



PRESENTATION INVESTISSEURS

SEPTEMBRE 2013

Avertissement

Le présent document contient des déclarations concernant l'avenir. Solocal Group considère que ses attentes sont fondées sur des suppositions raisonnables, mais les dites déclarations sont sujettes à de nombreux risques et incertitudes. Les facteurs importants susceptibles d'entraîner un écart substantiel entre les résultats effectifs et les résultats attendus exprimés par les déclarations concernant l'avenir, 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 ; les effets de la conjoncture économique.

Une description des risques du Groupe figure à la section « 4. Facteurs de risques » du document de référence de la société Solocal Group déposé auprès de l'Autorité des marchés financiers (AMF) le 29 avril 2013 (le « Document de Référence »).

Les déclarations concernant l'avenir 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 sont présentées sous forme d'informations consolidées auditées.

Solocal.

GROUP



mappy

123people

123deal



embauche.com



keltravo.com

CHRONORESTO



Zoom on

Solocal.
NETWORK



PJMS

HORYZON MEDIA

leadformance





FAITS MARQUANTS



Faits marquants

- **Refinancement de la dette et priorité au désendettement**
- **Evolution de l'actionnariat et de la gouvernance** en conséquence
- **Résilience de l'activité dans un contexte dégradé**
- **Transformation Digitale réussie** avec 58% du chiffre d'affaires généré par les activités Internet, unique et en avance par rapport aux autres annuairistes
- **Lancement du programme de transformation « Digital 2015 »**, pour accélérer la croissance et générer plus de 75% du chiffre d'affaires dans nos activités Digitales à horizon 2015
- **Nouvelle dénomination sociale, Solocal Group** pour affirmer la dynamique digitale du Groupe
- **Maintien des objectifs 2013** dans le bas de la fourchette compte tenu de la nouvelle détérioration du marché publicitaire

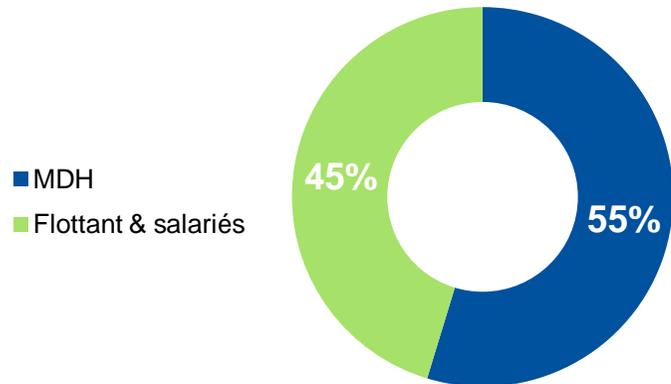
Refinancement et priorité au désendettement

- **Refinancement conclu** fin 2012 grâce à un accord quasi-unanime des prêteurs pour étendre la maturité de la dette à septembre 2015
- **Désendettement brut engagé**: 417 M€ remboursés en 2012 et 263 M€ à rembourser en avril 2015
- Confirmation de l'**engagement de suspendre la distribution de dividendes** jusqu'à ce que la dette atteigne un niveau inférieur à 3x la MBO¹
- **Modalités de désendettement à l'étude** par le Groupe et son Conseil d'administration

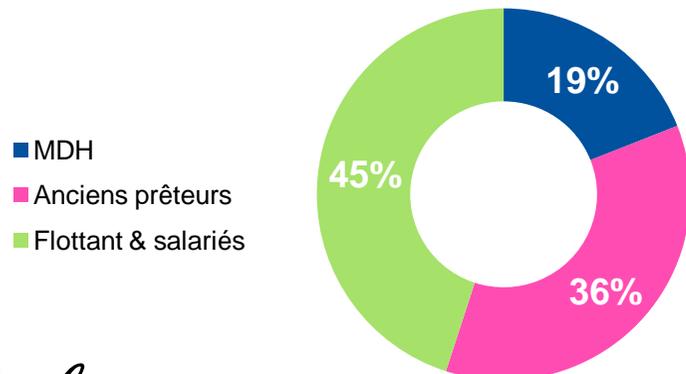
¹ MBO : marge brute opérationnelle

Evolution contrainte de l'actionnariat

Pré-restructuration de MDH



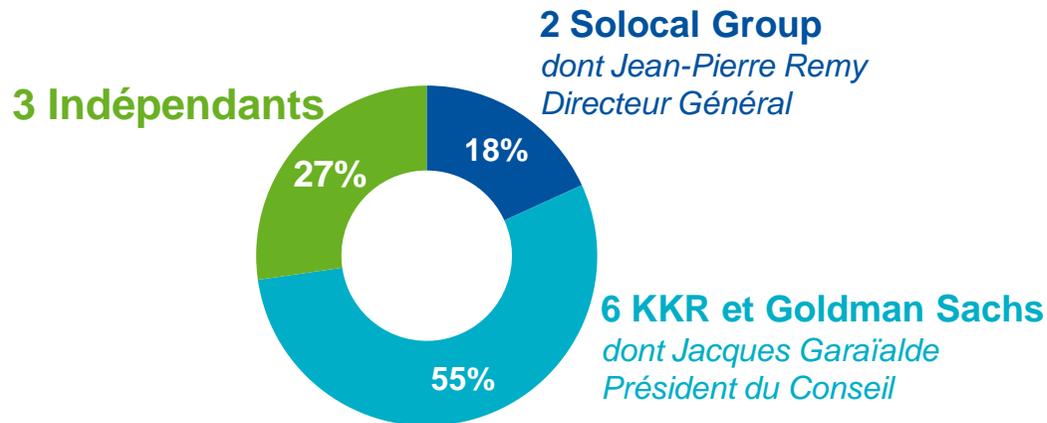
Post-restructuration de MDH



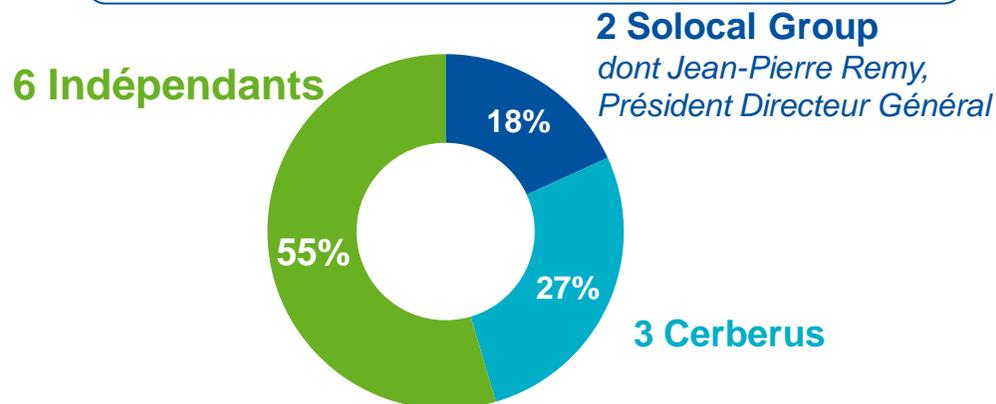
- **Accord de restructuration financière** annoncé par Médiannuaire Holding (« MDH ») le 12 décembre 2012 et finalisé le 27 mars 2013
- **Réduction de la participation de MDH de 55% à 19%** et prise de contrôle de MDH par Cerberus (à hauteur de 75%), KKR et Goldman Sachs devenant actionnaires minoritaires (cf. déclaration d'intention à l'AMF publiée le 8 avril 2013)
- **Anciens prêteurs de Médiannuaire devenus actionnaires de Solocal Group** suite à la Restructuration de MDH, à hauteur de 36%
- **Engagements de MDH et des anciens prêteurs de Médiannuaire de conserver leurs titres** pendant différentes périodes (cf. document de référence 2012 - §18.4 « Pactes d'actionnaires », page 119)

