

#S1 2017

27 juillet 2017

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 28 avril 2017 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.

Toutes les données comptables sur une base annuelle sont présentées sous forme d'informations consolidées auditées mais toutes les données comptables sur une base trimestrielle ou semestrielle sont présentées sous forme d'informations consolidées non auditées.

Les indicateurs d'activité fournis dans cette présentation concernent les activités poursuivies.

Tous les indicateurs et données de nature financière sont publiés en détail dans le rapport des Comptes consolidés au 31 décembre 2016, disponible sur www.solocalgroup.com (espace Finance).

Sommaire



S1 2017 : Business Update



S1 2017 : Performance financière



Perspectives 2017

S1 2017 :
Business Update

Christophe Pingard
Directeur Général Délégué

S1 2017 : croissance du CA Internet, bonne performance du Marketing Digital, mais dégradation de la marge

- ◆ **CA Internet de 323M€**, en légère hausse de 1%¹, la croissance soutenue du Marketing digital étant partiellement compensée par la baisse temporaire du Search Local.
 - **Audience** : +4%¹ de visites, dont +17%¹ sur le mobile, une croissance continue de l'audience
 - **ARPA² Search Local** : +1%¹, ralentissement lié à la fin de l'effet de revalorisation de l'offre et à l'impact de la restructuration financière sur l'activité commerciale au T4 2016
 - **Parc clients** : -5%¹, en légère amélioration, reflétant les premiers effets de la rétention
 - **CA Marketing Digital** : +13%¹, accélération du Marketing Digital avec de beaux succès sur les offres Booster contact et Site privilège.
- ◆ **EBITDA³ de 91M€ au S1 2017**, en retrait de 18% vs S1 2016, **le taux de marge EBITDA⁴ / CA s'élevant à 24%** au S1 2017, en baisse de 4 points vs S1 2016, principalement en raison de la réduction de la contribution des activités Imprimés & Vocal et de la baisse du chiffre d'affaires Search Local.
- ◆ **Cash flow net** -46M€, soit -14M€ hors intérêts au titre de 2016 liés à la dette avant restructuration, en baisse de 48M€, reflétant une hausse de l'impôt décaissé, la baisse de l'EBITDA et une dégradation temporairement plus forte du besoin en fonds de roulement liée à l'évolution du mix produits.

¹S1 2017 vs S1 2016 ² Average Revenue Per Advertiser (revenue moyen par annonceur) ³ EBITDA récurrent total (Internet + Imprimés & Vocal) ⁴ taux de marge EBITDA récurrent / chiffre d'affaires consolidé, hors éléments exceptionnels

Activité Internet au S1 2017

En millions d'euros

	S1 2016	S1 2017	Variation
CA Internet	322	323	+1%
CA Search Local	243	235	-3%
◆ Nb de visites (en millions)	1 206	1 256	+4%
◆ ARPA ¹ (en €)	485	492	+1%
◆ Nb de clients (en milliers)	501	477	-5%
CA Marketing Digital	78	88	+13%
◆ Taux de pénétration	23%	24%	+1pt

¹ Average Revenue Per Advertiser (revenu moyen par annonceur)

