

# #T1 2019

## ACTIVITE ET CHIFFRE D'AFFAIRES

# 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 21 mars 2019 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.

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).

Les montants présentés dans ce document peuvent ne pas s'additionner en raison des arrondis.

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.



# Sommaire

- 1** Activité T1 2019
- 2** Questions ouvertes
- 3** Annexes



1ÈRE PARTIE

# Activité au 1<sup>er</sup> trimestre 2019

solocal

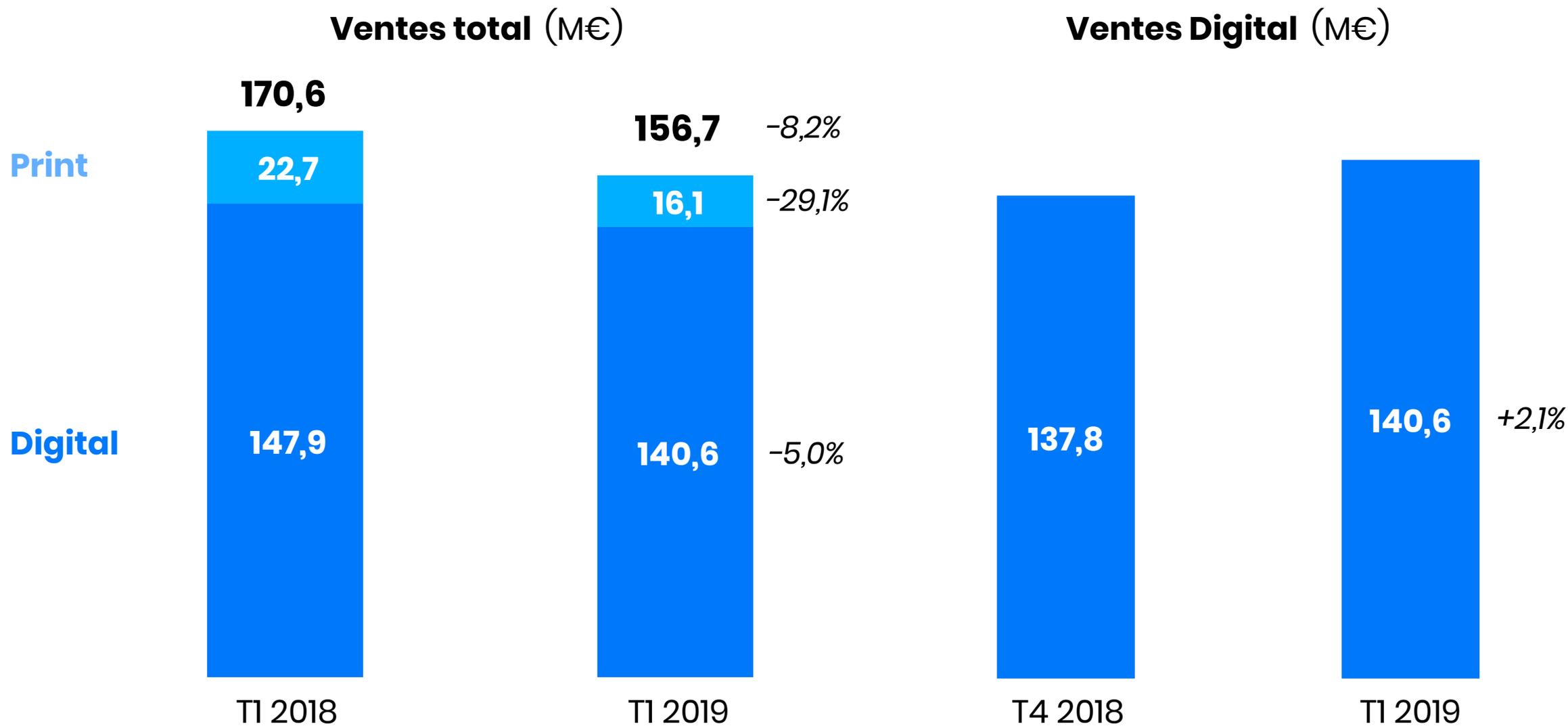
# 1<sup>er</sup> trimestre 2019 : Inversion de tendance des ventes Digital