Un conseil conforme aux bonnes pratiques de gouvernance AFEP/MEDEF

Composition précédente



Composition approuvée par l'AG du 5 juin 2013



- **Réorganisation du Conseil d'administration** pour tenir compte des modifications dans la structure actionnariale
- **Respect des bonnes pratiques de gouvernance selon recommandations AFEP/MEDEF**
- **Doublement du nombre d'administrateurs indépendants (6 sur 11)** représentant plus de la moitié des membres du Conseil



UNE TRANSFORMATION DIGITALE REUSSIE



Solocal Group, leader en communication locale

Profil & chiffres clés 2012

1 Positions fortes sur le Digital

- 1,07 Md€ de CA et 464,5 M€ de MBO¹ (44%)
- Digital = 58% du CA, +8,3% croissance
- ~30% du marché français de la pub locale online
- Modèle résilient (souscription annuelle)

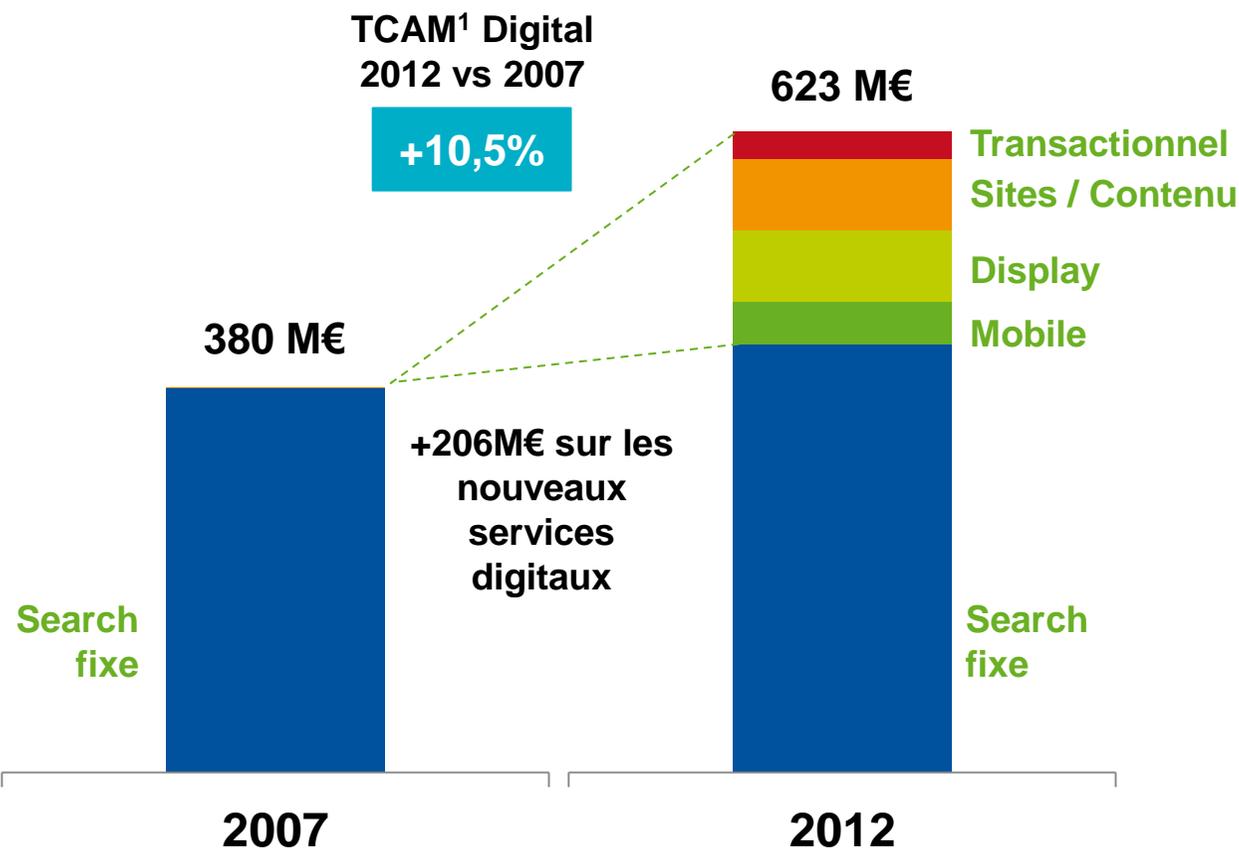
2 N°1 français de l'Internet local

- Couverture Top 10 Internet fixe et mobile
- N°1 sur le mobile local
- 650k annonceurs
- N°1 sur les contenus : +100k sites
- ~2 000 conseillers en communication locale en France

¹ MBO : marge brute opérationnelle

Croissance digitale accélérée par les nouveaux services

Nouveaux revenus digitaux créés 2007/2012



Croissance du Digital à 2 chiffres

- Nouveaux services plus spécialisés par segments de marché
- Expérience utilisateur enrichie
- RSI² accru pour les annonceurs

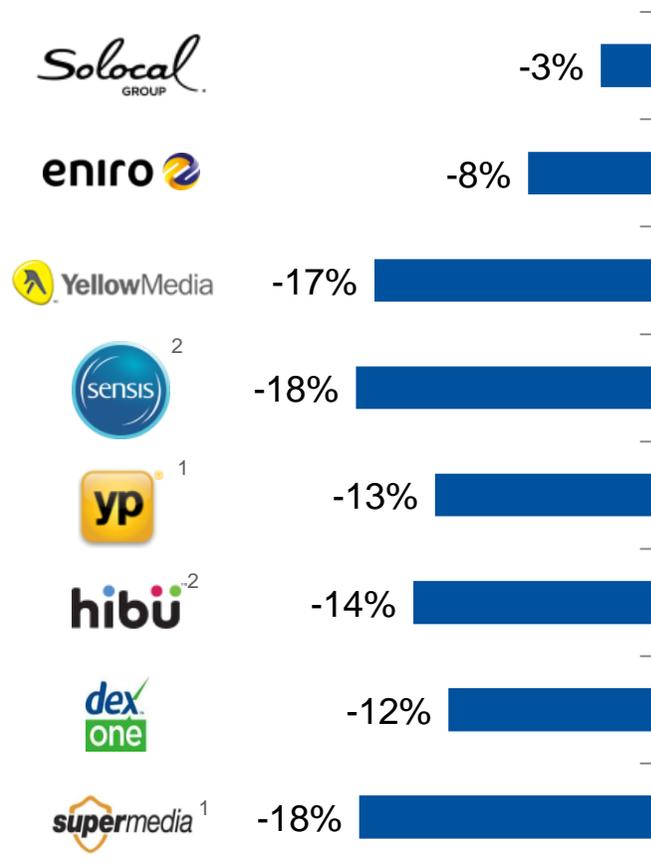
¹ Taux de Croissance Annuel Moyen

² Retour Sur Investissement

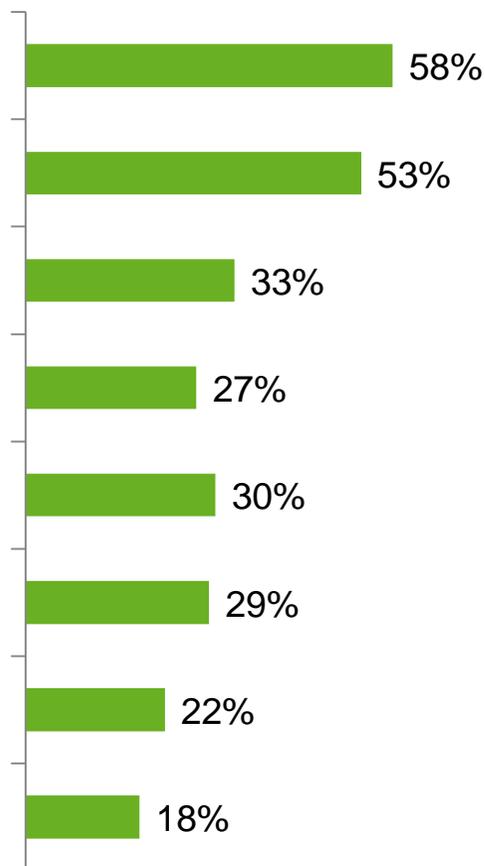
Une transformation vers le digital, unique dans le monde

