



COMMUNIQUÉ DE PRESSE

Boulogne-Billancourt, le 11 avril 2019

Inversion positive de tendance des ventes Digital au cours du premier trimestre 2019

Baisse du chiffre d'affaires Digital liée à la baisse des ventes Digital du second semestre 2018

Ventes Digital du premier trimestre 2019 en baisse de -5,0% par rapport aux ventes Digital du premier trimestre 2018 et en hausse de +2,1% par rapport aux ventes Digital du quatrième trimestre 2018

Chiffre d'affaires Digital au premier trimestre 2019 en baisse de -9,9% par rapport au premier trimestre 2018

Inversion de tendance des ventes Digital au cours du T1 2019

- Nouvelle organisation commerciale en place depuis le 1^{er} janvier : tous les canaux sont activés et amélioration sensible de la productivité
- Nouveau plan de rémunération variable des commerciaux effectif au 1^{er} janvier 2019
- Impact progressif du recrutement de 100 commerciaux
- Déploiement progressif des nouveaux services digitaux lancés le 1^{er} janvier 2019
- Impact de la première vague de campagne publicitaire

Activité et chiffre d'affaires du T1 2019 par rapport au T1 2018

- Ventes Digital : 141 millions €, -5,0%
- Ventes total : 157 millions €, -8,2%
- Chiffre d'affaires Digital : 133 millions €, -9,9%
- Chiffre d'affaires total : 148 millions €, -14,1%

Confirmation des perspectives 2019

- Croissance des ventes Digital
- Croissance modérée de l'EBITDA récurrent

Liquidité confirmée

A l'occasion de la publication des résultats du T1 2019, Eric Boustouller, Directeur Général de Solocal a déclaré : « Après un démarrage au mois de janvier dans la tendance des deux trimestres précédents, les ventes Digital ont marqué une très nette inversion positive de tendance sur les mois de février et mars 2019. Elles sont en croissance par rapport au quatrième trimestre 2018. Les ventes Digital des mois de janvier, février et mars ont évolué respectivement de -17,7%, +0,8% et +0,2%¹ par rapport à l'année dernière. Le mois de janvier s'est caractérisé par la

mise en place effective de la nouvelle segmentation et de la nouvelle couverture géographique et donc par la prise en main par les commerciaux des nouveaux portefeuilles de clients. Tous les canaux de vente réorganisés selon la nouvelle segmentation mise en œuvre depuis le 1er janvier 2019 sont maintenant activés et ont contribué à délivrer ce résultat. L'organisation omnicanale, le nouveau plan de rémunération, le déploiement progressif des nouvelles offres en mode abonnement avec renouvellement automatique, le soutien de la campagne publicitaire « Vous allez avoir de la visite », les nouveaux territoires pour les commerciaux, sont autant de facteurs positifs qui ont participé à l'amélioration sensible de la productivité commerciale engendrant un accroissement des ventes moyennes par vendeur et dégagant du temps pour l'upsell et la conquête de nouveaux clients. La campagne publicitaire a porté ses fruits en alimentant significativement le canal e-commerce et la plateforme d'appels entrants. Cette évolution conforte l'ensemble de l'équipe dirigeante dans sa capacité à poursuivre au deuxième trimestre la tendance des deux derniers mois et à délivrer ses objectifs de croissance des ventes Digital et de croissance modérée de son EBITDA récurrent. »

Les états financiers trimestriels ne sont pas audités. Les données financières sont présentées pour la première fois pas uniquement sur le périmètre des activités poursuivies mais en intégrant les activités poursuivies et non poursuivies (activités cédées).