- **Inversion de tendance des ventes Digital**
  - En baisse de -5,0% vs. T1 2018
  - En hausse de +2,1% au T1 2019 vs. T4 2018
- **Inversion de tendance progressive sur les 3 premiers mois en 2019**
- **Hausse de la productivité de la force de vente** grâce à la nouvelle organisation omnicanale avec la nouvelle couverture géographique optimisée et le nouveau plan de rémunération variable des commerciaux
  - Soutenue par le déploiement de la nouvelle offre Présence digitale en janvier 2019 et la campagne de publicité Solocal 'Vous allez avoir de la visite'
  - Augmentation de la part des ventes en mode abonnement avec renouvellement automatique

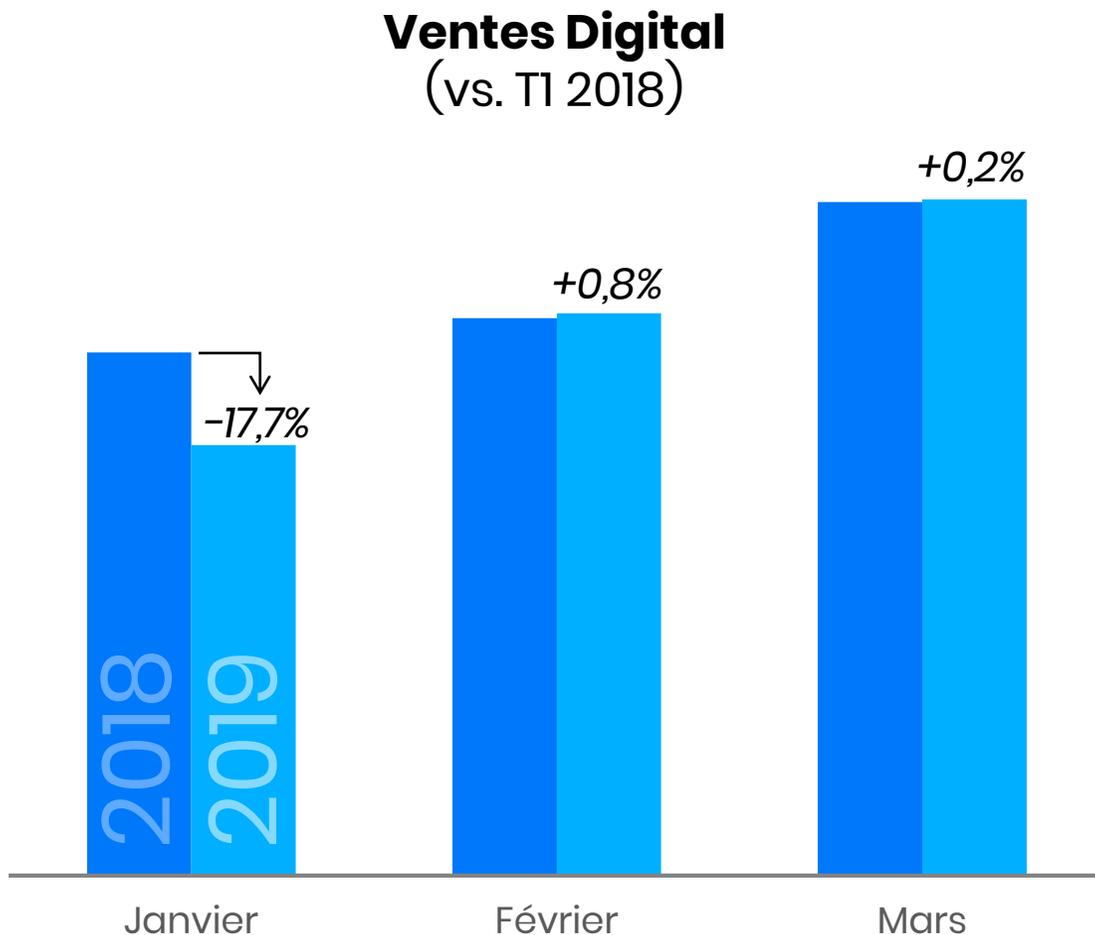
# Aperçu 1<sup>er</sup> trimestre 2019

En million d'euros	T1 2018	T4 2018	T1 2019	Vs. T1 2018	Vs. T4 2018
Ventes Digital	147,9	137,8	140,6	-5,0%	+2,1%
Carnet de commandes Digital	395,0	347,1	354,3	-10,3%	+2,1%
Chiffre d'affaires Digital	148,0	139,1	133,3	-9,9%	-4,2%