Données 2012

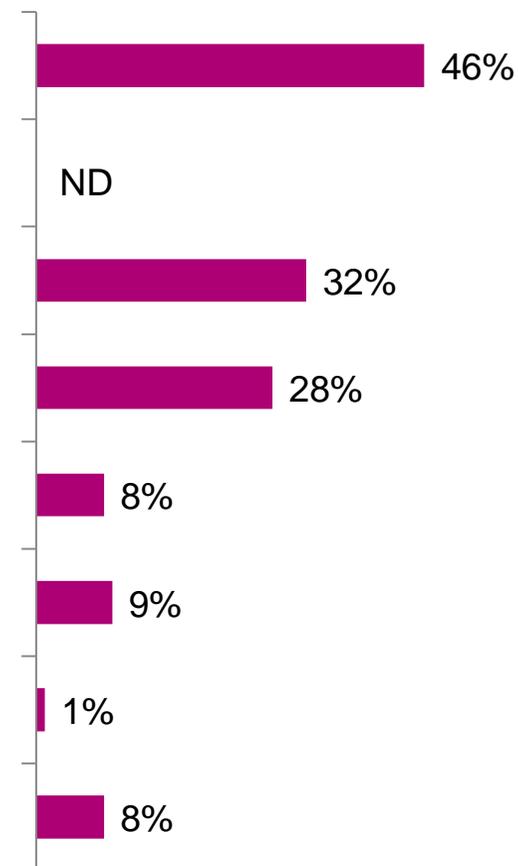
Evolution du CA



% Digital

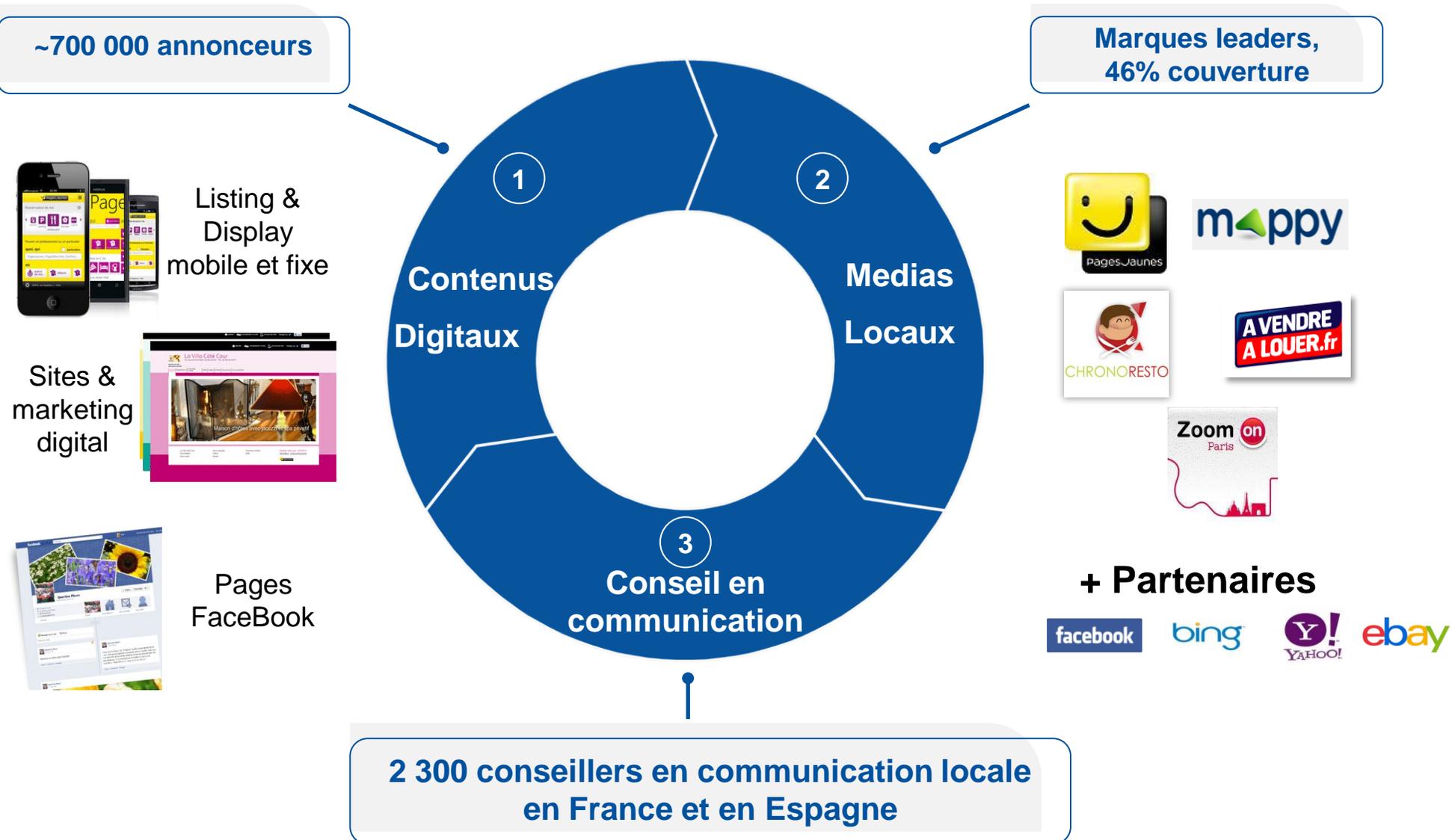


Taux de couverture Internet fixe



Sources : Rapports annuels, BIA Kelsey ¹Poids Internet 2011 ²Moyenne du taux de Couverture sur avril à décembre 2012

Une stratégie digitale bâtie sur les contenus, les medias et l'expertise en communication locale



Lancement du programme « DIGITAL 2015 » pour finaliser la transformation digitale

- **ACCÉLÉRER NOTRE CROISSANCE NUMERIQUE** en spécialisant nos offres, en nous focalisant sur les besoins de nos clients, marché par marché, et en développant de nouveaux services pour les accompagner dans leur marketing digital
- **RENFORCER L'EFFICIENCE DE NOS MÉDIAS, FIXES ET MOBILES,** en enrichissant l'expérience du consommateur et les bénéfices pour les clients annonceurs
- **S'AFFIRMER COMME UNE ENTREPRISE DIGITALE, AGILE,** en aidant nos équipes à développer leurs talents, en transformant nos systèmes d'information, en faisant évoluer notre organisation et notre culture
- **MOBILISER ET ACCOMPAGNER TOUTES LES EQUIPES SUR LA TRANSFORMATION,** pour faciliter notre développement, en France et à l'international.

