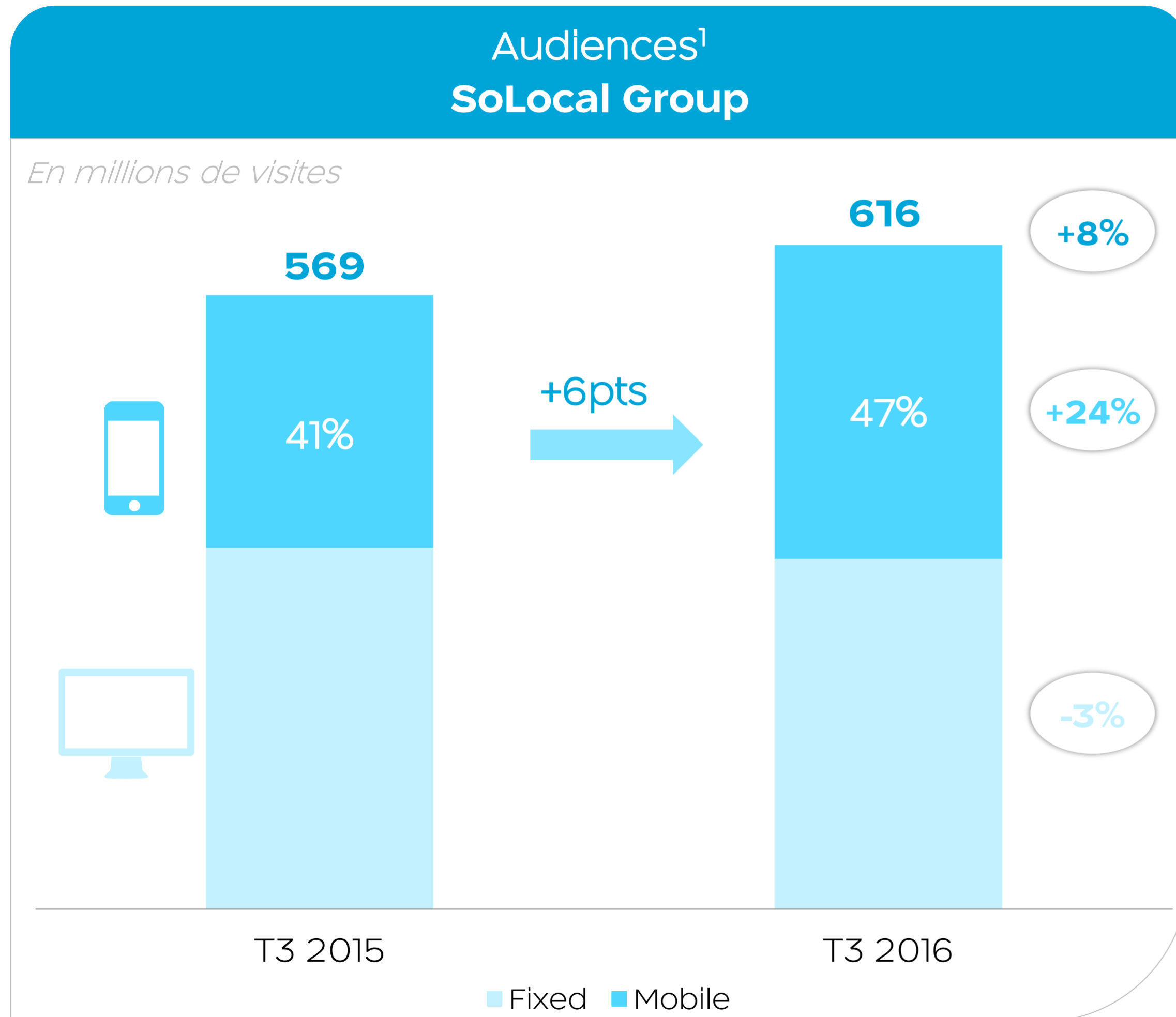


- ◆ Poursuite de l'accélération des **services transactionnels**, notamment avec **PagesJaunes Doc**



