



Questions posées à l'occasion de la présentation des résultats du premier semestre 2019

Y a-t-il des barrières à l'entrée dans votre industrie ?

Solocal propose une large gamme de services digitaux à destination des professionnels et des entreprises, créatrice de valeur pour ses clients, et reposant sur un certain nombre d'actifs difficiles à réunir : une technologie digitale avancée construite pour délivrer de la performance à grande échelle, des partenariats dont certains exclusifs avec les acteurs majeurs du digital, son organisation commerciale multicanale à couverture nationale et présence locale, l'audience massive de ses médias qui lui apportent de la data pertinente à très grande échelle, et une web factory capable de produire et de gérer un grand nombre de contenus et de produits de façon simultanée.

Il est de fait extrêmement difficile de construire, en un court laps de temps et de façon rentable, des services digitaux pertinents à marge brute élevée pour un grand nombre de clients.

En effet, la data de Solocal, volumineuse et détaillée, est géolocalisée et intentionniste, le tout en conformité avec la réglementation RGPD. Cette data qualitative est disponible à moindre coût grâce à l'un des atouts différenciant majeur de Solocal : Pagesjaunes.fr, sa plateforme media aux 1,7 milliards de visites par an (top 15 des sites les plus visités en France en 2018). Ces données précises, enjeu majeur de l'industrie du marketing digital d'aujourd'hui, qui sont récoltées notamment via la plateforme Pagesjaunes.fr, sont ainsi obtenues à très faible coût puisque Solocal en est propriétaire ('first-party data', en opposition à 'third-party data', données obtenues et le plus souvent achetées auprès d'un tiers). Ce faible coût d'obtention de la data assure des marges brutes élevées lors de sa monétisation, qui se fait de façon intégrée aux différents services digitaux de l'offre Solocal : par exemple pour des produits de publicité digitale comme Drive to Store ou Booster Contact.

Pagesjaunes.fr, plateforme media avec un fort potentiel de monétisation publicitaire et transactionnelle, connaît une audience massive et en croissance (et donc de la data de qualité à faible coût) grâce notamment à son très fort contenu sur les professionnels. En effet, près de 5 millions de professionnels sont enregistrés avec des contenus riches

reconnus par les leaders du marché (Amazon, Google, etc). Ces contenus sont mis à jour de façon permanente, et pourront être enrichis à tout instant via la mise à disposition auprès des millions de professionnels d'une application unique dès novembre 2019 : Solocal Manager.

Cette application, ouverte aussi bien aux clients Solocal qu'aux professionnels disposant d'une simple fiche sur Pagesjaunes.fr, permettra aux 5 millions de petites entreprises de mettre à jour les éléments de leur profil Pagejaunes.fr. Les clients pourront suivre en outre les indicateurs clés de performance de leur profil, gérer leurs avis clients, et poster des mises à jour et photos directement auprès de leur communauté.

Solocal Manager fera ainsi office d'interface de communication pour Solocal avec ses clients potentiels et actuels, permettant de leur proposer des abonnements aux services digitaux de l'entreprise (en cross-sell ou upsell), d'optimiser la rétention des clients existants ainsi que l'acquisition de nouveaux clients. Cette application viendra compléter, en l'intégrant, les fonctionnalités de l'application Présence, partie intégrante de la proposition de valeur unique de Solocal : une gamme complète de services digitaux full web, de la Présence au Référencement prioritaire, en passant par la création de sites Internet et la publicité digitale dans son ensemble.

Notre organisation commerciale multicanale à échelle nationale, contribue également à assurer via sa présence locale, des contenus qualitatifs et pertinents sur nos médias, qui nous permettent à leur tour de conclure des accords gagnant-gagnant avec les grands acteurs du digital, tels que Google, Apple, Amazon, etc. En effet, notre force commerciale unique permet de maximiser les ventes additionnelles (upsell) via un accompagnement des clients tout au long de leur parcours et leur cycle de vie client chez Solocal, sur la base de leur potentiel d'achat : des transactions à faible coût (ecommerce, self care), aux interactions commerciales les plus sophistiquées. Notre vaste présence terrain, unique, contribuant ainsi à générer de la confiance de par sa proximité avec notre base clients, de même que nos télévendeurs et notre équipe de plus de 200 personnes dédiées au support client les accompagnant sur tous les segments.