Faits marquants Search Local

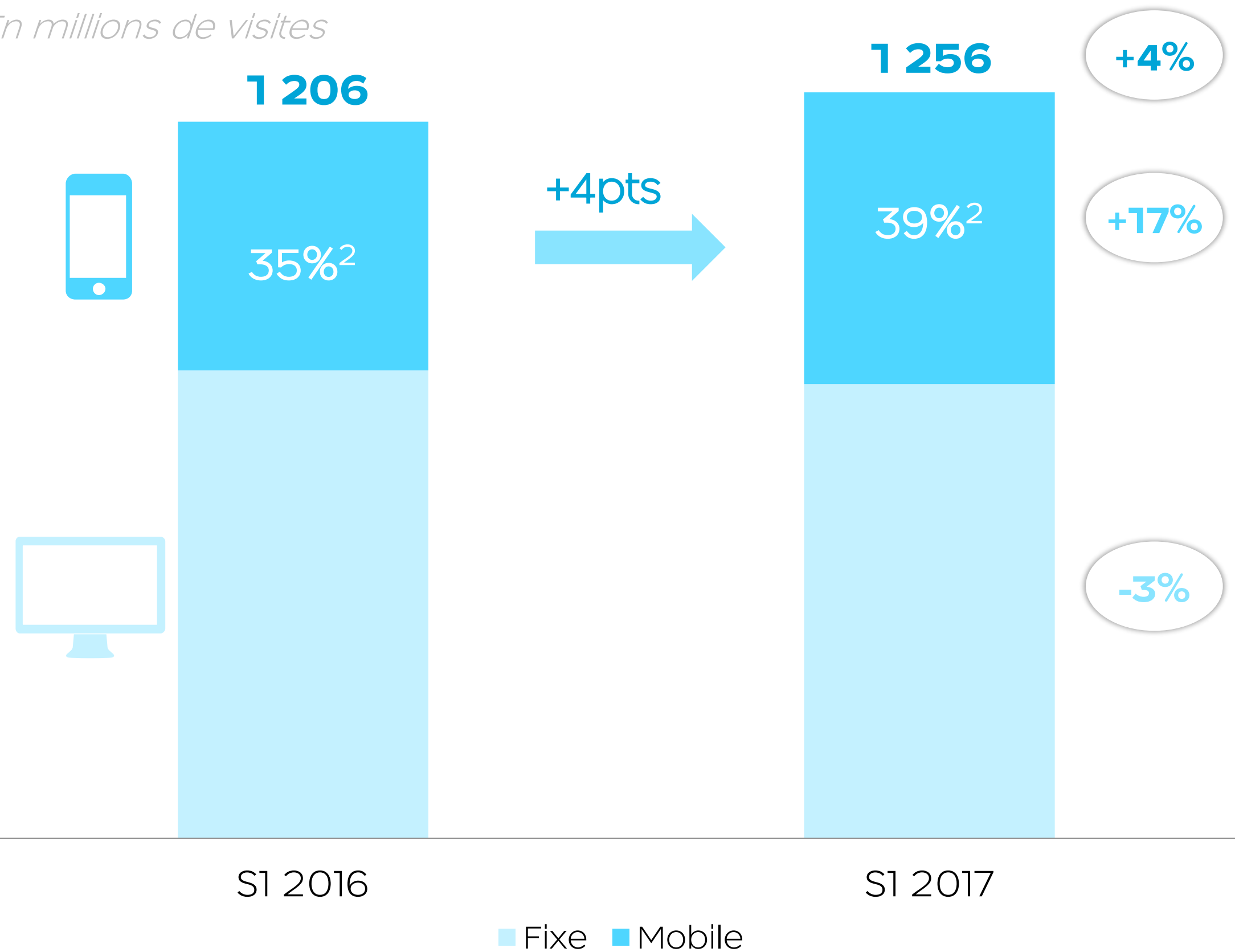


¹ Classement moyen des groupes Internet en France (fixe + mobile) sur la période janvier à mai 2017 (source : Médiamétrie) ² Reach (taux de couverture d'un site Internet) est défini comme le nombre de visiteurs uniques d'un site, exprimé sous la forme d'un pourcentage de la population de référence pour la période concernée ³ Croissance de l'audience mobile de SoLocal Group au S1 2017 vs S1 2016