I. Ventes, chiffre d'affaires et carnet de commandes

Les ventes, le chiffre d'affaires et le carnet de commandes de Solocal au T1 2019 s'établissent comme suit :

| <i>En millions d'euros</i> | T1 2018 | T4 2018 | T1 2019 | Variation vs. T1 2018 | Variation vs. T4 2018 |
|---------------------------------|----------------|----------------|----------------|----------------------------------|----------------------------------|
| Ventes Digital | 147,9 | 137,8 | 140,6 | -5,0% | +2,1% |
| Ventes Imprimés | 22,7 | 17,9 | 16,1 | -29,1% | -10,3% |
| Ventes totales | 170,6 | 155,7 | 156,7 | -8,2% | +0,6% |
| Chiffre d'affaires Digital | 148,0 | 139,1 | 133,3 | -9,9% | -4,2% |
| Chiffre d'affaires Imprimés | 24,9 | 20,6 | 15,1 | -39,2% | -26,5% |
| Chiffre d'affaires total | 172,8 | 159,7 | 148,4 | -14,1% | -7,1% |

Les **ventes totales** se chiffrent à 157 millions € au T1 2019, en baisse de -8,2% par rapport au T1 2018. Les ventes Digital enregistrent une diminution de 7,3 millions €, soit -5,0%, alors que les ventes Imprimés baissent de 6,6 millions €, soit -29,1%, au T1 2019 par rapport au T1 2018.

Après une période de transition commerciale au second semestre de l'année 2018, tous les canaux de vente sont maintenant réorganisés selon la nouvelle segmentation clients, et la productivité s'améliore. Ils ont ainsi tous contribué à inverser de façon positive la tendance

des ventes au premier trimestre 2019. La nouvelle campagne publicitaire, dans les cinq semaines qui ont suivi son lancement, a fait doubler le trafic sur le site Solocal et les appels sur la plateforme téléphonique entrante, et plus que doubler les ventes directes.

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

L'entreprise enregistre un **chiffre d'affaires total** de 148 millions € au T1 2019, en baisse de -14,1% par rapport au T1 2018.

Le chiffre d'affaires Digital de 133 millions € au T1 2019 diminue de -9,9% par rapport au T1 2018 suite à la forte baisse des ventes Digital au second semestre 2018, du fait du rythme de déversement des ventes en chiffre d'affaires. L'activité Digital représente 89,8% du chiffre d'affaires total ce trimestre.

Le **chiffre d'affaires Imprimés** de 15 millions € au T1 2019 enregistre une baisse de -39,2% par rapport au T1 2018 alors que les clients et les utilisateurs continuent leur migration vers des supports digitaux. L'activité Imprimés représente 10,2% du chiffre d'affaires total ce trimestre.

| <i>En millions d'euros</i> | T4 2018 | T1 2019 | Variation vs. T4 2018 |
|----------------------------------|--------------|--------------|--------------------------|
| Carnet de commandes Digital | 347,1 | 354,3 | +2,1% |
| Carnet de commandes Imprimés | 38,4 | 39,2 | +2,2% |
| Carnet de commandes total | 385,5 | 393,6 | +2,1% |

Le **carnet de commandes** s'élève à 394 millions € au 31 mars 2019, en hausse de +2,1% par rapport au 31 décembre 2018 où il atteignait 386 millions €. Cette augmentation est principalement due à la dynamique de l'activité Digital au T1 2019.

Les indicateurs de performance de Solocal au T1 2019 sont les suivants :

| | T1 2018 | T1 2019 |
|---|----------------|----------------|
| Ventes en abonnement (en % des ventes totales) ² | 16,0% | 17,1% |
| <i>Variation</i> | | +1,1pt |
| Audience : nombre de visites PagesJaunes (en millions) | 432 | 539 |
| <i>Variation</i> | | +25% |

Les ventes en abonnement² en pourcentage des ventes totales² s'élèvent à 17% et augmentent de +1 point au T1 2019 par rapport au T1 2018. Les ventes en abonnement au T1 2019 comprennent principalement les Sites internet, Booster Contact, l'offre Social et désormais la gamme Présence qui est déployée progressivement depuis le 1^{er} janvier 2019.

L'audience PagesJaunes est en hausse de +25% au T1 2019 par rapport au T1 2018, représentant plus de 107 millions de visites additionnelles, en raison de la performance des partenariats d'audience, en particulier avec Le Bon Coin. Les visites mobiles ont augmenté de +30% au T1 2019 par rapport au T1 2018, atteignant un nouveau record dans l'usage du mobile, dans la lignée de la tendance globale.

