

Boulogne-Billancourt, le 20 octobre 2021

### Chiffre d'affaires stable sur le troisième trimestre 2021 (+0,4% vs. T3 2020)

### Confirmation de l'objectif d'EBITDA de 120 millions € pour l'année 2021

### Objectifs 2022 et hypothèses 2023-2024

#### Troisième trimestre 2021 : amélioration de la tendance pour le 3<sup>ème</sup> trimestre consécutif

- Stabilité du chiffre d'affaires au T3 2021 : 107,6 millions € soit **+0,4%** vs. T3 2020<sup>1,2</sup>. Troisième trimestre d'amélioration après le T2 2021 (+0,6% vs. T2 2020) et le T1 2021 (-10,2% vs. T1 2020)
- Chiffre d'affaires des neuf premiers mois 2021 : 322,2 millions € soit -3,3% vs 2020
- Plus de 90% des ventes<sup>4</sup> du trimestre en abonnement<sup>5</sup> soit +10 pts vs. T3 2020
- Parc clients<sup>3</sup> en très légère baisse sur le T3 2021 à **311 000 clients**, soit -1% vs. 30 juin 2021
- Poursuite de la réduction du taux de **churn** à **11,8%** vs. 13,9% au 30 juin 2021
- ARPA<sup>6</sup> en légère hausse à environ 1 340 € vs. environ 1 320 € au 30 juin 2021

#### Performance commerciale contrastée

- Baisse du carnet de commandes à 250,9 millions € au 30 septembre 2021 contre 266,0 millions € au 30 juin 2021, i.e. -5,7%
- Chiffre d'affaires sécurisé<sup>7</sup> pour l'année en cours de 403,5 millions € au 30 septembre 2021 vs. 419,7 millions € au 30 septembre 2020

#### Perspectives 2021

- Légère érosion du parc clients<sup>3</sup> sur l'année 2021, avec -2% attendu pour la fin de l'année 2021
- Confirmation d'un EBITDA d'environ 120 millions € pour l'année 2021

#### Revue stratégique 2022-2024

- En 2022, Solocal se concentrera sur la relation client, la formation des équipes commerciales Terrain, l'amélioration des outils de prospection, l'intensification des efforts marketing tout en poursuivant ses efforts en matière de maîtrise des coûts. Sur la base de ces hypothèses, la **performance financière de l'année 2022 sera comparable** à celle de l'année 2021, en termes de chiffre d'affaires, d'EBITDA et de flux de trésorerie opérationnels.
- Solocal estime que sur la base du déploiement réussi de ces initiatives clés, **une croissance moyenne à un chiffre**, milieu de fourchette, **du chiffre d'affaires en 2023 et en 2024** devrait être délivrée. Maintenant son taux de marge, Solocal devrait atteindre une **croissance de l'EBITDA de l'ordre de 15%** en 2023 et en 2024. Solocal devrait générer des flux opérationnels de trésorerie supérieurs à **90 millions €** en 2024.

**A l'occasion de la publication du chiffre d'affaires du troisième trimestre 2021, Hervé Milcent, Directeur Général de Solocal, déclare :**

*« Le troisième trimestre s'inscrit dans le prolongement de la première partie de l'année. La poursuite de la stabilisation de notre chiffre d'affaires est encourageante dans un contexte toujours contrasté. Cette évolution, associée à la poursuite de la maîtrise des coûts, nous permet de confirmer notre objectif d'EBITDA annuel et surtout de nous inscrire dans une nouvelle trajectoire d'amélioration de nos performances pour les années à venir. C'est tout le sens de notre nouvelle feuille de route stratégique. Un plan volontaire et réaliste qui doit nous permettre de renouer progressivement avec une dynamique solide dans la croissance, l'appréciation des marges et la génération récurrente de cash. Focalisation sur la satisfaction clients, accélération de la conquête commerciale par une présence renforcée sur le terrain et intensification des efforts marketing et commerciaux : sur chacune de ces priorités, des plans d'action ont été engagés et leurs effets commenceront à prendre leur mesure à compter de 2022. Nous sommes aujourd'hui pleinement mobilisés sur l'exécution de ce plan et le respect des jalons financiers qui permettront d'en apprécier les résultats. Forts de l'engagement de nos collaborateurs et de la confiance de l'ensemble de nos actionnaires, je suis convaincu que nous serons au rendez-vous.»*

---

Les informations financières trimestrielles présentées dans ce communiqué de presse ne sont pas auditées. Les indicateurs de performance financière sont commentés sur le périmètre des activités poursuivies. Les éléments financiers non audités présentés dans ce communiqué pour le troisième trimestre 2020 sont révisés à la lumière du périmètre des activités au 30 septembre 2021.