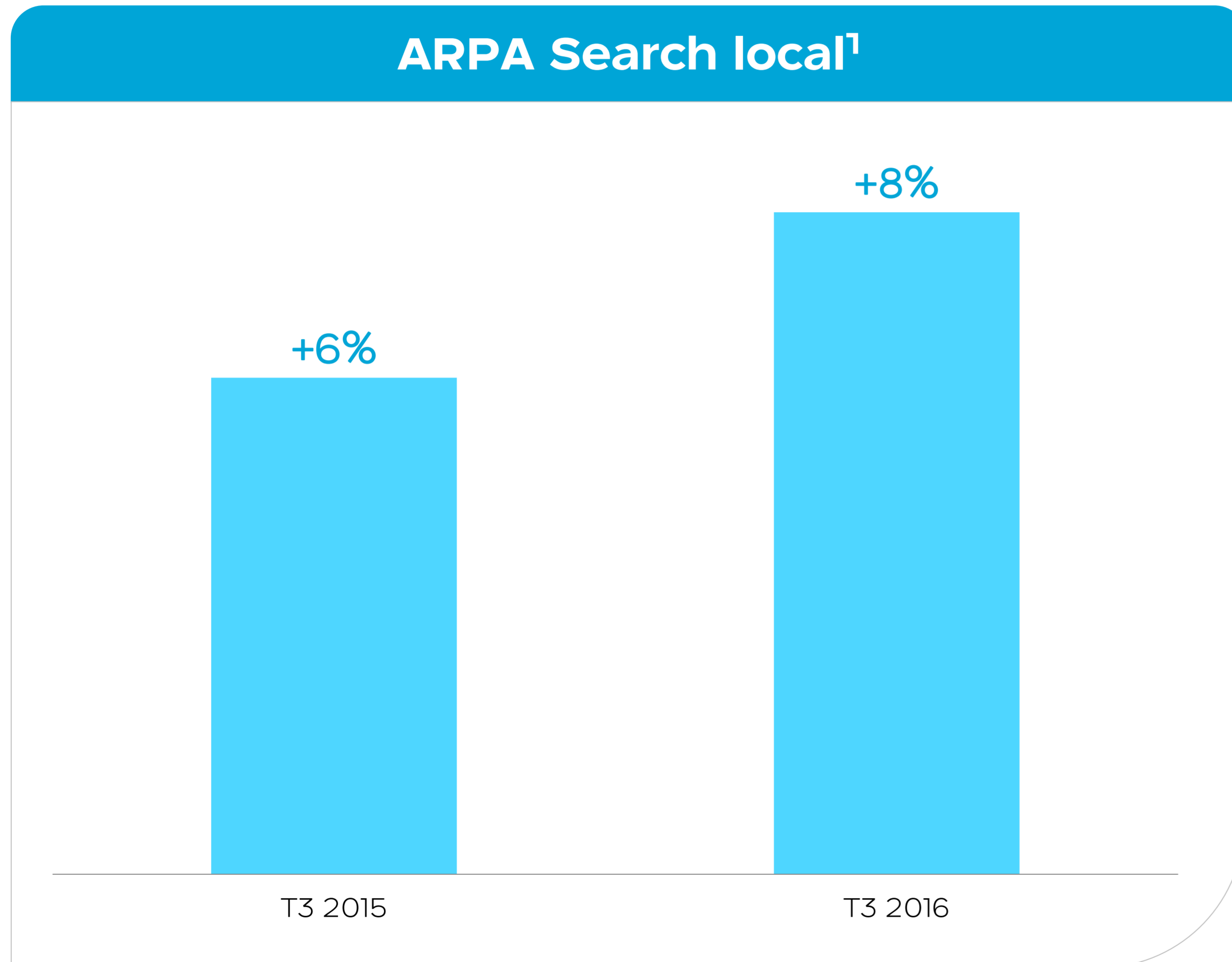
¹ Données à juillet 2016. ² Au T3 2016.

Croissance stable de l'audience au T3 2016



¹ Sources : AT Internet et SoLocal Group. ² Source interne : PagesJaunes uniquement, hors PagesBlanches. ³ Search Engine Optimisation.

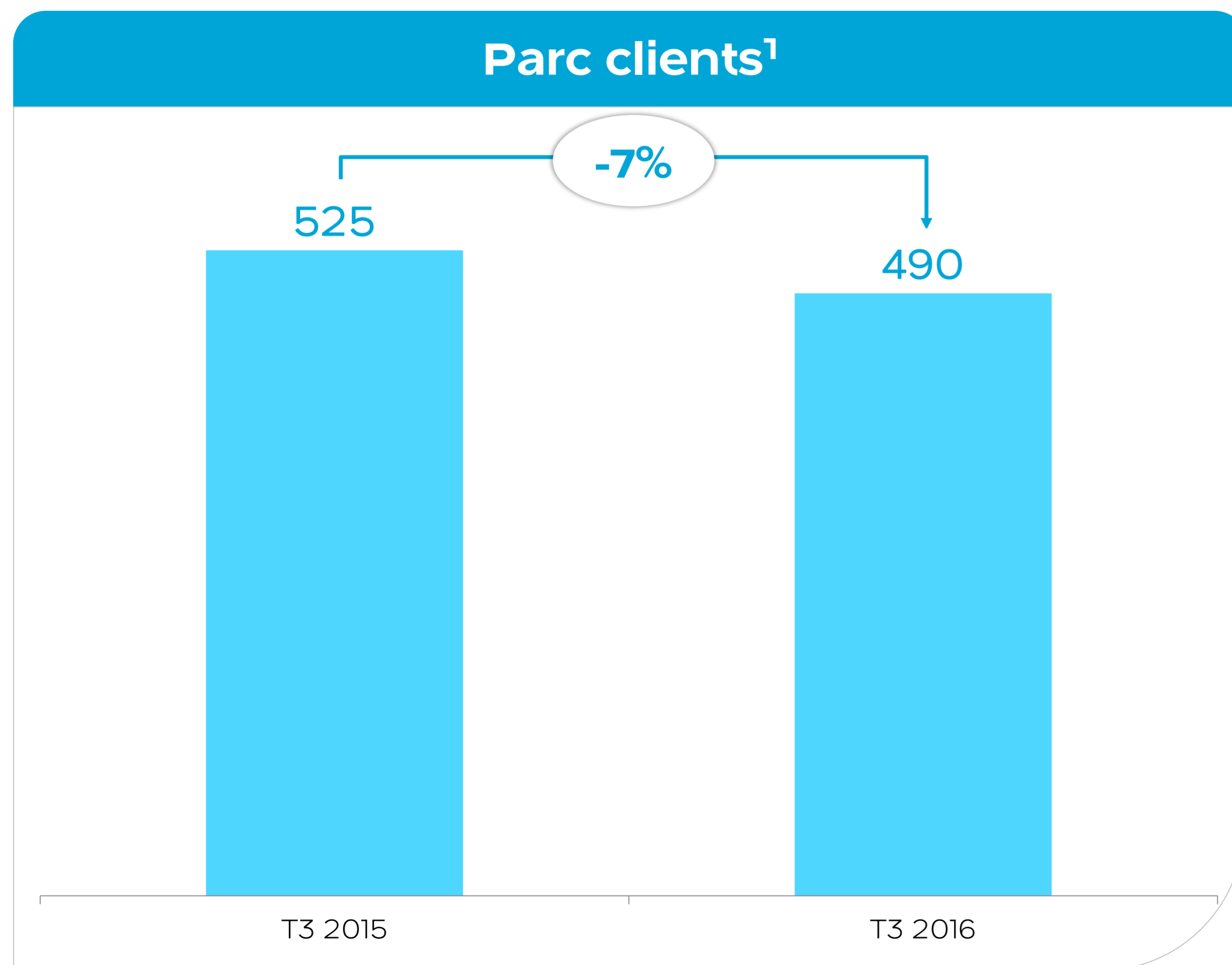
ARPA Search Local menant depuis le début de l'année à une croissance conforme aux tendances historiques



- ◆ Croissance trimestrielle de l'ARPA Search local : +8% menant à une croissance de +4% depuis le début de l'année conforme aux tendances historiques
- ◆ Résultant d'une croissance continue en audience et une faible acquisition des clients avec un faible ARPA

¹ Évolution d'année en année de l'ARPA de Search Local.