Organisation autour de 5 verticales



Media & marques



Indicateurs clés de performance

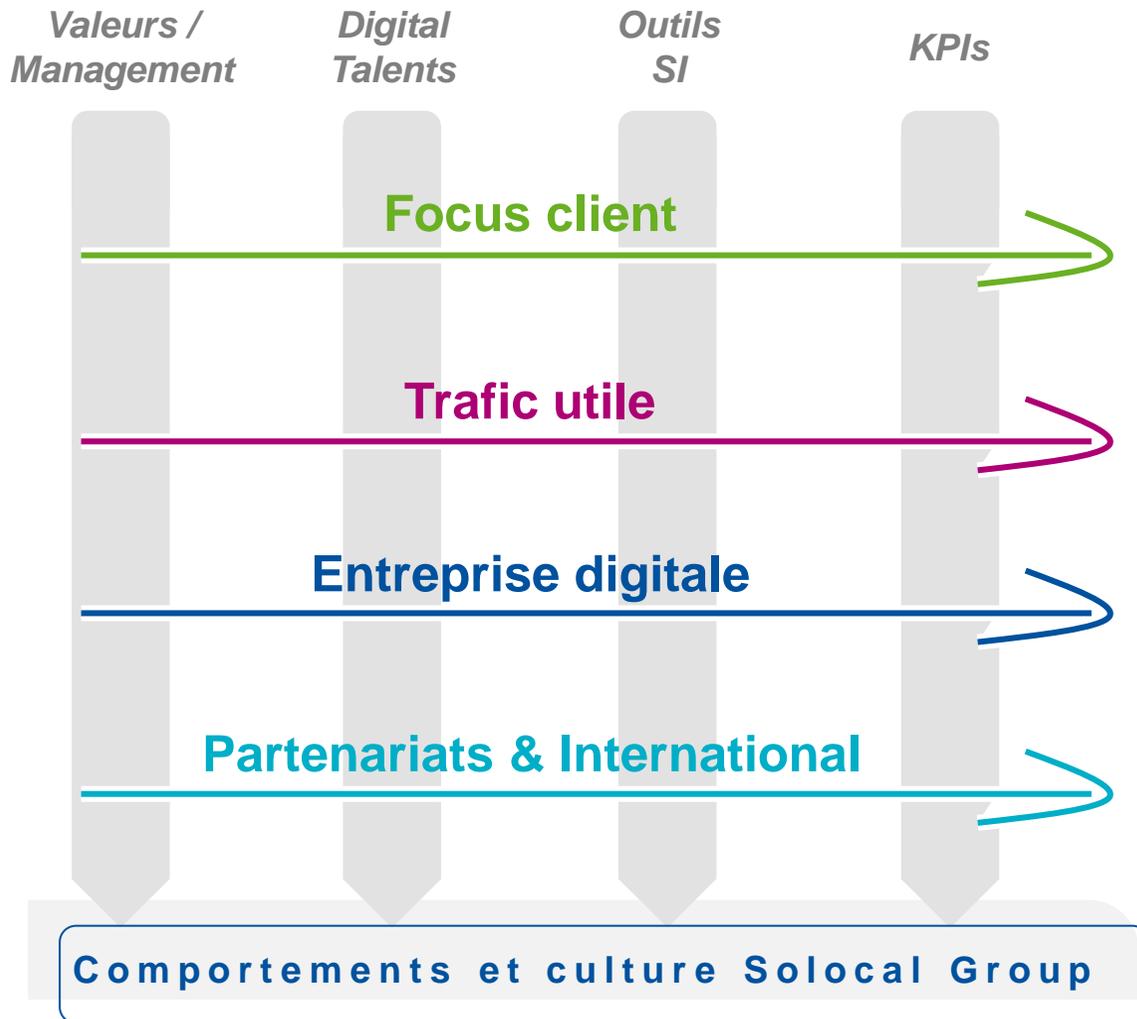
<ul style="list-style-type: none"> ● ~210m CA ● 215k clients ● 32m rech / mois 	<ul style="list-style-type: none"> ● ~230m CA ● 115k clients ● 20m rech / mois 	<ul style="list-style-type: none"> ● ~330m CA ● 180k clients ● 11m rech / mois 	<ul style="list-style-type: none"> ● ~165m CA ● 80k clients ● 13m rech / mois 	<ul style="list-style-type: none"> ● ~65m CA ● 60k clients ● 32m rech / mois
---	---	---	--	---

Acteurs clés
(France & International)



¹ professionnels à professionnels

« Digital 2015 » : forte mobilisation et 50 projets



Mobilisation de toutes les équipes sur 50 projets de croissance online

■ Client

- Spécialisation commercial et marketing en 5 verticales
- Efficacité des outils de vente
- Gestion de la relation client

■ Trafic

- Nouveau Search PagesJaunes / verticales
- Services transactionnels
- Web-2-store / produits et bons plans

■ Digitalisation business (facturation, production)

■ Nouveaux systèmes d'information

■ Ressources Humaines (valeurs, talents, conduite du changement)



S1 2013
FAITS MARQUANTS ET RÉSULTATS



Faits marquants du 1^{er} semestre 2013

Accélération conjoncturelle de la décroissance du chiffre d'affaires

- Décroissance du chiffre d'affaires de 4,7% au S1 2013 dans un marché publicitaire fortement dégradé¹
- Annuaire Imprimés en décroissance de 14,3% au S1 2013
- Faible croissance online de +2,4% particulièrement impactée par le fort ralentissement du display

Actions engagées pour soutenir la croissance du chiffre d'affaires online

- Lancement de nouvelles offres (référencement, deals, display local, Web-2-store, sites web)
- Renforcement de la communication sur le RSI de nos solutions (300k clients sur le Business Center)
- Renforcement des actions et des équipes de conquête commerciale chez PagesJaunes et Mappy

Accélération de la croissance des audiences online

- Online fixe et mobile : +8% de visites² à fin T2
- Mobile et tablettes : +58% de visites² à fin T2, représentant 23% des audiences totales
- Mobile : + de 26 millions d'applications téléchargées, en croissance de +50% depuis un an

Nouvelles initiatives stratégiques

- Accélération du développement de Mappy sur le shopping online et début de la commercialisation de l'offre Web-2-store « Vitrine digitale » pour les commerces et enseignes sur Bordeaux et Paris
- Lancement du partenariat avec eBay pour développer l'offre e-commerce
- Zoom On, 1^{er} media social local en France dépasse 1 million de fans sur Facebook
- Digital 2015 : très forte motivation des équipes et respect du calendrier de mise en œuvre

Chiffres d'affaires Groupe -4,7% dans un contexte économique et publicitaire détérioré

Chiffre d'affaires Groupe de 500,3 M€ au S1 2013 en baisse de -4,7%

- Marché publicitaire détérioré¹,
- Décroissance de -4,3% hors Editus
- Annuaire imprimés : 35% du CA (39% au T2), décroissance de -14,3%
- Internet : 63% du CA, faible croissance de +2,4%



Taux de MBO Groupe : 43,1% au S1 2013 versus 44,2% au S1 2012

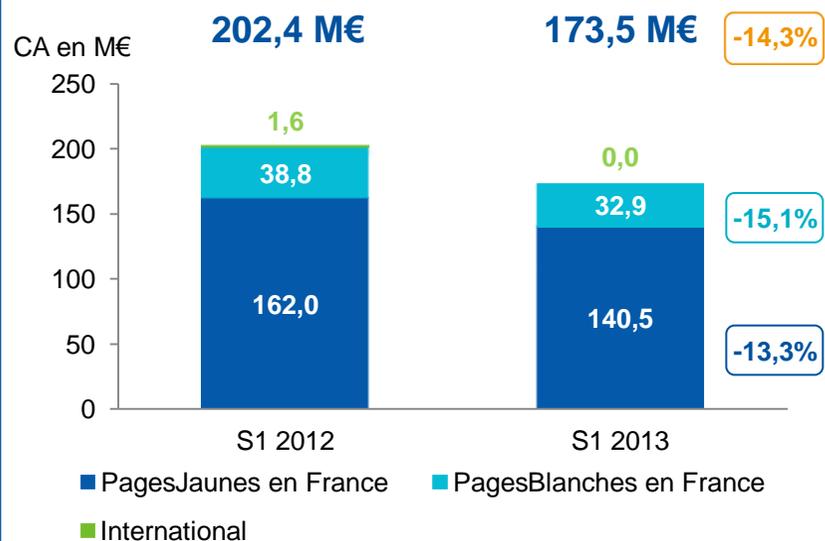
- impacté plus particulièrement par l'absence de produits non-récurrents² mais aussi par la forte dégradation de l'activité Display qui ont pénalisé la marge Internet

¹ Marché Pub France estimé pour l'exercice 2013 par Warc à -2,0% (en Juin 2013 v.s +1,3% estimés en Nov. 2012) et par ZenithOptimedia à -2,5% (en Juin 2013 vs. -1,4% estimés en Déc. 2012)