Une croissance continue des audiences au S1 2017

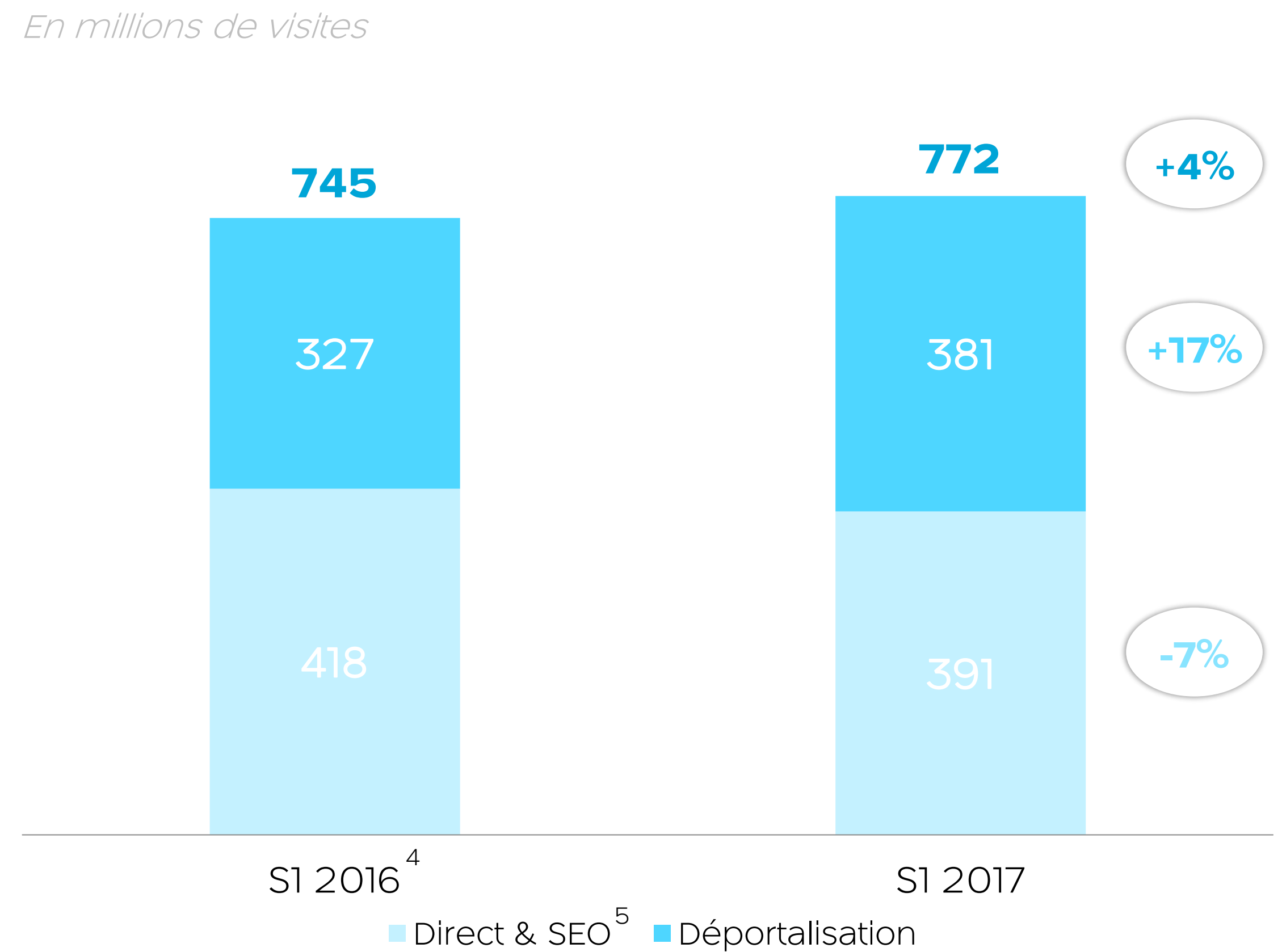
Audiences SoLocal Group¹

En millions de visites



Visites PagesJaunes vers les professionnels³

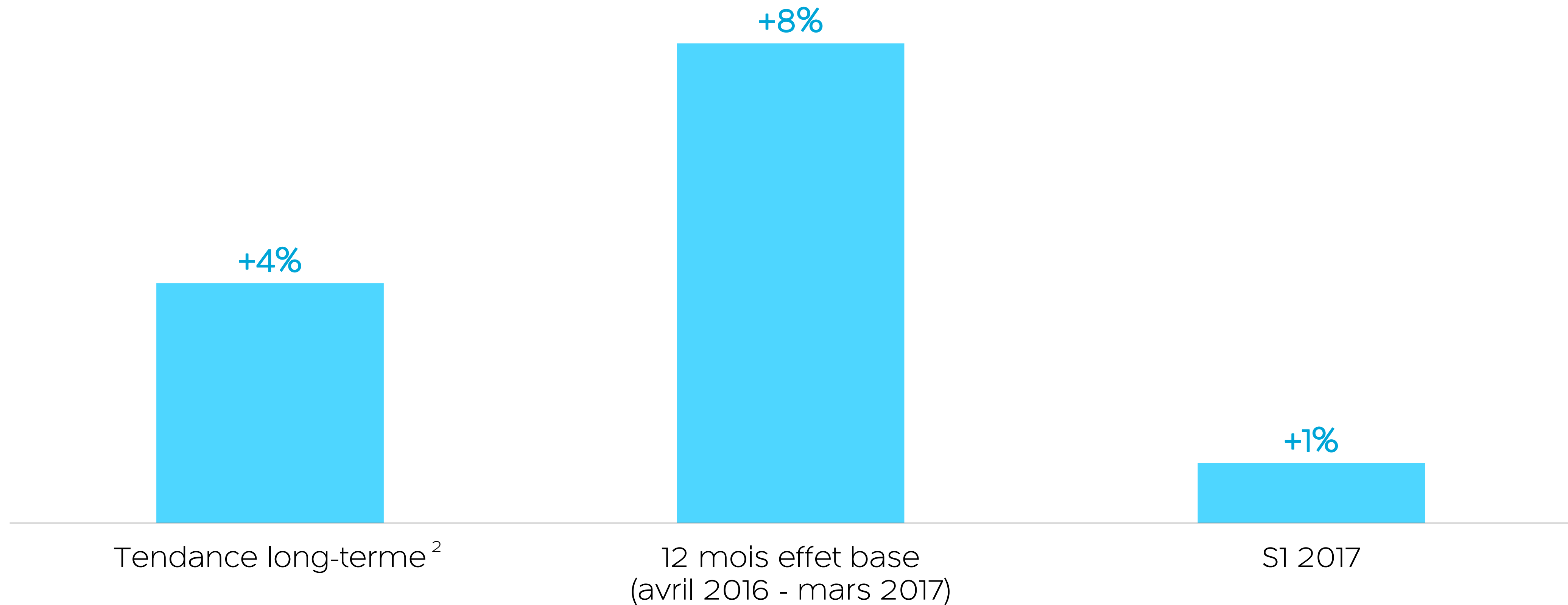
En millions de visites



¹ Sources : AT Internet et SoLocal Group ² Chiffres retraités avec le reclassement de l'audience tablette