Parc clients affecté par la baisse des investissements dans la conquête client

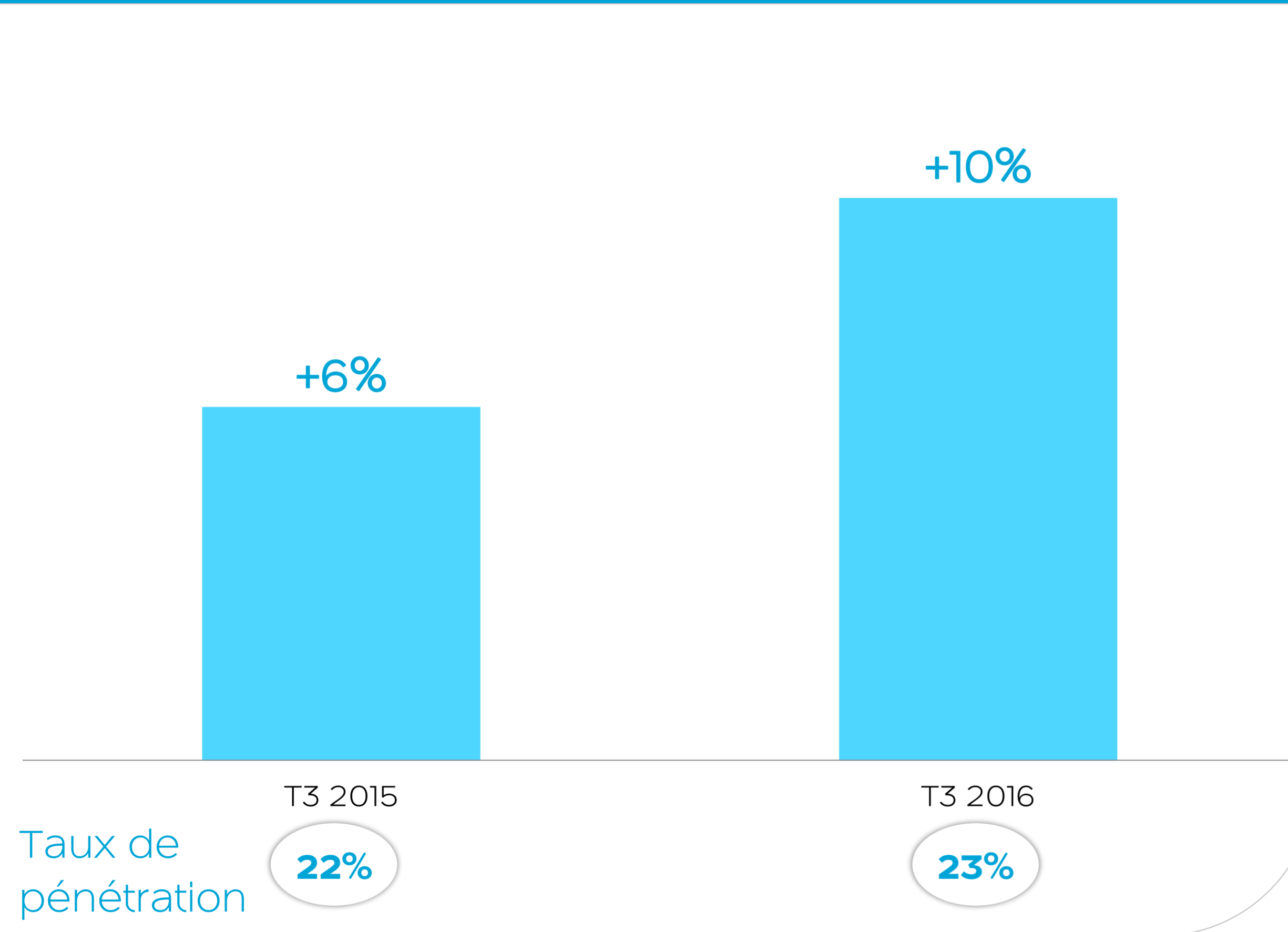


- ◆ 35 000 clients en moins en moyenne sur l'année, en raison d'investissements contraints dans la conquête client...
- ◆ ... malgré une **amélioration du taux d'attrition** grâce à la nouvelle gestion de la relation client

¹ Évolution d'année en année du nombre moyen de clients.