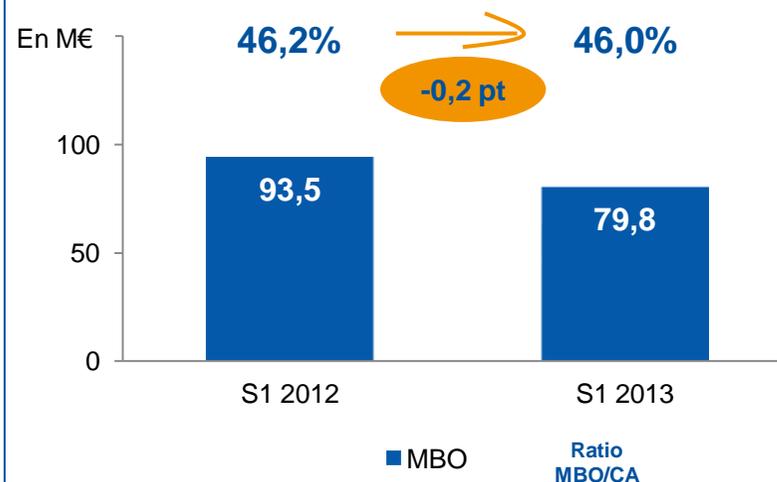
² Tels que le produit du CIR (Crédit Impôt Recherche) 2008 et 2009 comptabilisé en 2012

Evolution de l'activité Annuaire imprimés

Décroissance maîtrisée du chiffre d'affaires



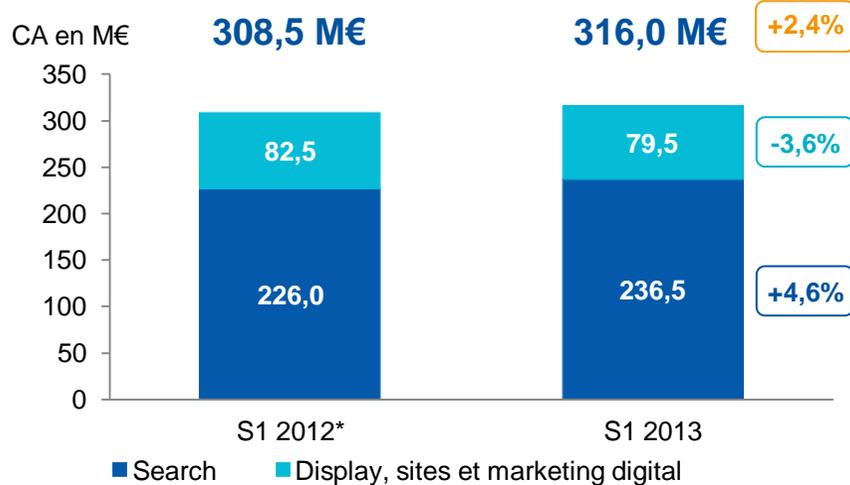
Bonne résistance du taux de marge



CA Annuaire imprimés en diminution de -14,3%
Baisse du taux de MBO limitée à -0,2 pt sur le S1 2013

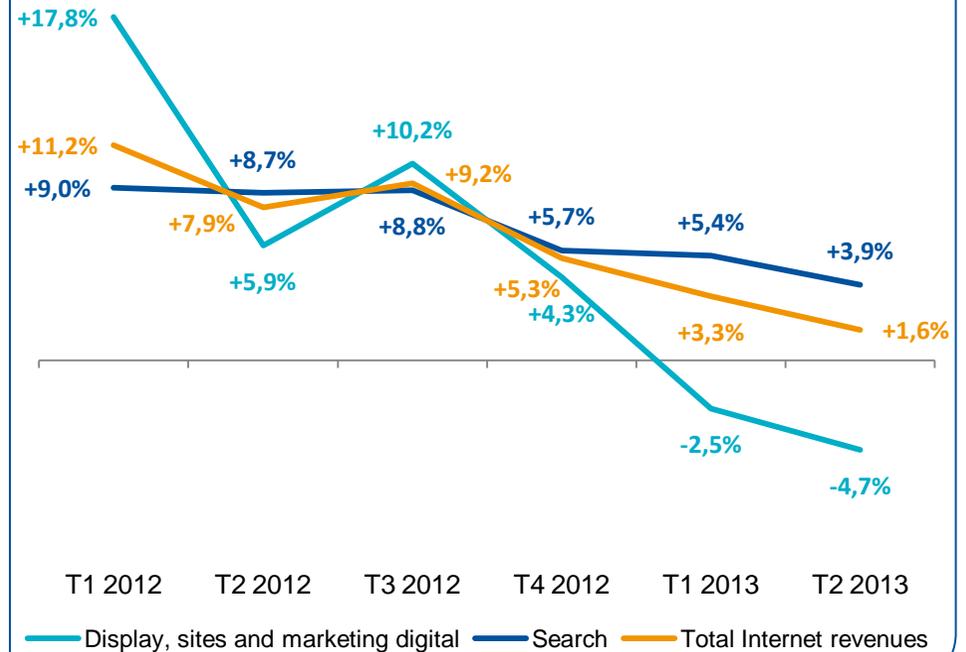
Evolution de l'activité Internet

Faible croissance Internet principalement impactée par le Display



* Décomposition S1 2012 révisée suite à un reclassement entre Search et Display

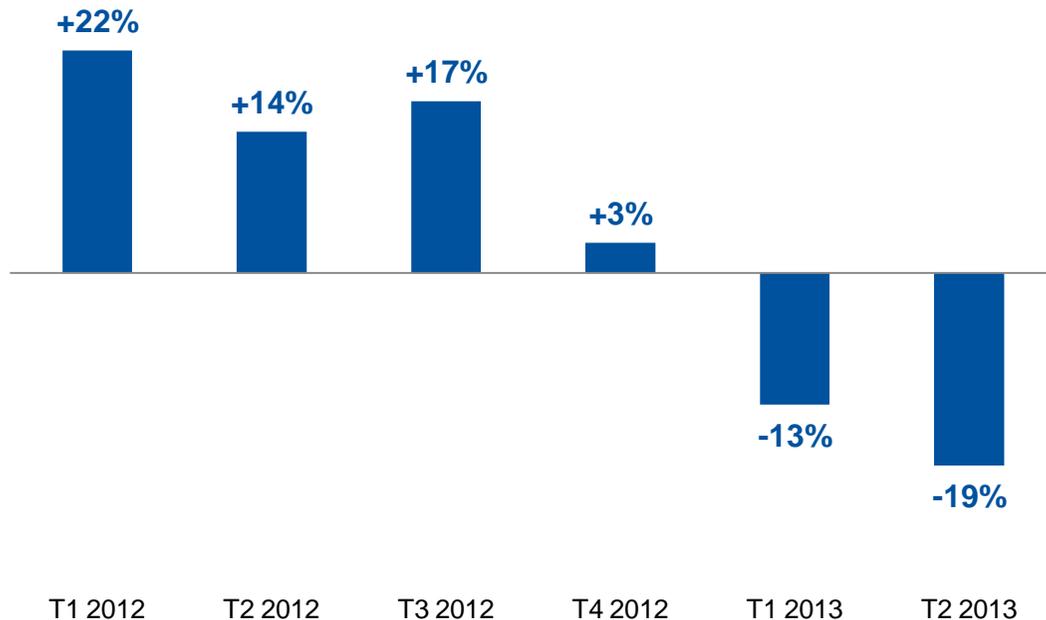
Fort ralentissement du display



**CA Internet à 63,2% du CA Groupe
en progression de +2,4% sur le S1 2013**

Forte baisse du Display

Très forte dégradation de la croissance du CA Display



Forte dégradation de l'activité jusqu'à fin mai 2013

- Très forte sensibilité à la macroéconomie
- Substitution par des offres concurrentes (TV, search à la performance) et faible présence sur la vidéo
- Faiblesse de l'activité avec les agences media