---

## 1. Chiffre d'affaires et Carnet de commandes

Pour rappel, l'activité Imprimés a été abandonnée en novembre 2020 et a été retraitée en activité abandonnée selon la norme IFRS 5 sur l'exercice 2020. Le chiffre d'affaires de Solocal est uniquement constitué de chiffre d'affaires Digital depuis l'année 2020.

Le chiffre d'affaires<sup>1,2</sup> réalisé par Solocal au troisième trimestre 2021 et sur les neuf premiers mois de l'année 2021 sont présentés ci-dessous :

En millions d'euros	T3 2020	T3 2021	Variation	9 mois 2020	9 mois 2021	Variation
Connect	28,1	31,9	+13,4%	80,2	93,7	+16,8%
Booster	62,8	59,2	-5,6%	201,4	180,7	-10,3%
Sites Internet	16,2	16,4	+1,2%	51,6	47,8	-7,5%
<b>Chiffre d'affaires total</b>	<b>107,1</b>	<b>107,6</b>	<b>+0,4%</b>	<b>333,2</b>	<b>322,2</b>	<b>-3,3%</b>

**Le chiffre d'affaires consolidé** du **troisième trimestre 2021** s'élève à 107,6 millions d'euros, en hausse de +0,4% par rapport au chiffre d'affaires du troisième trimestre 2020<sup>1,2</sup>. Cette stabilité du chiffre d'affaires sur le trimestre résulte de l'effet :

- de l'impact de la conversion en chiffre d'affaires de la baisse des ventes<sup>4</sup> Digital des trimestres précédents liée à la crise sanitaire de la Covid-19 et tout particulièrement du confinement ayant eu lieu au premier trimestre 2020,
- compensé par l'amélioration significative de l'activité Connect et Sites Internet

**Le chiffre d'affaires consolidé** sur les neuf premiers mois de l'année 2021 s'élève à 322,2 millions d'euros, en baisse de -3,3% par rapport au chiffre d'affaires des neuf premiers mois de l'année 2020<sup>1,2</sup>. Cette baisse résulte principalement de la baisse des ventes<sup>4</sup> enregistrées pendant les périodes de confinement de 2020 alors même que le Groupe ne bénéficiait pas encore des avantages de sa transition au modèle en abonnement.

Afin d'illustrer l'évolution des nouveaux services digitaux, le chiffre d'affaires est présenté en trois activités :

- **Booster** : activités liées à la publicité qui représentent 56% du chiffre d'affaires des neuf premiers mois de l'année 2021 (Booster Contact, Référencement Prioritaire...) ;
- **Connect** (29% du chiffre d'affaires, anciennement Presence) qui regroupe l'activité de Présence Digital ; et les
- **Sites Internet** (15% du chiffre d'affaires) pour l'ensemble des gammes de sites vendus (Essentiel, Premium, Privilège).

Le **modèle abonnement** est déployé depuis le deuxième semestre 2019. Le chiffre d'affaires est donc désormais constitué de ventes<sup>4</sup> dans leur première période d'engagement (73% sur les neuf premiers mois de 2021) et de ventes<sup>4</sup> ayant déjà fait l'objet d'une **tacite reconduction** (27% sur les neuf premiers mois de 2021). Ces taux étaient respectivement de 91% et 9% sur la même période en 2020. Comme indiqué précédemment, le poids de ces ventes en tacite reconduction dans le chiffre d'affaires va

mécaniquement continuer de croître au cours des prochains trimestres, ce qui donnera une visibilité accrue sur le chiffre d'affaires tout en permettant aux forces commerciales du Groupe de se concentrer davantage sur le développement de clients existants et l'acquisition de nouveaux clients.

Par ailleurs, 62% du chiffre d'affaires des neuf premiers mois de l'année 2021 provient des ventes<sup>4</sup> réalisées les années précédentes et 38% provient des ventes<sup>4</sup> de l'année 2021. Cette part de 38% est en hausse de +11 points par rapport à la même période en 2020 (le chiffre d'affaires des neuf premiers mois de 2020 provenait à 27% des ventes<sup>4</sup> de l'année en cours) reflétant notamment le passage à l'abonnement des services digitaux et donc la réduction du délai entre la prise de commande et la génération de chiffre d'affaires.