La dynamique solide du Marketing Digital portée par des offres innovantes

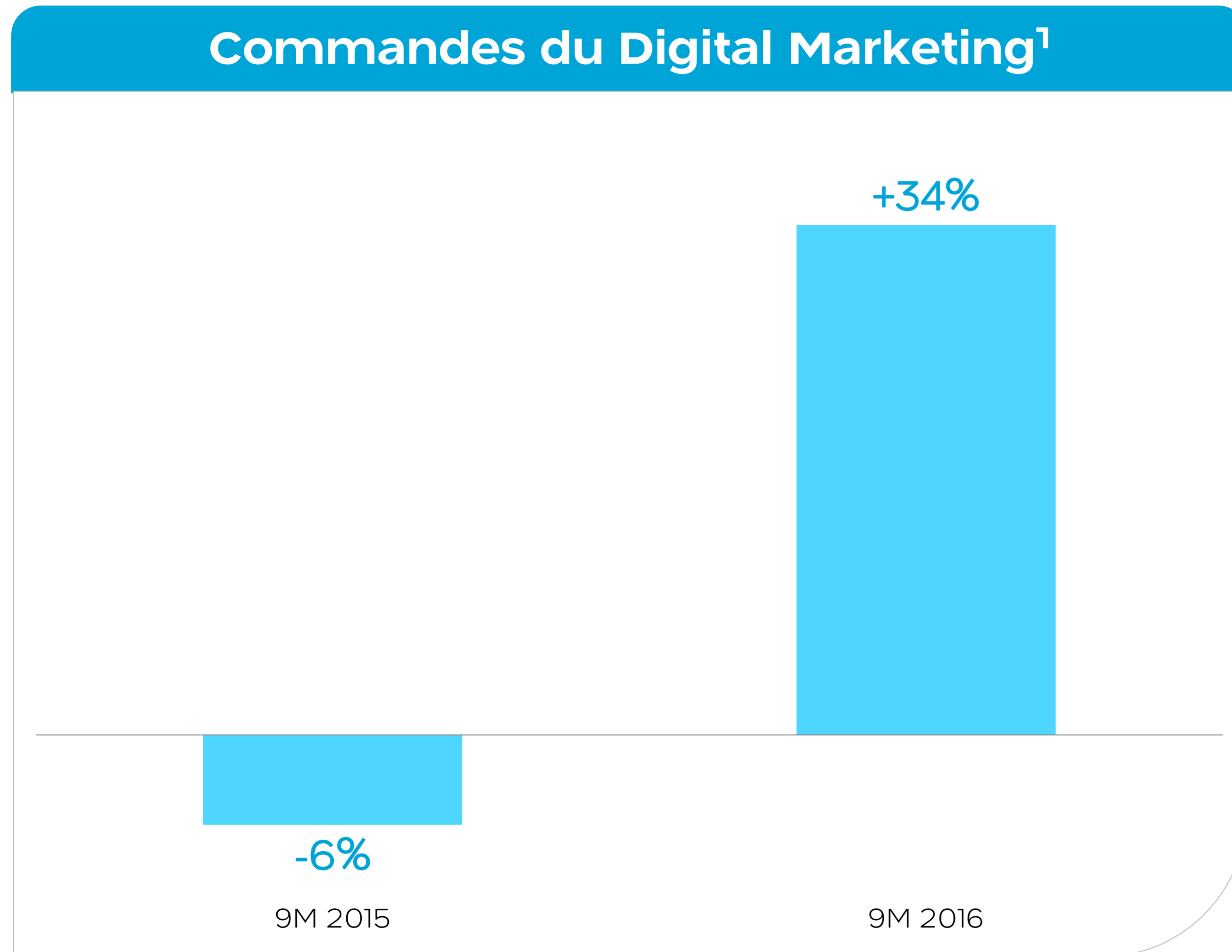
Croissance du CA et pénétration du Marketing Digital¹



- ◆ Le Marketing digital est porté par l'accélération progressive du **programmatisation local** : produit AD'hesive et l'efficacité des campagnes Adwords
- ◆ Accélération continue des **services transactionnels**, notamment avec **PagesJaunes Doc**

¹ Évolution d'année en année.

La solide dynamique des commandes du Marketing Digital se traduira dans le CA à compter de 2017



- ◆ CA comptable au 9M 2016 est toujours impacté par la faible dynamique des commandes du 9M 2015
- ◆ La solide dynamique des commandes dans le Marketing Digital (9M 2016 vs 9M 2015 : +34%) se traduira dans le CA à compter de 2017
- ◆ Les nouveaux produits innovants (AD'hesive, efficacité des campagnes AdWords, produit de sites Internet haut de gamme et « Tract Digital » avec Facebook) avec leur durée de vie plus courte ont engendré une comptabilisation plus rapide du CA depuis 2015

¹ Ajusté depuis le 19/10/2016 afin d'éliminer le double comptage de certaines commandes sites, sans aucun impact comptable

CA Internet T3 2016 et faits marquants par verticale

CA Internet T3 2016 de 156 M€ (+3% vs T3 2015)
dont 150 M€ en France (+3% vs T3 2015)

45 M€
+4%¹

- ◆ Accompagne le rebond du marché immobilier avec des produits innovants (notamment les sites Internet haut de gamme et Adwords)

Solocal
HABITAT

30 M€
-1%¹

- ◆ Performance des nouvelles commandes et lancement récent de Tract Digital, une offre Facebook unique pas encore reflétée dans la performance depuis le début de l'année

Solocal
COMMERCE

19 M€
+8%¹

- ◆ Croissance solide des nouvelles commandes de Marketing Digital (sites Internet haut de gamme)
- ◆ Accélération continue de la conquête client pour la solution de prise de rendez-vous en ligne

Solocal
SANTÉ&PUBLIC

30 M€
+1%¹

- ◆ Solide dynamique sur A Vendre A Louer et réussites prometteuses sur le Marketing Digital (sites Internet haut de gamme)

Solocal
SERVICES

27 M€
+3%¹

- ◆ La pertinence de la gamme de nouveaux produits (PagesJaunes et mots-clés Google, sites Internet haut de gamme) pour le marché B2B est confirmée

Solocal
BtoB

¹ Évolution du CA entre le T3 2016 et le T3 2015.