dans l'audience fixe ³ Source interne : PagesJaunes uniquement, hors PagesBlanches
⁴ Chiffres retraités du reel fin 2016 ⁵ Search Engine Optimisation

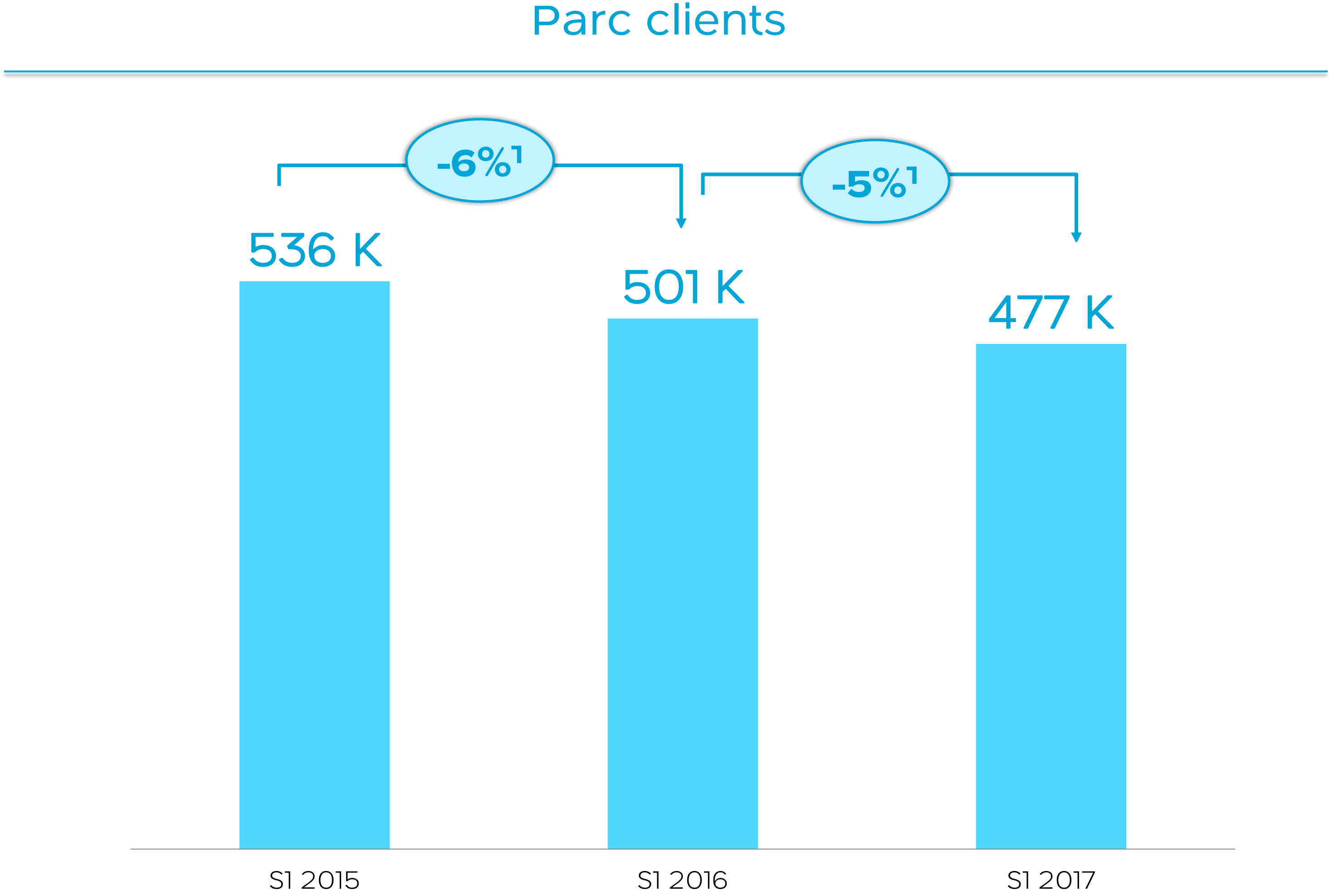
ARPA Search Local, un ralentissement de la croissance lié à la fin de l'effet de revalorisation de l'offre et à l'impact de la restructuration financière au T4 2016