### **Le carnet de commandes de Solocal au 30 septembre 2021 est le suivant :**

<i>En millions d'euros</i>	<b>30/06/2021</b>	<b>30/09/2021</b>	<b>Variation</b>
Carnet de commandes Digital	266,0	250,9	-5,7%

Le carnet de commandes représente 250,9 millions d'euros au 30 septembre 2021, en baisse de -5,7% comparé au 30 juin 2021. Cette baisse s'explique par des ventes<sup>4</sup> au troisième trimestre 2021 inférieures au chiffre d'affaires reconnu sur la même période (saisonnalité liée au mois d'août au cours duquel l'activité commerciale est extrêmement réduite).

Le carnet de commandes de 250,9 millions d'euros se déversera en chiffre d'affaires à hauteur d'environ 33% sur le quatrième trimestre 2021 et d'environ 61% sur l'année 2022.

Sur la base des meilleures estimations du management, au 30 septembre 2021, les ventes<sup>4</sup> déjà enregistrées avant le 30 septembre 2021 permettent de sécuriser un chiffre **d'affaires sécurisé<sup>7</sup>** pour l'année 2021 de **403,5 millions d'euros**. Il s'élevait à 419,7 millions d'euros au 30 septembre 2020. Pour rappel ce chiffre d'affaires sécurisé était en retrait de -23 millions d'euros au 30 juin 2021 par rapport au 30 juin 2020. La réduction de cet écart illustre la stabilisation progressive de l'activité du groupe.

<i>En millions d'euros</i>	<b>30/09/2020</b>	<b>30/09/2021</b>	<b>variation</b>
CA Digital sécurisé pour l'année n en cours	419,7	403,5	-3,9%

## **2. Indicateurs opérationnels de performance**

Les indicateurs opérationnels de performance de Solocal au troisième trimestre 2021 et sur les neuf premiers mois de l'année 2021 sont les suivants :

	T3 2020	T3 2021	Variation	9 mois 2020	9 mois 2021	Variation
Ventes en abonnement - <i>en % des ventes</i> :	81%	91%	+10 pts	79%	88%	+9 pts
Indicateur de croissance	-	11%	-	-	21%	-
Trafic : nombre de recherches total	411	389	-5,5%	1 201	1 172	-2,4%
PagesJaunes - <i>en millions</i>						

Au troisième trimestre 2021, 91% des ventes<sup>4</sup> ont été réalisées sur des produits en abonnement<sup>5</sup>, une hausse de +10 points par rapport au troisième trimestre 2020. Au total sur les neuf premiers mois de l'année 2021, **88% des ventes<sup>4</sup> ont été réalisées sur des produits en abonnement<sup>5</sup>** soit une augmentation de +9 points par rapport à la même période de l'année 2020, principalement liée aux offres Référencement Prioritaire et Connect, les Sites internet et Booster Contact. Ce taux de vente en abonnement est en constante hausse depuis le déploiement complet des nouvelles offres de services digitaux Connect (anciennement Présence) et Référencement Prioritaire en juillet 2019. Le **modèle abonnement** est un élément structurant de la transformation du business model car il doit favoriser (i) la baisse du churn (ii) et l'augmentation de l'acquisition de nouveaux clients ainsi que le cross-selling des clients existants en libérant du temps à la force de vente historiquement dédiée à l'activité de renouvellement.

Depuis février 2021, Solocal communique un **indicateur de croissance**, qui correspond à la contribution des ventes<sup>4</sup> du trimestre au chiffre d'affaires des douze prochains mois. Cet indicateur permet au groupe de suivre la conversion de ses ventes<sup>4</sup> en chiffre d'affaires. Cet indicateur ressort en hausse de +11% au troisième trimestre 2021 vs. le troisième trimestre 2020<sup>1</sup>, ce qui signifie que les prises de commandes du troisième 2021 ont permis de sécuriser +11% de chiffre d'affaires sur les 12 prochains mois de plus que celles enregistrées au troisième trimestre 2020. Cette hausse s'explique par un effet de base favorable lié à l'impact négatif de la crise et de la réduction de l'avance de phase sur le troisième trimestre 2021, en lien avec le changement de modèle.