Performance financière

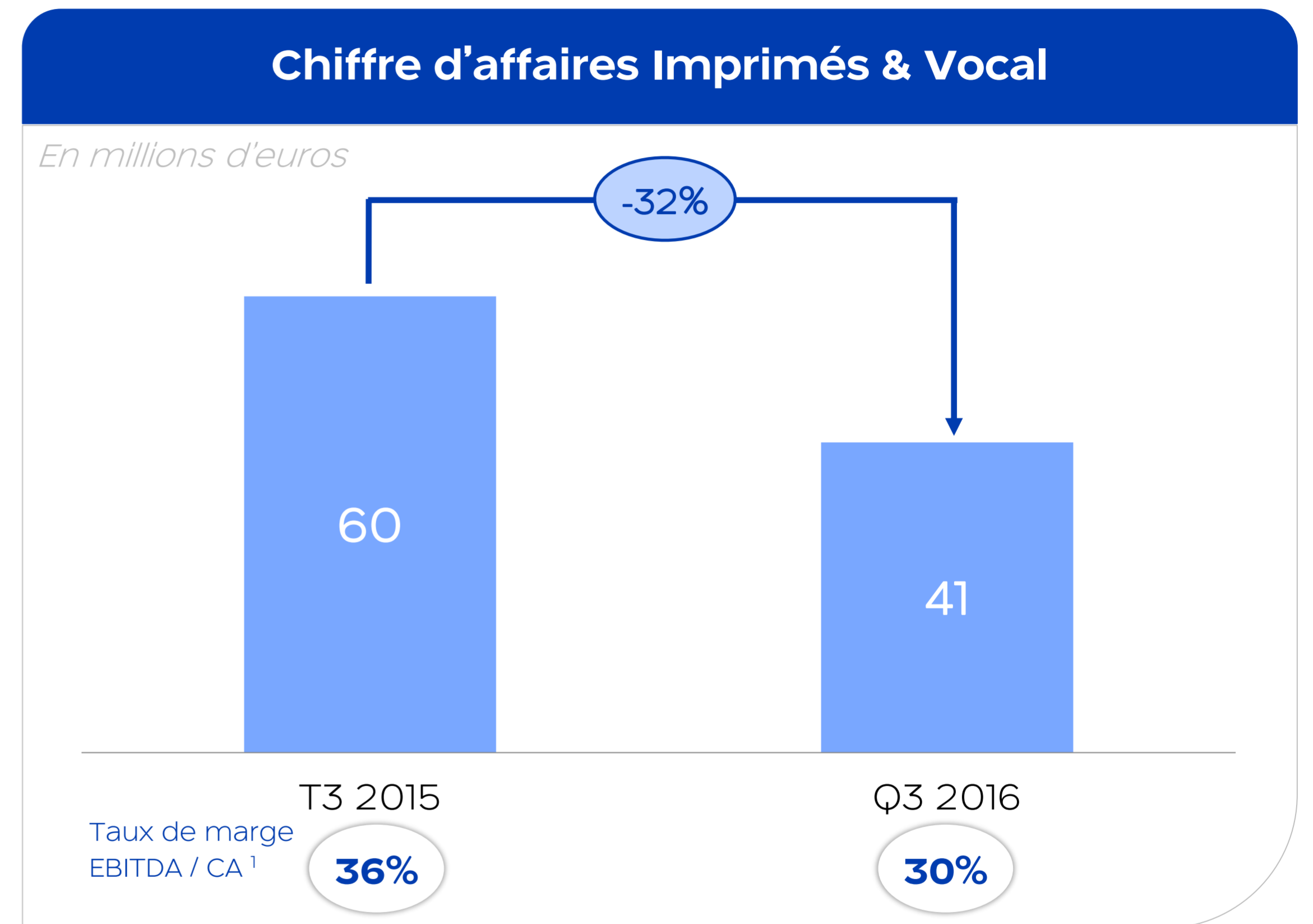
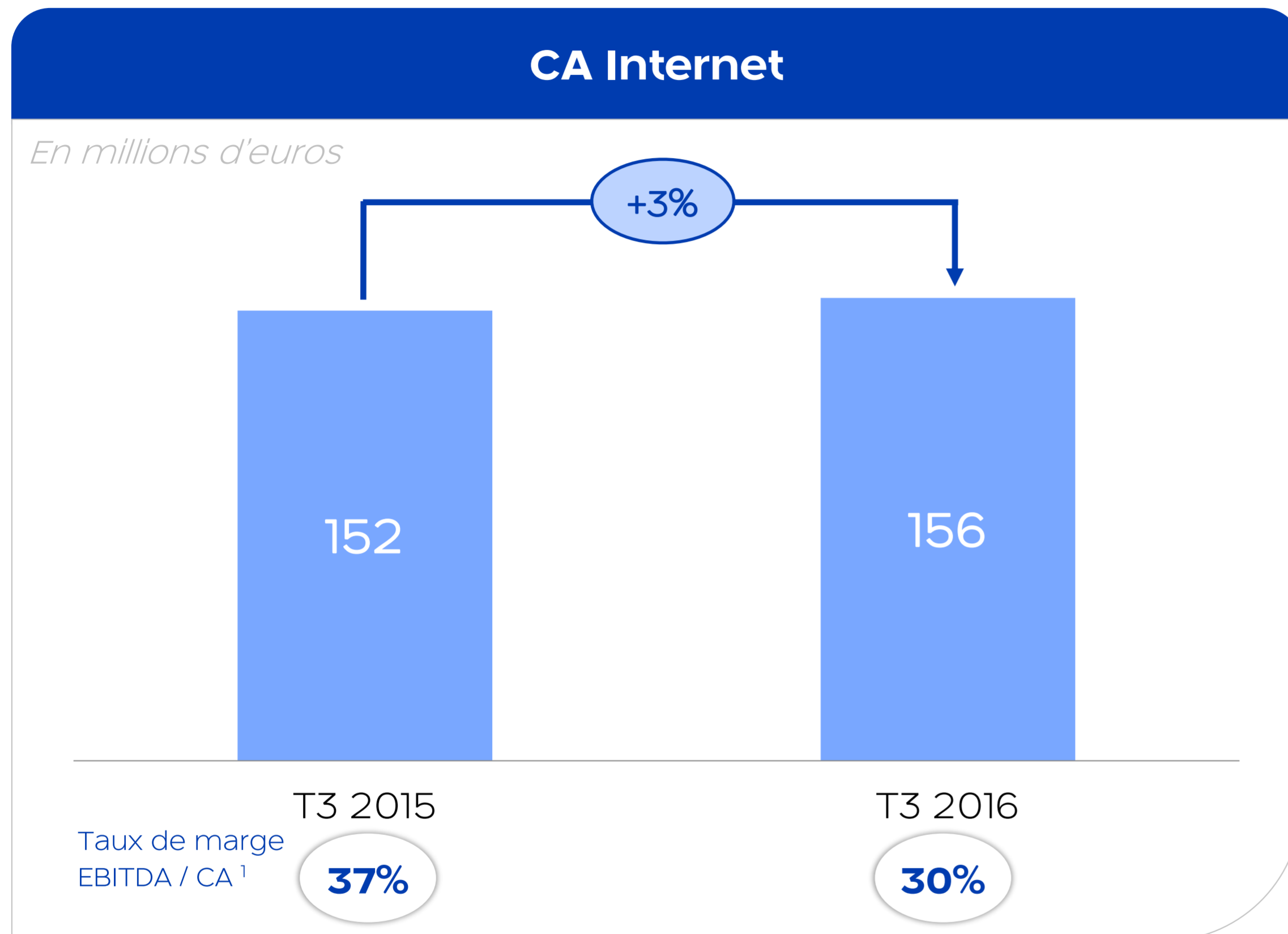
Virginie Cayatte
Directrice financière