Chiffre d'affaires total	172,8	159,7	148,4	-14,1%	-7,1%
Ventes en mode abonnement avec renouvellement auto. (% des ventes totales) <sup>1</sup>	16%	16%	17%	+1 pt	+1 pt

# 1<sup>er</sup> trimestre 2019 : Ventés vs. T1 2018 & Ventés Digital vs. T4 2018



# Ventes Digital 1<sup>er</sup> trimestre 2019 : Inversion de tendance



## Réorganisation en janvier 2019

- Nouvelle segmentation
- Nouvelle couverture géographique des commerciaux (vs. BUs verticales)
- Nouveau plan de rémunération variable des commerciaux
- Changement de portefeuilles clients (à 85%)

## Montée en puissance en février / mars 2019, expliquant la tendance du T1 2019

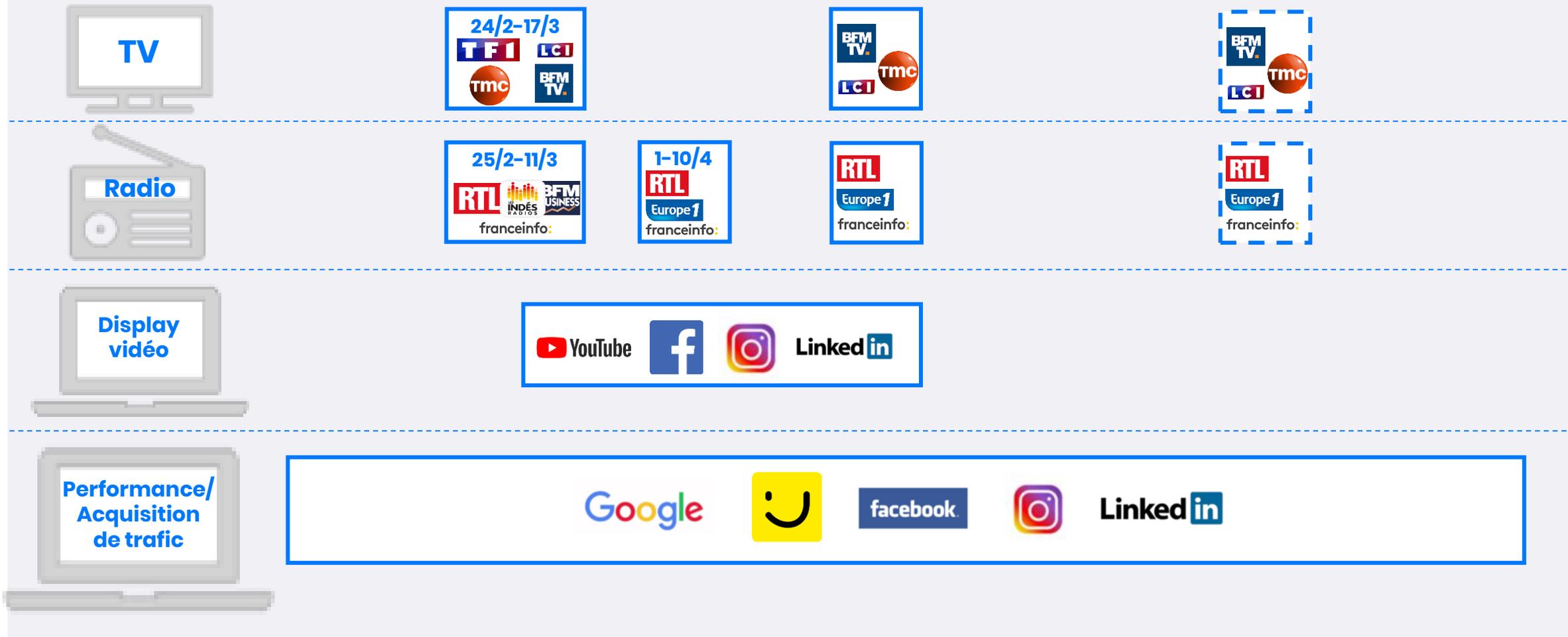
- +12% de meetings clients des vendeurs terrain vs. T4 2018
- +30% de temps d'appel télévente prospects vs. T4 2018
- +28% de nouveaux clients vs. T4 2018
- +20% de ventes Digital par vendeur vs. T4 2018
- +44% de ventes Digital par vendeur vs. T1 2018