Enfin, notre savoir-faire technologique, dans les domaines du développement digital, évolutif et à très grande échelle, permet de produire des services qualitatifs et sur-mesure pour nos clients, afin d'accélérer leur entreprise de façon optimale. Par exemple, les applications Présence, produit phare des gammes Présence et Référencement Prioritaire, ou bien Bridge, application à destination des Grands comptes leur permettant de gérer un réseau de points de vente de manière unifiée, ont été développées grâce aux technologies Solocal et représentent un avantage compétitif majeur de son offre de produits.

De même, notre nouvelle architecture évolutive et dans le Cloud, ainsi que l'accès centralisé et sécurisé aux API de Solocal, permettent d'accélérer la productivité de façon significative et de produire à une échelle industrielle, comme en témoigne par exemple la production industrialisée de sites Internet de qualité, hébergés dans le Cloud, par la Webfactory de Solocal.

Cette évolutivité ainsi que le savoir-faire technologique de Solocal dans le Digital permettent à l'entreprise d'envisager ses développements futurs, notamment à l'international à plus long terme.

Comment expliquez-vous la performance des ventes du Q2 2019 ?

Les ventes Digital s'élèvent au T2 2019 à 132m€, une tendance de -5,8% vs T2 2018, en ligne avec la tendance du T1 2019. Cette performance est légèrement en-deça de nos attentes, pour plusieurs raisons.

La réorganisation profonde de notre organisation commerciale a mené à un manque de capacitaires notamment dans le canal télévente de façon temporaire. Cela a entraîné un focus sur la rétention des clients existants, de façon positive comme en témoigne la baisse du taux de churn de deux points (de 16% au S1 2018 à 14% au S1 2019), et s'est fait au détriment de l'acquisition de nouveaux clients. Ce déséquilibre passager est en voie de résolution au fur et à mesure de la montée en puissance de l'organisation commerciale.

Nous améliorons par ailleurs la qualité et le cycle des ventes de façon proactive, dans le but de réduire leur accélération trop en amont de la date de renouvellement des contrats. Cette mesure de bonne gestion a un impact sur le court terme, pour la bonne marche des affaires sur le long terme.

Les systèmes IT historiques ont également ralenti quelque peu notre force commerciale en raison de problèmes techniques, qui ont désormais résolus : nous avons en effet migré la majorité de nos applications et des infrastructures IT au Cloud ces dernières semaines.

Pourquoi avoir révisé vos objectifs pour 2019 ? Quelles sont vos prévisions pour le second semestre 2019 ?

La tendance des ventes Digital au T2 2019 a bien entendu un impact sur la performance sur l'année 2019 : nous avons donc réévalué nos objectifs de ventes Digital pour 2019 à la lumière du T2 2019, pour une stabilisation des ventes Digital en 2019.

Notre ambition se fera via une croissance des ventes Digital au second semestre 2019 : c'est le cap que nous nous fixons et nous sommes confiants en notre capacité de délivrer

le retour à la croissance au S2 2019. Nos équipes travaillent assidûment à l'exécution de notre plan stratégique, augmentant fortement la productivité jour après jour.

Par ailleurs, la gestion rigoureuse des coûts permettra de délivrer un EBITDA récurrent 2019 en croissance modérée, pour la première fois après neuf années de déclin. Nous avons délivré une stabilisation de l'EBITDA récurrent en 2018 ; nous délivrerons une croissance de cet indicateur en 2019.

Quelle sera l'évolution des coûts de l'activité Imprimés d'ici son arrêt fin 2020 ?

Nous accompagnons le déclin de l'activité Imprimés de façon maîtrisée jusqu'à son arrêt, prévu pour la fin 2020. Le chiffre d'affaires de l'activité Imprimés est de 36 m€ au 30 juin 2019, ce qui représente une baisse de 20,7 m€ par rapport au 30 juin 2018, dans la logique de l'arrêt progressif de l'activité. Il est notable que l'EBITDA récurrent de l'activité Imprimés n'a baissé en revanche que de 1,6 m€ sur cette même période, pour représenter 9,4 m€ au 30 juin 2019 (11 m€ au 30 juin 2018). L'EBITDA récurrent total est d'ailleurs en croissance de +5% sur la même période.