Performance financière du T3 2016



¹ Croissance du CA Internet entre le T3 2016 et le T3 2015. ² EBITDA récurrent pour l'ensemble du Groupe (Internet + Imprimés & Vocal), ³ Taux de marge EBITDA récurrent / CA pour l'ensemble du Groupe (Internet + Imprimés & Vocal).

Performance du T3 2016 par activité

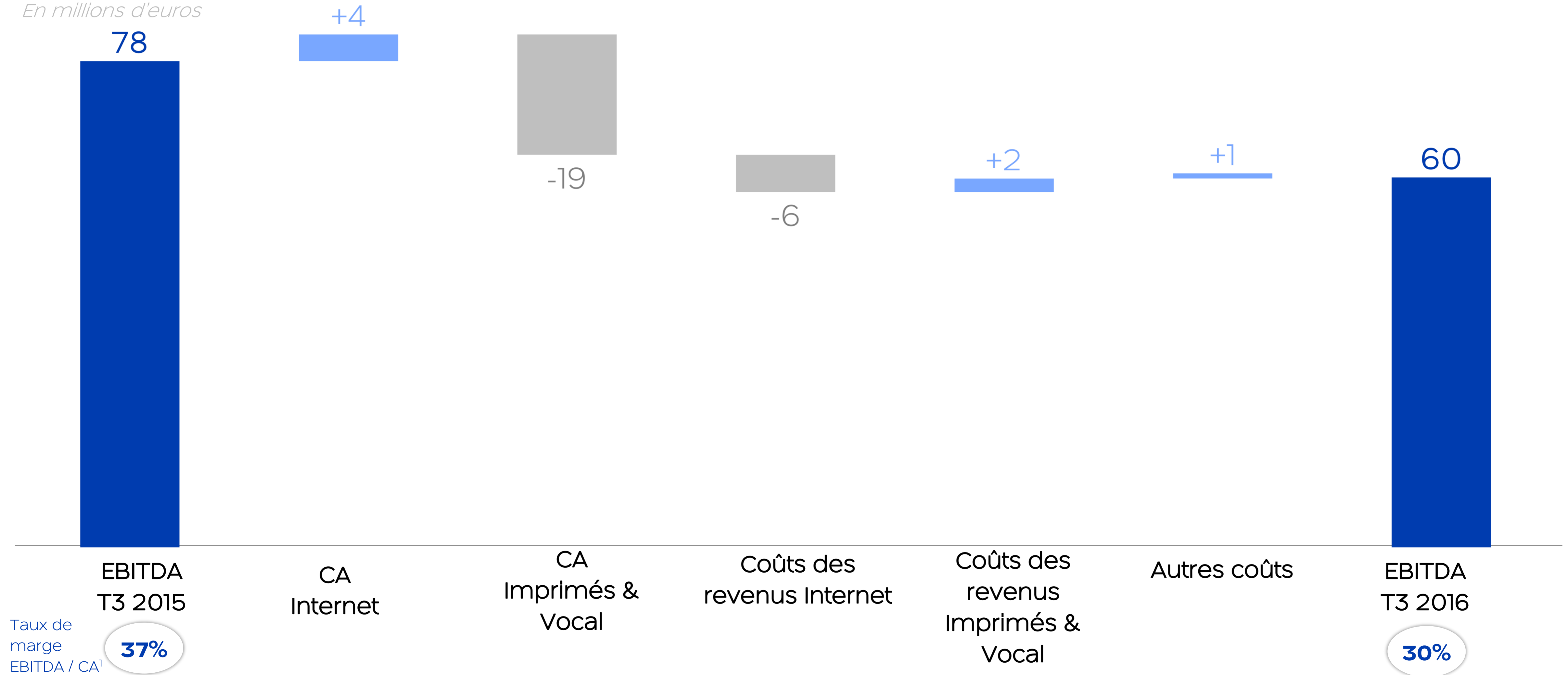


- ◆ Le CA Internet de 156 M€ au T3 2016, soit +3% vs T3 2015, est porté par ses **deux moteurs Internet** : Marketing Digital (+10%) et Search Local (+1%)
- ◆ Le Chiffre d'affaires Imprimés & Vocal de 41 M€, en baisse -32% sur la période, principalement liée au **repli plus marqué des PagesBlanches**