Poursuite des investissements renforçant notre activité à court et moyen terme

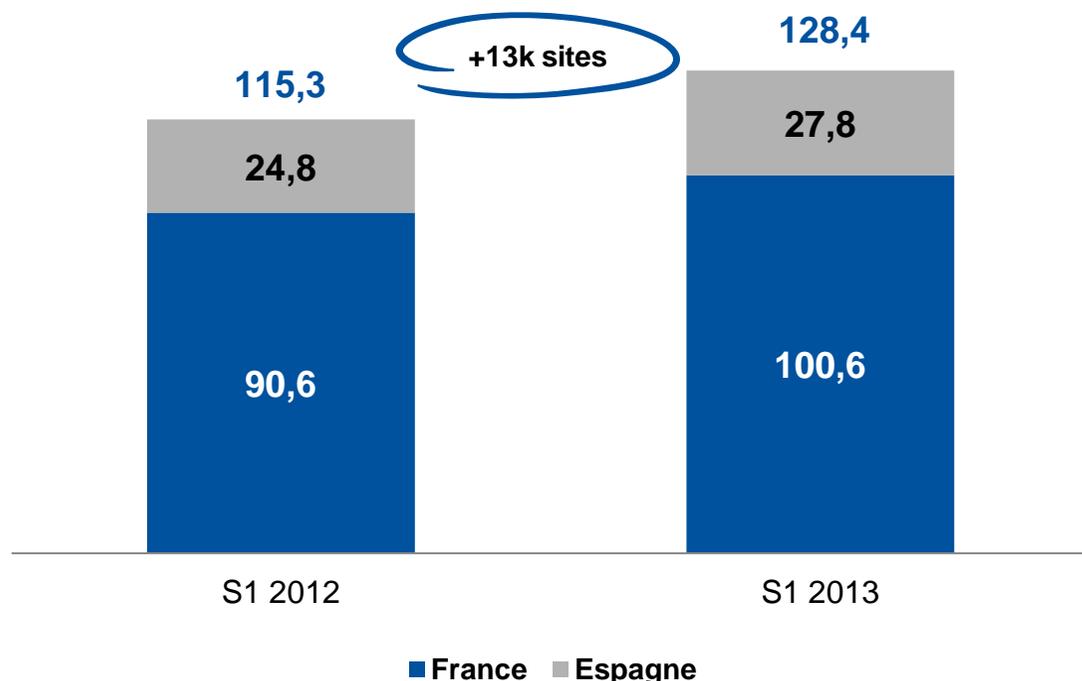
- Maintien du CPM premium de PJ / Mappy
- Croissance de l'AdExchange Solocal
- Force de la « data locale » unique à Solocal

Nouvelle organisation

- Solocal Network

Croissance des sites web et du marketing digital

Parc de sites gérés* par Solocal Group (en milliers)



Source : Solocal Group (Périmètre France : PagesJaunes uniquement)

* Sites gérés : sites vendus – sites non renouvelés depuis plus d'un an

Sites web

- **Responsive web design** pour l'ensemble des sites (fixe, mobile, tablette)
- **Verticalisation des sites**
 - *Look and Feel* adaptable par secteurs d'activité
 - Introduction de fonctionnalités transactionnelles (ie. RDV, e-commerce, réservation,...)
- **Communication B2B**
- **Accord avec eBay** pour lancer l'offre e-commerce

Marketing digital

- **ClicRDV** : + de 22 millions de RDV en ligne par + de 1,8 millions d'utilisateurs depuis la création
- **Solocal Network** : signature de nouveaux contrats avec des marques mondiales (luxe, retail, réseaux notamment)

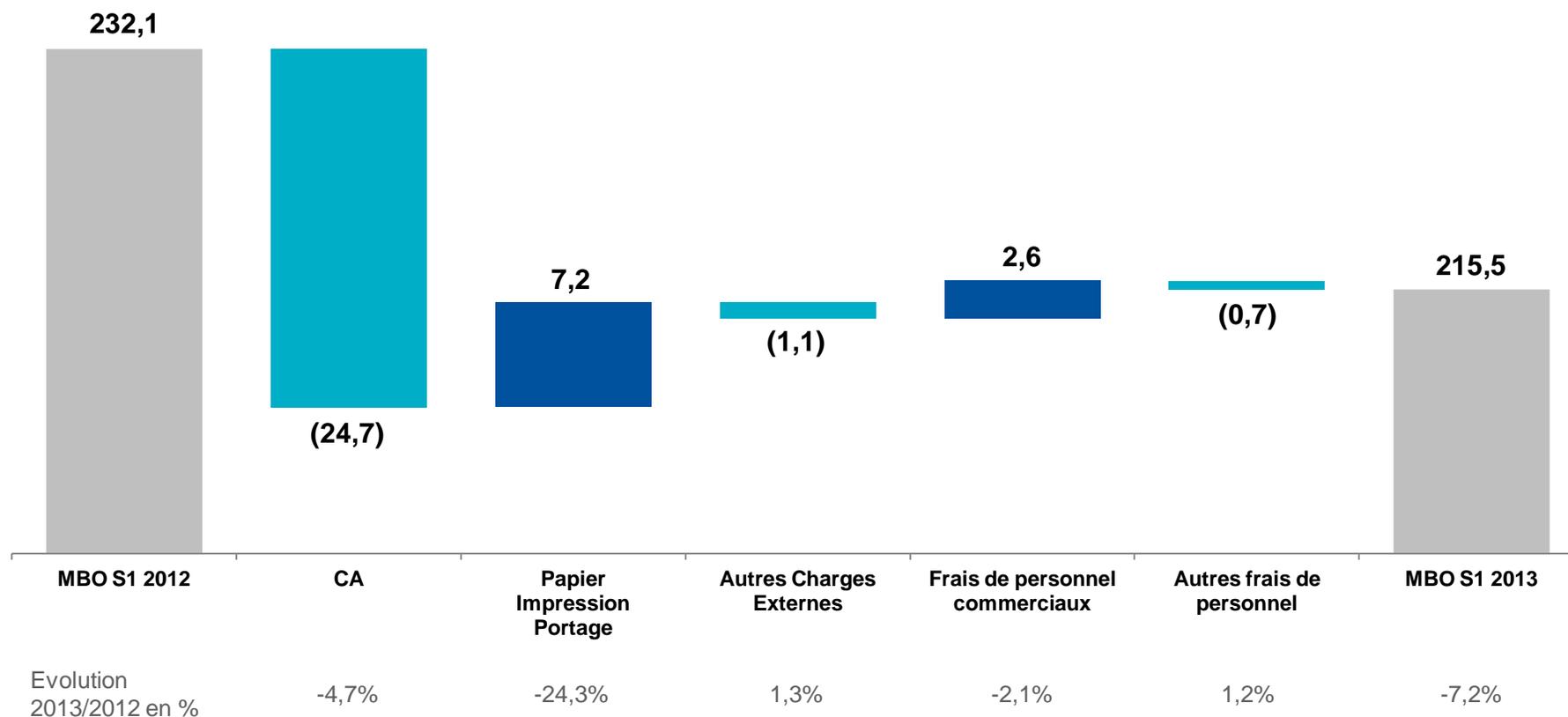
MBO de 215,5 M€ soit 43,1% du chiffre d'affaires Groupe

Marge brute opérationnelle par segment

En millions d'euros	S1 2013	S1 2012	Variation
Marge brute opérationnelle Groupe	215,5	232,1	-7,2%
<i>en % du CA Groupe</i>	43,1%	44,2%	-110 bps
Internet	132,7	134,1	-1,0%
<i>en % du CA Internet</i>	42,0%	43,5%	-150 bps
Annuaire imprimés	79,8	93,5	-14,7%
<i>en % du CA Annuaire imprimés</i>	46,0%	46,2%	-20 bps
Autres activités	3,1	4,6	-32,6%
<i>en % du CA Autres activités</i>	29,0%	32,6%	na

MBO en retrait de -7,2%

Evolution de la Marge brute opérationnelle (MBO) consolidée (M€)



Taux de MBO normalisée stable au S1 2013

	S1 2013	S1 2012	Variation
Marge brute opérationnelle publiée (M€)	215,5	232,1	-7,2%
- Non-activation de la rémunération fixe de la force de vente		-3,0	
- Crédit Impôt Recherche 2008 et 2009 comptabilisé en 2012		-2,2	
Marge brute opérationnelle normalisée (M€)	215,5	226,9	-5,0%
Taux de MBO normalisée	43,1%	43,2%	-10 bps