Le trafic **PagesJaunes** repose sur :

- Du **trafic direct** provenant des visites réalisées directement par les utilisateurs sur le site ou l'appli PagesJaunes ou par l'intermédiaire des moteurs de recherche grâce au SEO (recherche de nos contenus) ;
- Du **trafic sur les sites partenaires** sur lesquels Solocal affiche du contenu. Depuis avril 2021, les lignes directrices « cookies et autres traceurs » de la CNIL, imposent un consentement explicite des individus à la mesure de l'audience de Solocal sur les sites de ses partenaires. L'indicateur « Visites » est fragilisé car une part non négligeable de l'audience, celle des annuaires déportalisés, n'est plus mesurable de manière certifiée. L'interdiction progressive des cookies tiers par les navigateurs internet renforce la faiblesse de cet indicateur pour le futur.

Pour ces raisons, le Groupe ne communique plus son indicateur de « trafic total » mais désormais le nombre de « **recherches** ». Le nombre total de recherches s'élève ainsi à 1 172 millions sur les neuf premiers mois de l'année 2021 vs. 1 201 millions sur les neuf premiers mois de l'année 2020 soit une baisse de -2,3%.

Le **parc clients**<sup>3</sup> de Solocal a évolué de la manière suivante au troisième trimestre 2021 :

	FY 2020	T2 2021	T3 2021	T3 2020	Variation
<b>Parc Clients Groupe - BoP<sup>(a)</sup></b>	<b>349k</b>	<b>314k</b>	<b>314k</b>	<b>323k</b>	<b>-9k</b>
+ Acquisitions	32k	8k	7k	8k	-1k
- Churn	-82k	-11k	-11k	-21k	+11k
+ Winbacks	16k	2k	1k	4k	-3k
<b>Parc Clients Groupe - EoP<sup>(a)</sup></b>	<b>315k</b>	<b>314k</b>	<b>311k</b>	<b>314k</b>	<b>-3k</b>
<b>Variation nette BoP - EoP</b>	<b>-34k</b>	<b>-</b>	<b>-2k</b>	<b>-9k</b>	<b>-</b>
Churn <sup>(b)</sup> - en %	19,0%	13,9%	11,8%	19,8%	-
ARPA Digital <sup>(c)</sup>	1 331	1 321	1 344	1 356	-

(a) BoP = début de période / EoP = fin de période

(b) Churn : Nombre de clients perdus au cours des 12 mois précédents, divisé par nombre de clients à l'ouverture, (net = chiffres déduits des Winbacks)

(c) ARPA Digital calculé en chiffres d'affaires rapporté à la moyenne du parc clients EoP sur les 12 derniers mois, périmètre Groupe (retraité de QdQ et Mappy)

Le parc clients<sup>3</sup> Groupe **s'établit en très légère baisse (-1%), après trois trimestres consécutifs de stabilisation**, à 311 000 clients au 30 septembre 2021. Cette légère érosion provient d'un niveau d'acquisition clients inférieur aux attentes qui n'a pas permis de compenser entièrement le taux de churn du trimestre. Le groupe enregistre en effet une baisse de 8pts de churn sur le troisième trimestre 2021 par rapport au troisième trimestre 2020<sup>1</sup>. La réduction du parc a été toutefois inférieure à celle du troisième trimestre 2020<sup>1</sup>. En effet :

- Solocal a perdu 8 000 clients de moins au troisième trimestre 2021 qu'au troisième trimestre 2020. Cette diminution du nombre de clients perdus s'explique par (i) les premiers effets du modèle en abonnement déployé depuis l'été 2019 qui a limité l'attrition clients au troisième trimestre 2021, (ii) la mise en place d'une équipe dédiée à la rétention des clients au cours du printemps 2020 et par (iii) l'amélioration de l'offre produits et la mise en place progressive de solutions visant à positionner la satisfaction client au cœur de la stratégie du Groupe.
- Parallèlement, Solocal a acquis moins de clients au troisième trimestre 2021 qu'au troisième trimestre 2020 avec près de 7 000 nouveaux clients contre 8 000 nouveaux clients l'année précédente. Cette baisse des acquisitions provient d'une performance commerciale sur le Terrain inférieur aux attentes.

Au total, avec une perte de 2 000 clients contre 9 000 au troisième trimestre 2020, la réduction du parc a ainsi été nettement réduite.

Le **taux de churn**<sup>(b)</sup> du Groupe, net des winbacks, est en forte amélioration à **11,8%** au troisième trimestre 2021 contre 19,8% au troisième trimestre 2020 reflétant ainsi les premiers effets des mesures de rétention détaillées ci-dessus. Avec un taux de churn de 16,7% au 31 mars 2021 et de 13,9% au 30 juin 2021 l'amélioration du churn se poursuit tout au long de l'année 2021. Cette forte diminution provient essentiellement de la baisse du churn sur l'offre Connect, offre de Présence Digitale qui confirme le besoin croissant des clients à être correctement présents sur le Web.