II. Perspectives pour 2019

A la suite de cette publication, l'entreprise confirme ses objectifs pour 2019 (objectifs à norme comptable constante avant application de la norme IFRS 16) :

- croissance des ventes Digital en 2019, avec une montée en puissance trimestre après trimestre,
- croissance modérée de l'EBITDA récurrent,
- maintien du taux de conversion de l'EBITDA récurrent en flux de trésorerie opérationnels au-delà de 60%.

Les prévisions de trésorerie font ressortir qu'avec la croissance des ventes Digital de 2019 et les différentes sources de liquidité, Solocal dispose de la capacité à financer son activité en 2019 et notamment à faire face aux importants décaissements de trésorerie, liés au PSE, à venir aux troisième et quatrième trimestres 2019.

III. Autre information

Solocal annonce à l'occasion de la publication de ses résultats trimestriels le départ de Jean-Jacques Bancel, Directeur Financier, qui sera remplacé dans les prochaines semaines.

IV. Prochaines dates du calendrier financier

Les prochaines dates (indicatives) du calendrier financier sont les suivantes :

- Assemblée générale des actionnaires : 11 avril 2019 au siège social de Solocal, 204 rond-point du Pont de Sèvres 92100 Boulogne-Billancourt
- Communication des résultats du 1er semestre et du chiffre d'affaires du 2^{ème} trimestre 2019 : 30 juillet 2019
- Communication du chiffre d'affaires du 3^{ème} trimestre 2019 : 5 novembre 2019

Notes :

¹ L'indication pour le premier trimestre 2019 du détail par mois de l'évolution des ventes Digital n'indique en rien un changement dans la communication de Solocal. A l'avenir, Solocal continuera de communiquer sur les ventes pour le trimestre écoulé.

² Périmètre Solocal SA soit hors ClicRDV, Effilab, Leadformance, Mappy, Ooreka, QDQ, SoMS et filiales non significatives, soit 91% des ventes du groupe au T1 2019.

Définitions :

Audience : Indicateur de visites et d'accès aux contenus sur une période donnée.

Ventes : Prises de commandes réalisées par la force de vente, devant donner lieu à une prestation effectuée par le Groupe pour ses clients.

Carnet de commandes : Le carnet de commandes correspond à la part du chiffre d'affaires restant à reconnaître au 31 mars sur les commandes de ventes telles que validées et engagées par les clients. S'agissant des produits en mode abonnement, seule la période d'engagement en cours est considérée.

EBITDA : L'EBITDA est un indicateur alternatif de performance présenté au compte de résultat au niveau du résultat d'exploitation et avant prise en compte des dépréciations et amortissements. L'EBITDA récurrent correspond quant à lui à l'EBITDA avant prise en compte des éléments définis comme non récurrents. Ces éléments non récurrents sont des produits et charges en nombre très limités, inhabituels, anormaux et peu fréquents et de montants particulièrement significatifs. Ils correspondent principalement à : 1) des plus ou moins-values de cession d'actifs, 2) des dépréciations d'actifs non courants corporels ou incorporels, 3) des charges de restructuration : il s'agit des coûts correspondant à un programme planifié et contrôlé par le management, qui modifie de façon significative soit le champ d'activité de l'entreprise, soit la manière dont cette activité est gérée, selon les critères prévus par IAS 37.

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 plus de 430 000 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 : 06 83 93 67 03
cmillet2@solocal.com

Edwige Druon : 06 23 24 35 09
edruon@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
alelargelevy@solocal.com

Annexe : Ventes trimestrielles

| <i>En millions d'euros</i> | 2018 | | | | 2019 |
|----------------------------|-------------|-----------|-----------|-----------|-------------|
| | T1 | T2 | T3 | T4 | T1 |
| Ventes Digital | 147,9 | 141,9 | 97,2 | 137,8 | 140,6 |
| Ventes Imprimés | 22,7 | 19,3 | 14,9 | 17,9 | 16,1 |
| Total ventes | 170,6 | 161,2 | 112,1 | 155,7 | 156,7 |