## Impact positif de la campagne publicitaire

# Campagne de publicité générant de la demande et développant la notoriété de Solocal

2019

Janv Févr Mars Avril Mai Juin Juil Août Sept Oct Nov Déc



# Premiers impacts de la publicité sur les ventes digitales

200k clics  
depuis janvier



414 GRP TV  
780 GRP radio  
65m imp. vidéo



1 email Découverte  
Digitale / semaine



Visites solocal.com



Appels entrants



sur Page Présence



3938 service gratuit  
+ prix appel

x2 requêtes  
marque\*

x2 visites\*

x2,1 appels  
traités\*  
(n° solocal.com  
+ n° court seuls)



x2,3  
ventes directes\*  
208% ROI\*\*



Dynamique  
commerciale



Perception client  
positive

(\*) Moyenne sur 5 semaines depuis le lancement de la campagne vs. les 5 semaines précédentes. Ventes exprimées en nombre de commandes  
(\*\*) Retour sur investissement au T1 2019 calculé sur le revenu en lifetime value généré par les clients directement acquis via la campagne de publicité

# Chiffre d'affaires 1<sup>er</sup> trimestre 2019 vs. 1<sup>er</sup> trimestre 2018

Total (M€)

**172,8**

Imprimés

24,9

**148,4**

-14,1%

15,1

-39,2%

Digital

148,0

133,3

-9,9%

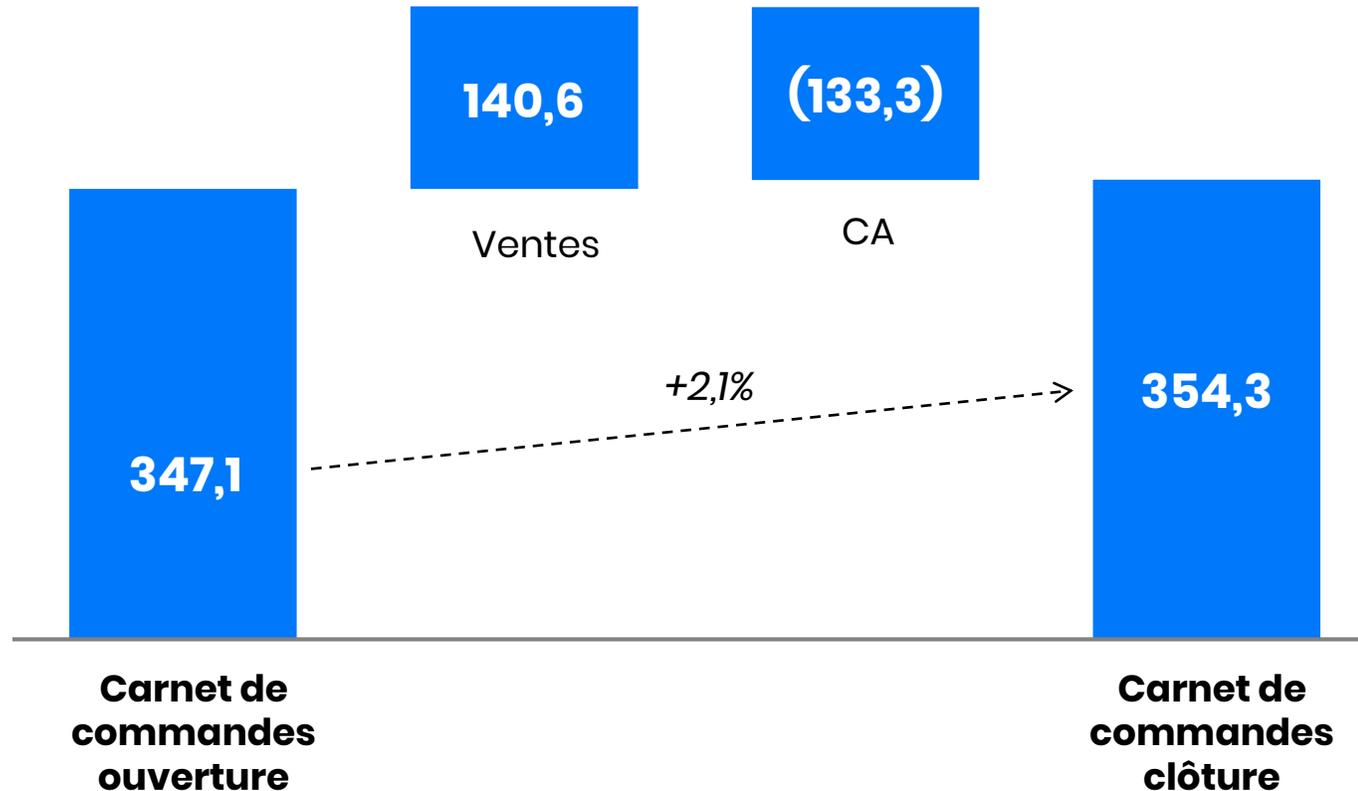
T1 2018

T1 2019

- Le CA Digital et Imprimés est impacté par la baisse des ventes au S2 2018
  - Les ventes étant reconnues en CA sur une période définie
- CA Imprimés : tendance à la baisse
  - Accélérée par l'arrêt des annuaires imprimés fin 2020 (ventes en baisse de -29% vs. Q1 2018)

# Carnet de commandes 1<sup>er</sup> trimestre 2019

## Digital T1 2019 (M€)



- Le carnet de commandes Digital a augmenté de +2,1% vs. T4 2018