**L'ARPA Groupe**<sup>6</sup> atteint 1 344 € sur le troisième trimestre 2021, en légère baisse par rapport à l'ARPA<sup>6</sup> Digital sur le troisième trimestre 2020<sup>1</sup> (1 356 €, soit moins de -1%) mais en hausse par rapport au deuxième trimestre 2021 (1 321 € soit +1,7%). Pour rappel, l'ARPA est désormais calculé sur la base du chiffre d'affaires et non des prises de commandes.

### **3. Objectifs 2021 et revue stratégique 2022-2024**

Dans le prolongement du changement de business model vers la reconduction automatique de ses offres (hors offres grands comptes), le Groupe a stabilisé son chiffre d'affaires pour le deuxième trimestre consécutif après de nombreuses années de décroissance. Cette tendance devrait se poursuivre au cours des prochains trimestres.

La performance commerciale 2021 a été impactée d'une part par le contexte sanitaire (prolongement des périodes de confinement en France) et d'autre part par la nécessaire adaptation de la force commerciale au modèle abonnement et la recherche de nouveaux clients. La maîtrise des coûts compensera la légère baisse de chiffre d'affaires associée sur l'exercice 2021 et permet de confirmer un objectif d'**EBITDA de l'ordre de 120 millions d'euros**.

Toutefois, dans le prolongement du contexte commercial du troisième trimestre 2021, Solocal anticipe une légère érosion de son parc clients<sup>3</sup> de l'ordre de -2% au 31 décembre 2021 par rapport au 31 décembre 2020.

A la suite des évolutions de l'équipe de direction et à la lumière des ventes<sup>4</sup> 2021, le Groupe a procédé au réexamen de sa feuille de route et de ses perspectives à trois ans.

**2022** sera une année de consolidation de la refonte de l'approche commerciale essentiellement sur le Terrain qui est le canal de vente le plus contributeur à l'activité du Groupe avec notamment :

- ✓ Le projet de mise en place d'un plan de rémunération adapté au nouveau modèle à compter du 1<sup>er</sup> janvier 2022,
- ✓ Un renforcement de l'organisation commerciale et le déploiement de nouveaux outils de ciblage et de performance,
- ✓ Un investissement dans la formation des équipes aux services digitaux proposés.

Sur l'horizon du plan, Solocal capitalisera sur les efforts réalisés en termes d'efficacité de la relation client afin d'adopter une démarche beaucoup plus proactive d'accompagnement de ses clients. Solocal augmentera également ses investissements marketing dès 2022 afin de valoriser aux yeux de ses clients et du public la valeur ajoutée de Pages Jaunes.

Ces actions porteront progressivement leurs fruits sur 2022 et seront associés à une stricte maîtrise des coûts fixes, ce qui permettra une **performance financière en 2022 comparable** à celle de 2021, en termes de chiffre d'affaires, EBITDA et flux de trésorerie opérationnels.

Solocal estime que sur la base du déploiement réussi des initiatives clés présentées ci-dessus, Solocal devrait générer une **croissance à un chiffre, milieu de fourchette, du chiffre d'affaires** en 2023 et en 2024 qui sera principalement portée par une hausse de l'ARPA en lien avec les efforts qui seront concentrés sur le Terrain dont les ARPAs sont plus élevés vs. ceux de la télévente. Une relative stabilité du parc clients<sup>3</sup> est attendue en 2022 avant un retour à la croissance dès 2023.

Cette croissance de chiffre d'affaires, associée à la poursuite de la maîtrise des coûts fixes du Groupe, devrait se traduire par une **croissance annuelle de l'EBITDA de l'ordre de 15%** en 2023 et en 2024 et devrait générer **des flux de trésorerie** opérationnels supérieurs à **90 millions d'euros** en 2024.

**A plus long terme**, Solocal entend aller plus loin dans sa mission d'accompagnement du tissu local. C'est pourquoi Solocal a pour ambition de capitaliser sur son portefeuille de services digitaux et sa connaissance clients pour intégrer des solutions technologiques nouvelles et par-delà étendre sa gamme de services digitaux en mode Saas.

#### **4. Autres informations**

Au 30 septembre 2021, Solocal a payé un montant cumulé de 218 millions d'euros de salaires et indemnités prévus au titre du plan de transformation 2018 et de son extension en 2019 (sur un montant total estimé de 225 millions d'euros), soit 97% du montant prévu. Il reste **3 millions d'euros à décaisser** sur le deuxième semestre 2021 et début de l'année 2022 au titre de ce plan de transformation.