La réduction des coûts de l'activité Imprimés est contrôlée aussi bien sur les charges externes que les frais de personnel : dans le contexte de la transformation de son organisation, l'entreprise a signé en juillet 2019 des accords avec les organisations syndicales ouvrant la possibilité à 122 personnes en lien avec des activités en décroissance structurelle, telles que l'activité Imprimés, de bénéficier d'un congé de mobilité. La maîtrise des coûts de l'Imprimé nous permettra d'absorber le déclin de cette activité au second semestre 2019 puis en 2020.

Pouvez-vous faire face au déboursement des indemnités liées au plan de restructuration au second semestre 2019 ?

L'entreprise a les moyens de faire face au déboursement des 107 m€ d'indemnités liées au plan de restructuration au second semestre 2019, qui sont prévues et bien entendu modélisées dans le budget. La position de trésorerie à la fin du premier semestre 2019 est de 58 m€, ce qui, cumulé aux flux de trésorerie générés sur le second semestre et à la flexibilité financière disponible, nous permet de couvrir les dépenses liées au plan de restructuration au S2 2019.

En effet, l'entreprise génère historiquement un flux de trésorerie plus important au second semestre que sur la première moitié de l'année, en raison d'une saisonnalité de la trésorerie liée en partie au paiement de la compensation variable au premier semestre. Par ailleurs, la liquidité supplémentaire disponible s'élève au 30 juin 2019 à 48 m€, dont 8

m€ de ligne de fonds de roulement non utilisée et notre facilité de crédit renouvelable d'échéance mars 2022 qui a par ailleurs été renforcée à 40 m€. Ces différentes sources de liquidité nous permettent d'assurer la liquidité nécessaire aux décaissements du S2 2019 liés au plan de restructuration.

Prévoyez-vous un refinancement de votre obligation ?

L'obligation Solocal de maturité mars 2022 provient de la restructuration de la dette conclue en 2017. Son coupon, variable et calé sur le ratio d'endettement net, est élevé, et les conditions de la documentation en sont donc particulièrement restrictives. Nous travaillons bien entendu sur les moyens de refinancement envisagés, et la période la plus propice qui permettront d'optimiser le coût de la dette et d'assouplir les conditions contractuelles de manière optimale, sur la base des conditions de marché et de différents éléments que nous pouvons mettre en évidence pour optimiser le coût de la dette.

Pouvez-vous commenter sur les ventes à découvert du titre Solocal ?

Les titres volatiles comme le nôtre font face à des ventes à découvert de fonds qui y voient des opportunités d'arbitrage. Les fonds qui vendent le titre Solocal à découvert restent d'importance marginale ; nous en connaissons d'ailleurs les positions les plus importantes, qui sont déclarées à l'Autorité des Marchés Financiers par seuils de 0,5% conformément à la réglementation, et sont publiques. Nous suivons avec attention le cours de l'action de façon continue et continuons d'en observer les évolutions.

Qu'en est-il de la qualité des services fournis auprès des clients ?

Nous concentrons nos efforts sur la qualité de la production pour satisfaire toujours mieux nos clients : notre stratégie est d'augmenter nettement la qualité de service et des progrès sont déjà enregistrés à ce niveau. Par ailleurs le passage des produits en mode abonnement (déjà plus de 36% au T2 2019) permet à la force commerciale d'abandonner le rythme calé sur le renouvellement annuel, pour forger une relation de long terme avec nos clients. Les commerciaux peuvent ainsi les accompagner au mieux tout au long de l'année dans la prise en main et l'utilisation des produits, avec pour objectif la satisfaction de nos clients.

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 +33 (0)1 46 23 30 00
charlotte.millet@solocal.com

Edwige Druon +33 (0)1 46 23 37 56
edruon@solocal.com

Contacts investisseurs

Julie Gualino-Daly
+33 (0)1 46 23 42 12
jgualino@solocal.com

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

Nous suivre



solocal.com