¹ Taux de marge EBITDA récurrent / CA

T3 2016 : EBITDA

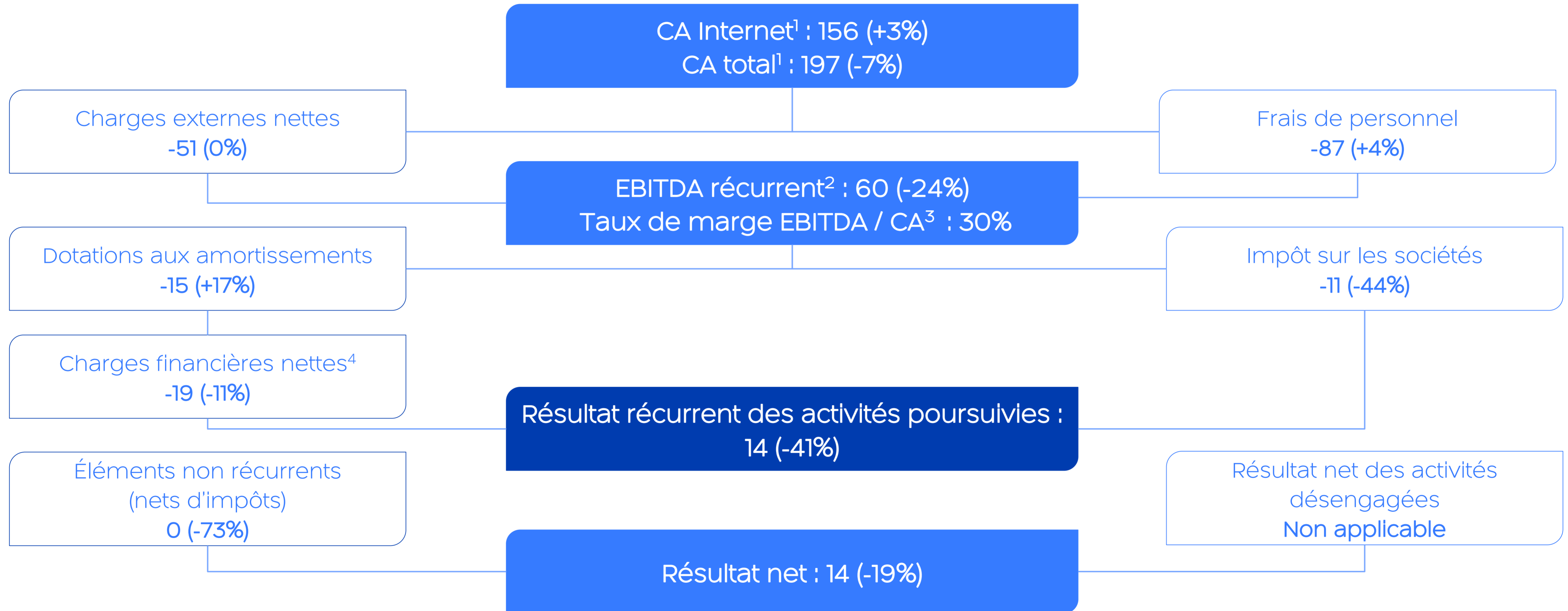
En millions d'euros



¹ Taux de marge EBITDA récurrent / CA pour l'ensemble du Groupe (Internet + Imprimés & Vocal)

T3 2016 : résultat net de 14 M€

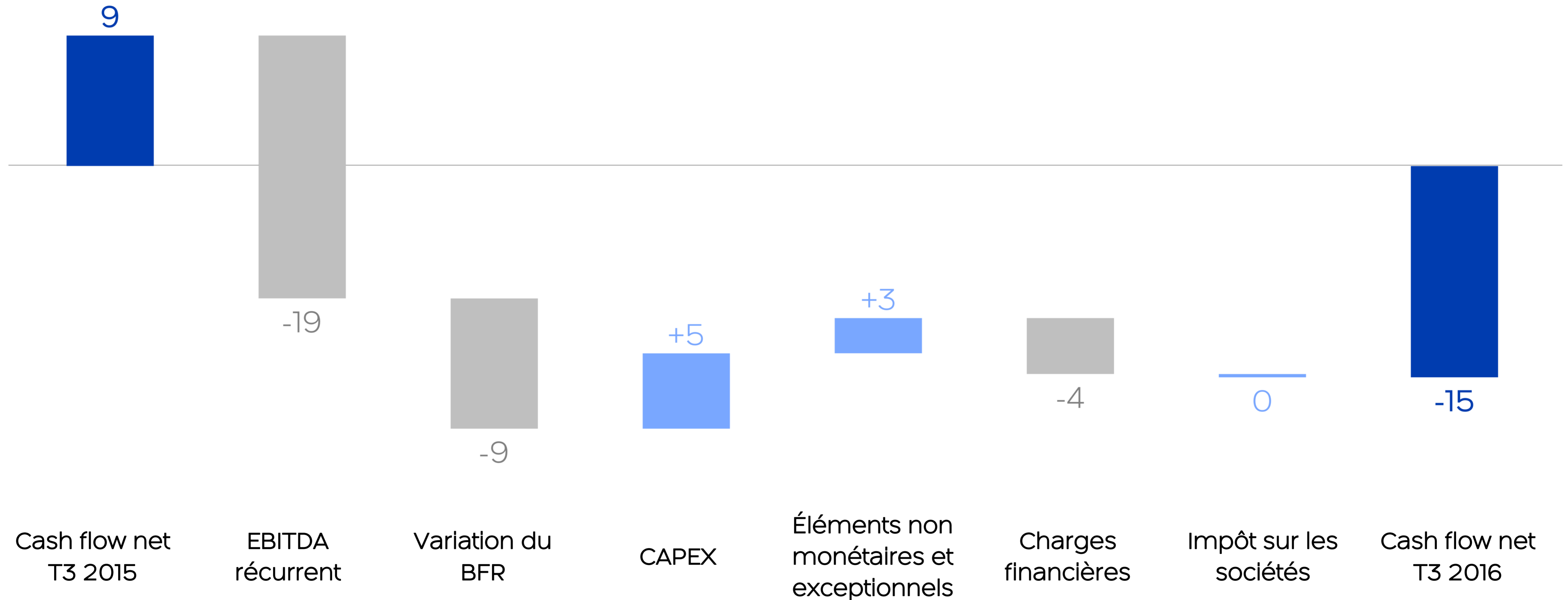
En millions d'euros, évolution T3 2016 vs T3 2015 (%)