  - Suite à la hausse des ventes Digital au T1 2019 vs. T4 2018
- Le CA Digital au T1 2019 est encore impacté par la baisse des ventes au T3 et T4
  - Le carnet de commandes correspond à la part du CA restant à reconnaître sur les ventes. Les ventes sont reconnues en CA sur une période définie

# Liquidité confirmée

## solocal

Les prévisions de trésorerie font ressortir qu'avec la **croissance des ventes Digital** attendue en 2019 et les **différentes sources de liquidité**, Solocal dispose de la **capacité de financer son activité en 2019**

Pour faire face aux décaissements de 163 M€ en 2019 au titre du projet de transformation, ainsi qu'à la charge de la dette obligataire (32 M€), Solocal dispose de :

- **82 M€** de trésorerie disponible au 1er janvier 2019
- **Flux de trésorerie positifs générés par l'exploitation (> 100 M€)**
- **Financements complémentaires** mis en place ces derniers mois :
  - **Une ligne de fonds de roulement d'au moins 10 M€**
    - Solocal a plus de 200 M€ de créances clients à son bilan au 31 décembre 2018
    - Réaménagement technique toujours possible des autorisations prévues par la documentation obligataire pour davantage de flexibilité dans l'usage des lignes de fonds de roulement
  - **Une ligne de crédit renouvelable** (« RCF ») de maturité 3 ans pour **15 M€**, signée en Fév. 2019
- La possibilité de procéder à des **cessions d'actifs non stratégiques**

# Perspectives 2019

## Perspectives 2019 confirmées :

- Croissance des ventes Digital, avec une montée en puissance trimestre par trimestre
- Croissance modérée de l'EBITDA récurrent
- Conversion de l'EBITDA en flux de trésorerie opérationnels maintenue au-delà de 60%