Stabilité du résultat financier, progression des amortissements

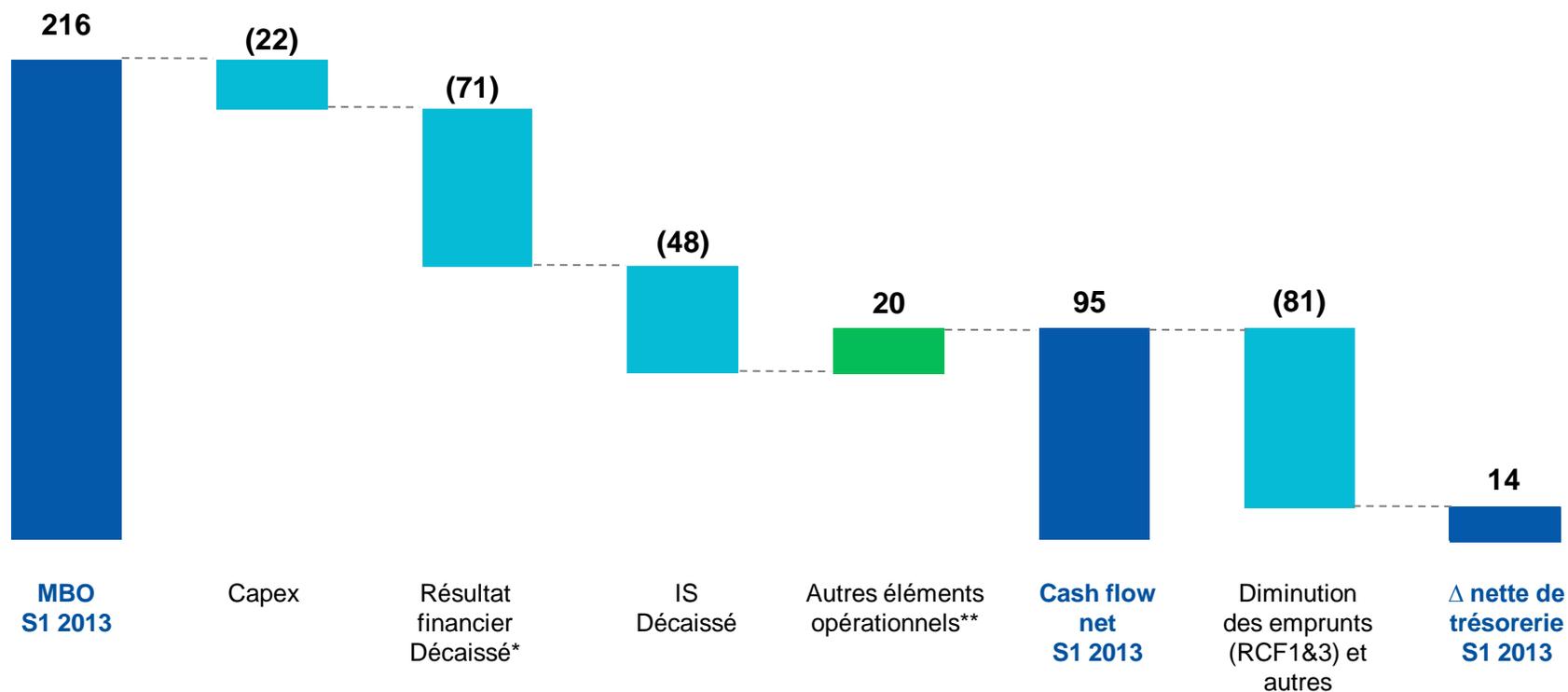
Evolution du taux d'impôt impactée par les hausses de fin 2012

De la marge brute opérationnelle au résultat net consolidé

En millions d'euros	S1 2013	S1 2012	Variation
Marge brute opérationnelle	215,5	232,1	-7,2%
<i>Participation des salariés</i>	(7,0)	(6,8)	-2,9%
<i>Dotations aux amortissements</i>	(20,0)	(17,0)	-17,6%
<i>Autres produits et charges d'exploitation</i>	(3,5)	(0,6)	na
Résultat d'exploitation	184,9	207,8	-11,0%
Résultat financier net	(66,8)	(65,1)	-2,6%
<i>Quote-part de résultat des entreprises associées</i>	(0,1)	(0,4)	na
Résultat avant impôt	118,0	142,3	-17,1%
<i>Impôt sur les sociétés</i>	(47,4)	(55,2)	+14,1%
<i>Taux d'imposition</i>	40,1%	38,7%	
Résultat net	70,6	87,1	-18,9%

Cash flow net : 95 M€ au 1^{er} semestre 2013

Flux de trésorerie au 30 juin 2013 (en M€)