¹ Les données concernent le périmètre des activités poursuivies. ² EBITDA récurrent total (Internet + Imprimés & Vocal). ³ Taux de marge EBITDA récurrent (Internet + Imprimés & Vocal) / CA total. ⁴ Dont quote-part de résultat des entreprises associées.

T3 2016 : cash flow net

En millions d'euros



Perspectives

Jean-Pierre Remy
Directeur Général

Perspectives 2016 confirmées

Le Groupe confirme ses perspectives pour 2016 et anticipe :

Taux de croissance CA Internet¹

0% à +2%

Taux de marge EBITDA/CA²

≥ 28%

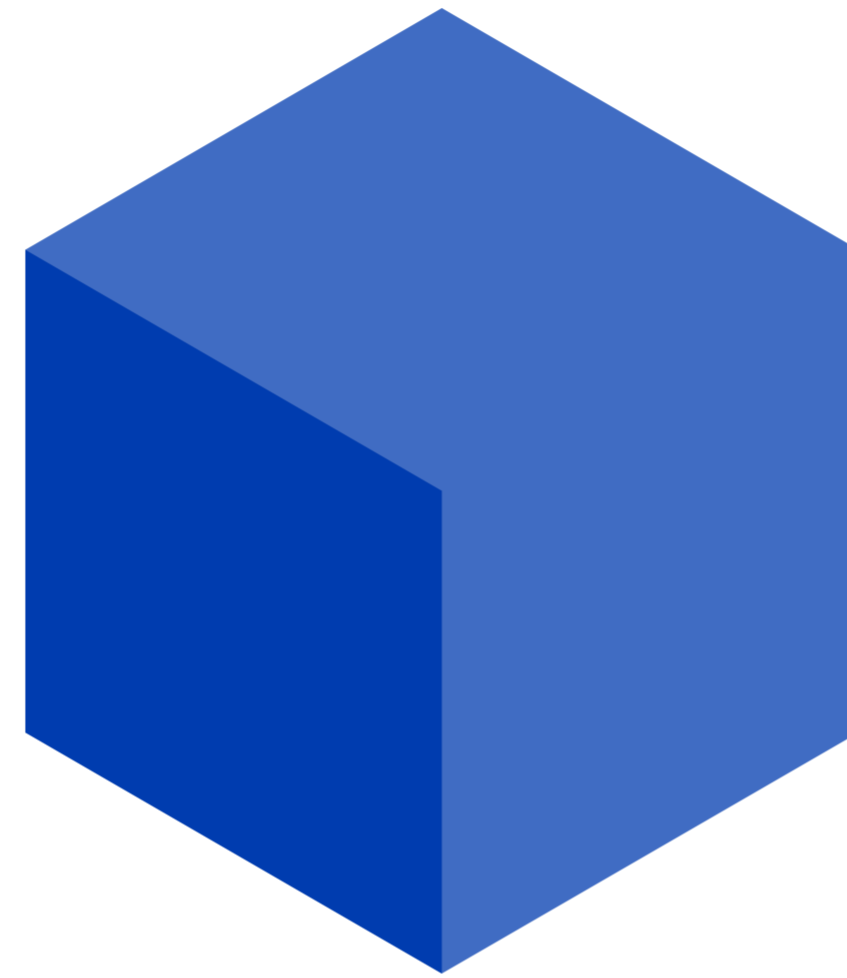
¹ Par rapport à 2015. ² Taux de marge EBITDA récurrent / CA total (Internet + Imprimés & Vocal).

Le décalage du plan de restructuration financière retarde de 6 mois « Conquérir 2018 » et impacte la génération de cash flow

	2015 ¹	2018	TCAM ² 2015-2018	Conquérir 2018 révisé Croissance 2017-2018	Conquérir 2018 initial Croissance 2017-2018
CA Internet (en millions d'euros)	640	735	+5%	+9%	+10%
ARPA ³ Search Local (€)	940	1 014	+3%	+3%	+4%
Nb clients Search Local (milliers)	528	474	-4%	-1%	+3%
Taux de pénétration Marketing Digital (en %)	22%	27%	+5pts ⁴	+1pt	+3pts
CA du Groupe (en millions d'euros)	873	826	-2%	+3%	+3%
<i>Taux de marge</i> EBITDA récurrent (en millions d'euros)	270 31%	235 28%	-5%	+5%	+9%

Remarque : tous les chiffres sont fondés sur un business plan non contraint qui ne tient pas compte de l'internationalisation potentielle du Groupe et de l'accélération du marché français de la communication digitale. Le scénario retenu est fondé sur une restructuration au T1 2017.

¹ Périmètre des activités poursuivies ² Taux de Croissance Annuel Moyen ³ Average Revenue Per Advertiser (revenu moyen par annonceur), ⁴ Taux de pénétration 2018 moins le taux de pénétration 2015.



SoLocal
GROUP

SoLocal GROUP
Immeuble Citylights – Tours du Pont de Sèvres
204 Rond-point du Pont de Sèvres
92100 Boulogne Billancourt
T. 01 46 23 30 93