#### **Prochaines dates du calendrier financier**

Les prochaines dates du calendrier financier sont les suivantes :

- Communication des résultats annuels 2021 le mercredi 23 février 2022

#### **Notes :**

<sup>1</sup> à périmètre comparable. Les chiffres 2020 sont retraités des chiffres des filiales QDQ et Mappy, respectivement cédées le 28 février 2020 et le 30 octobre 2020.

<sup>2</sup> les chiffres des neuf premiers mois de 2020 sont présentés pro forma du retraitement de l'activité Imprimés, en application de la norme IFRS 5

<sup>3</sup> le parc clients représente le nombre de clients comptabilisé à un instant « t » (début ou fin de période) et non plus le nombre de clients en moyenne sur les douze derniers mois. Périmètre Groupe (hors filiales non significatives) et retraité de QdQ & Mappy, entités cédées au cours de l'exercice 2020.

<sup>4</sup> ventes Digital, périmètre Solocal SA, en valeur, sur la base des ventes nettes des annulations

<sup>5</sup> clients ayant souscrit au moins à un produit en mode abonnement

<sup>6</sup> ARPA calculé en chiffres d'affaires des douze derniers mois (LTM) rapporté à la moyenne du parc clients sur les 12 derniers mois, périmètre Groupe (retraité de QdQ et Mappy)

<sup>7</sup> chiffre d'affaires sécurisé incluant les activités Vocal et Hors-ligne mais hors Mappy et QDQ.

## Définitions

**Ventes** : Prises de commande 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 30 septembre 2021 sur les commandes de ventes telles que validées et engagées par les clients. S'agissant des produits en abonnement, seule la période d'engagement en cours est considérée

**Chiffre d'affaires sécurisé** : Il s'agit de la reconnaissance du revenu futur issue des ventes ou du renouvellement d'engagement telles que validées et engagées par les clients à date (nettes des annulations déjà constatées) et devant donner lieu à une prestation future

**Recherches** : Nombre de fois où Solocal positionne un ou des professionnels suite à une requête d'un internaute.

**ARPA** : Average Revenue per Advertiser, i.e. revenu moyen par annonceur,

**Winback** : Acquisition d'un client ayant été perdu au cours des 12 mois précédents

**Churn** : Nombre de clients perdus au cours des 12 mois précédents, divisé par nombre de clients à l'ouverture, (net = chiffres déduits des Winbacks)

**Indicateur de croissance** : Indicateur pour suivre l'évolution de la contribution des ventes d'une période donnée sur les 12 mois suivants de chiffre d'affaires

## FR - Solocal - [www.solocal.com](http://www.solocal.com)

Solocal est le partenaire digital à la fois de toutes les entreprises locales en France, que ce soit des ETI, TPE, PME, mais aussi des grandes enseignes à réseaux ou des territoires. Notre mission : dynamiser la vie locale. Nous travaillons chaque jour à révéler le potentiel de toutes les entreprises en les connectant à leurs clients grâce à des services digitaux innovants.

Nous conseillons 311 000 entreprises clientes présentes partout en France et les accompagnons pour booster leur activité grâce à nos services digitaux (Présence relationnelle avec nos offres Connect, Site Internet et sites de e-commerce, Publicité digitale) ou encore notre app Solocal Manager pour piloter en toute autonomie sa visibilité sur Internet. Nous sommes également aux côtés des utilisateurs pour leur faire vivre la meilleure expérience digitale avec PagesJaunes et Ooreka, et nos partenaires Gafam\*. Nous mettons ainsi à la disposition des professionnels et du grand public des services à très fortes audiences sur nos propres médias (21M VU pour PagesJaunes), notre data géolocalisée, nos plateformes technologiques évolutives, notre couverture commerciale unique en France, nos partenariats privilégiés avec les acteurs du numérique et nos talents en matière de data, de développement et de marketing digital. Solocal est par ailleurs labellisé Digital Ad Trust. Pour tout savoir sur Solocal (Euronext Paris « LOCAL ») : restons en contact @solocal

\* GAFAM : Google, Microsoft/Bing Facebook, Apple, Amazon.

### 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

Colin Verbrugghe  
+33 (0)1 46 23 40 13  
cverbrugghe@solocal.com

Xavier Le Tulzo  
+33(0)1 46 23 39 76  
xletulzo@solocal.com

### Nous suivre



[solocal.com](http://solocal.com)