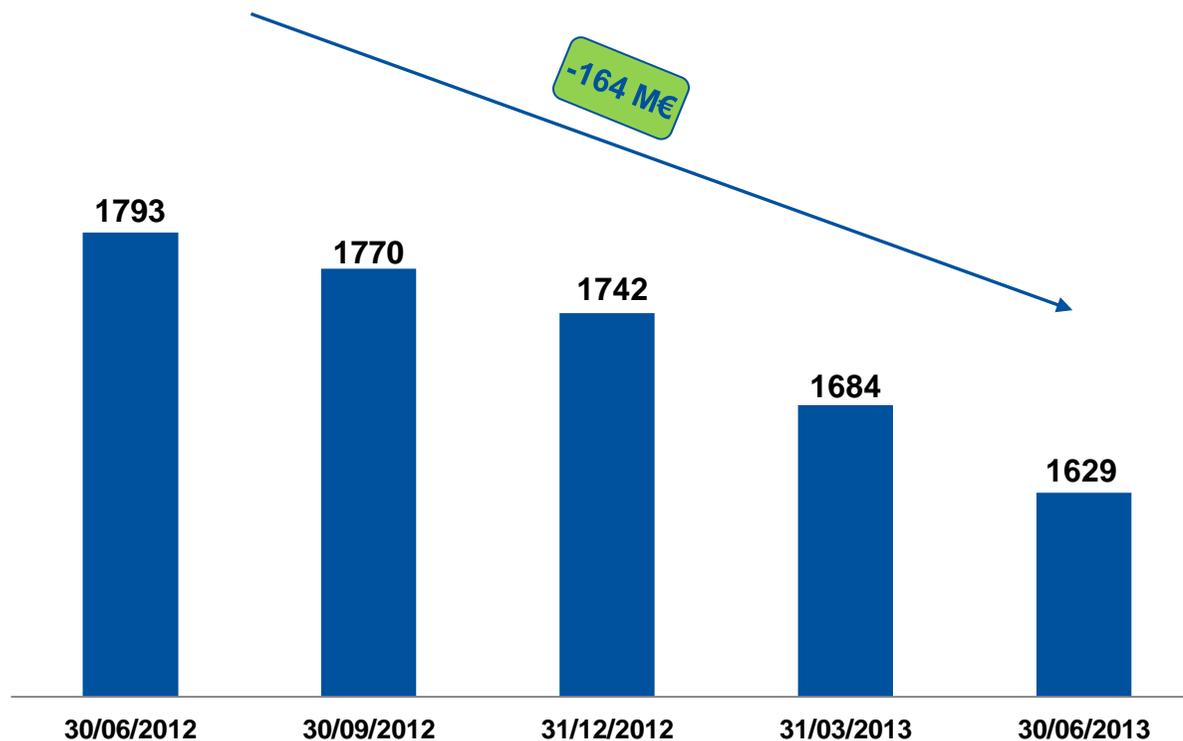


*Dont 10 M€ sur les intérêts au titre de 2012

**Dont principalement variation du besoin en fonds de roulement et participation des salariés

Poursuite de la réduction du niveau d'endettement net

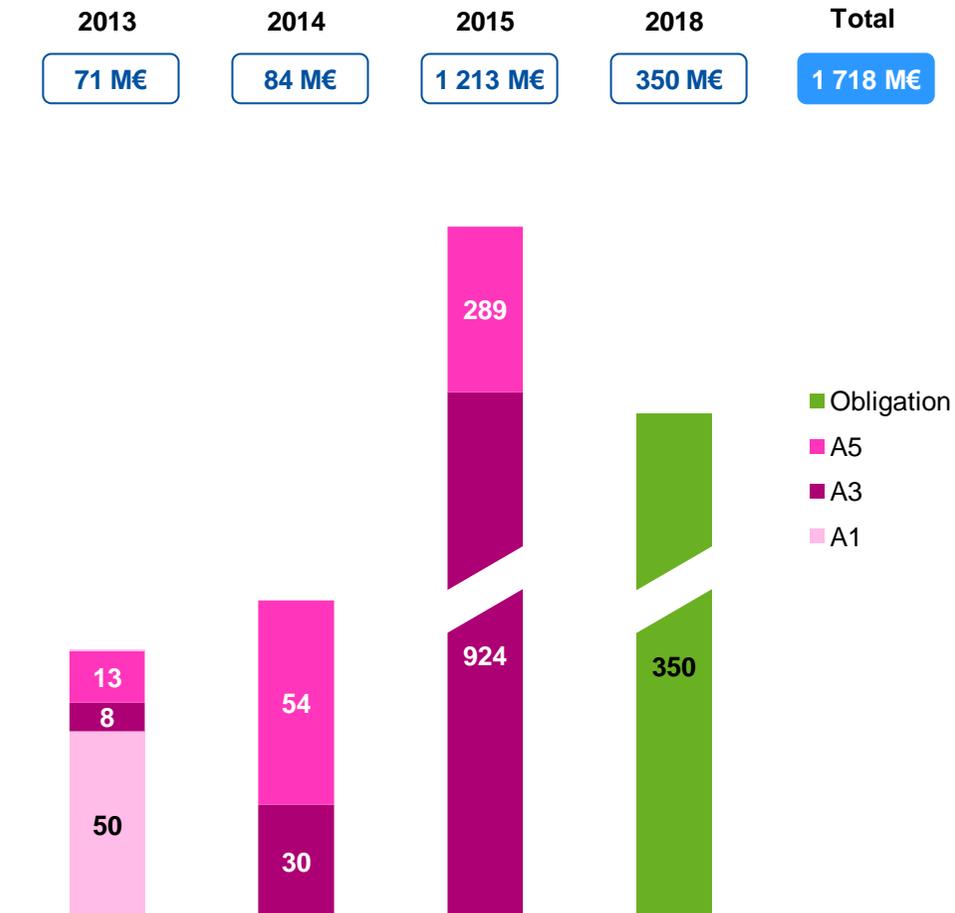
Endettement net* (en M€)



Structure financière et profil de la maturité de la dette au 30 juin 2013

	Taille (M€)	Marge (pb) / Taux (%)
Tranche A1	49,6	175
Tranche A3	962,0	400
Tranche A5	356,4	360
RCF 1*	-	175
RCF 3*	-	360
Total dette bancaire	1 368,0	381**
Obligation	350,0	8,875%
Dettes bancaire et obligataire	1 718,0	6,91%***
Autres dettes	16,3	
Total dette brute	1 734,3	
Trésorerie nette	105,9	
Total dette nette	1 628,5	

* Au 30/06/2013, 95,8 M€ disponibles au titre des lignes de crédit revolving non tirées (20 M€ disponibles au 31/12/2012) ** Marge moyenne pondérée *** Coût moyen pondéré de la dette bancaire et de l'emprunt obligataire.

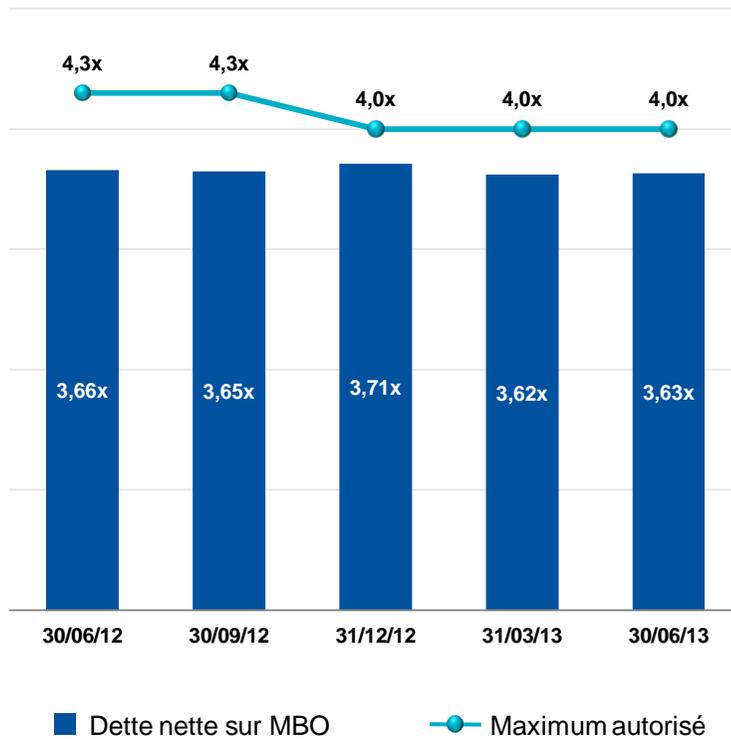


Dette brute correspondant aux dettes bancaire et obligataire hors RCF disponible non tiré et excess cashflow. RCF non tiré : 96 M€ au 30/06/2013, 71 M€ au 31/12/2013 et 60 M€ au 31/12/2014

Respect des covenants

Levier financier*

9%



Couverture financière

25%



* Covenant 3,75x au 31 décembre 2013

Guidance 2013

Le Groupe maintient ses objectifs 2013 dans le bas de la fourchette compte tenu de la nouvelle détérioration du marché publicitaire :

- Décroissance du **CHIFFRE D’AFFAIRES ENTRE -5% ET -3%**

- **MBO 2013 COMPRISE ENTRE 425 M€ ET 445 M€**

- Confirmation de la priorité à la **RÉDUCTION DU NIVEAU D’ENDETTEMENT**



QUESTIONS & RÉPONSES





GLOSSAIRE



Glossaire - P&L opérationnel

Chiffre d'affaires Internet Groupe :

- Somme des revenus internet de PagesJaunes (pagesjaunes.fr, annoncesjaunes.fr, pagespro.com, sites web et internet mobile), et des revenus internet de l'ensemble des autres filiales du groupe

Charges externes nettes :

- Incluent les achats externes : essentiellement les coûts éditoriaux (achat de papier, impression et distribution des annuaires imprimés), les coûts liés aux bases de données, les charges du système d'information, les charges de communication et de marketing, ainsi que les charges de structure. Par exemple : coûts de fabrication des sites internet (lancement du pack visibilité internet), coûts du système d'information en lien avec de nouveaux développements, liés aux services pour les annonceurs ou de nouvelles fonctionnalités du site pagesjaunes.fr
- Et comprennent également les autres produits et charges opérationnels : principalement composés des impôts et taxes, de certaines provisions pour risques, et des provisions pour risques clients

Salaires et charges sociales :

- Excluent la participation des salariés et des charges de rémunération en actions

Marge brute opérationnelle (MBO) :

- Chiffre d'affaires diminué des achats externes, des charges opérationnelles (nettes des produits opérationnels) et des salaires et charges. Les salaires et charges présentés dans la marge brute opérationnelle ne tiennent pas compte de la participation des salariés et des charges de rémunération en actions

Glossaire – Structure Financière

Endettement financier net :

- Total de l'endettement financier brut, diminué et/ou augmenté de la juste valeur des instruments dérivés actifs et/ou passifs de couverture de flux de trésorerie, et diminué de la trésorerie et équivalents de trésorerie

Ratio Dette Nette sur MBO :

- Telles que définies dans le contrat passé avec les établissements financiers, soit un agrégat proche de la dette nette consolidée hors juste valeur des instruments dérivés et hors frais d'émission d'emprunts, et un agrégat proche de la MBO consolidée

Ratio MBO sur charge financière nette :

- Tels que définies dans le contrat passé avec les établissements financiers, soit un agrégat proche de la MBO consolidée, et un agrégat proche de la charge financière nette consolidée hors amortissement des frais d'émission d'emprunts et hors variations de juste valeur des instruments dérivés constatées au compte de résultat

Coût moyen de la dette totale :

- Coût moyen pondéré de la dette bancaire et de l'emprunt obligataire