## Poursuite de la dynamique des ventes Digital de février/mars 2019 au T2 2019 : focus sur l'exécution de la stratégie

- Focus clients de Solocal
- Accélération du déploiement des nouveaux services digitaux (Présence, Référencement prioritaire)
- Campagnes de publicité continues : Digital, TV, Radio
- Impact des investissements dans les produits digitaux, plateforme média, outils de vente et de support clients

**Liquidité confirmée** en 2019 grâce à la tendance positive des ventes Digital en 2019, aux réductions de coûts additionnelles et aux nouvelles lignes de financement progressivement mises en place



2ÈMEPARTIE

# Questions ouvertes

solocal



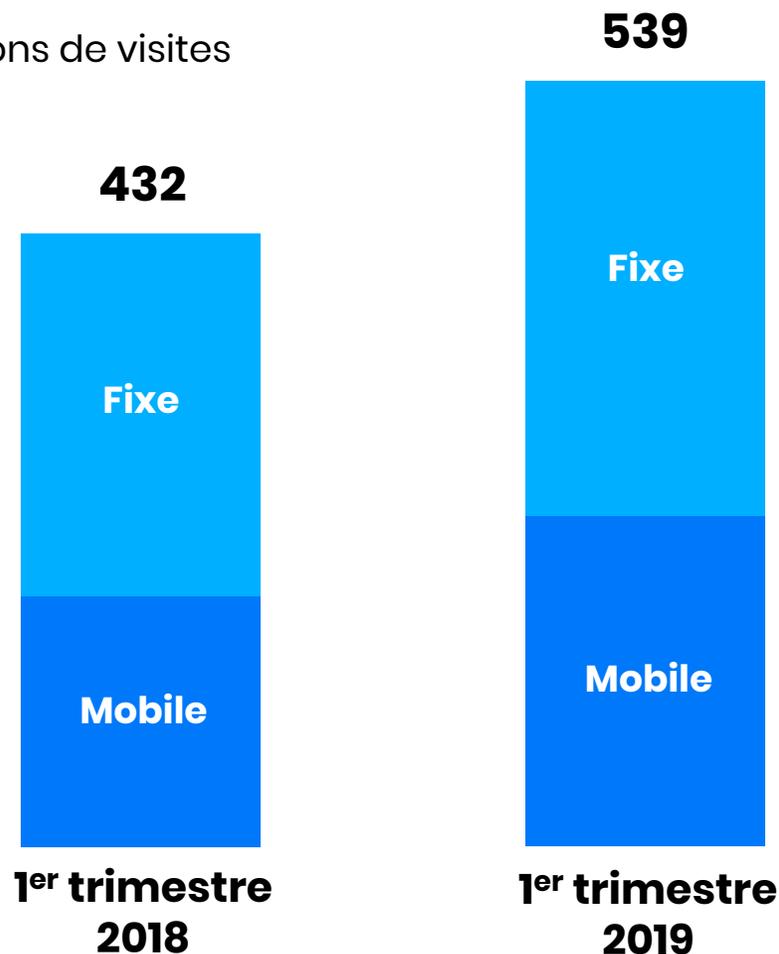
3ÈMEPARTIE

# Annexes

solocal

# Audience PagesJaunes en hausse de +25% au 1<sup>er</sup> trimestre 2019 vs. 1<sup>er</sup> trimestre 2018

En millions de visites



- **L'audience PagesJaunes est en hausse de +25%, représentant une hausse incrémentale de 107 millions de visites au T1 2019 vs. T1 2018**
  - Croissance boostée par les partenariats, dont récemment Le Bon Coin
  - Augmentation des visites SEO
  - Travail continu sur l'UX et l'UI PagesJaunes pour optimiser le trafic direct
- **Audience mobile en hausse de +30% (vs. T1 2018)**
- **Contenu PJ riche : contacts qualifiés ('leads') générés pour les clients Solocal en hausse de +8% au T1 2019 vs. T1 2018**