ARPA Search Local¹



¹ Évolution d'une année sur l'autre ² CAGR (Compound Annual Growth Rate): 2011-2014

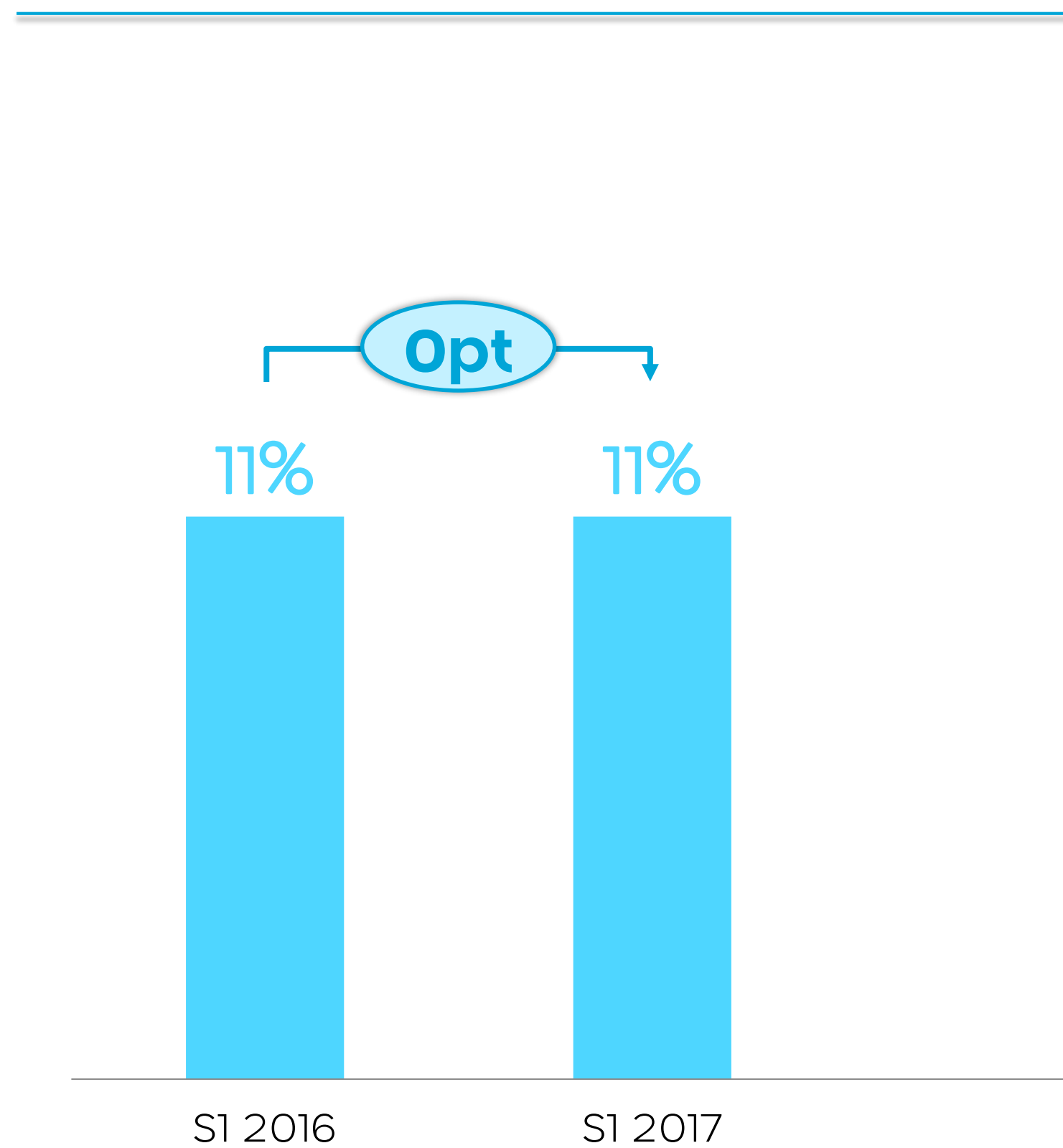
Moindre décroissance du parc clients...



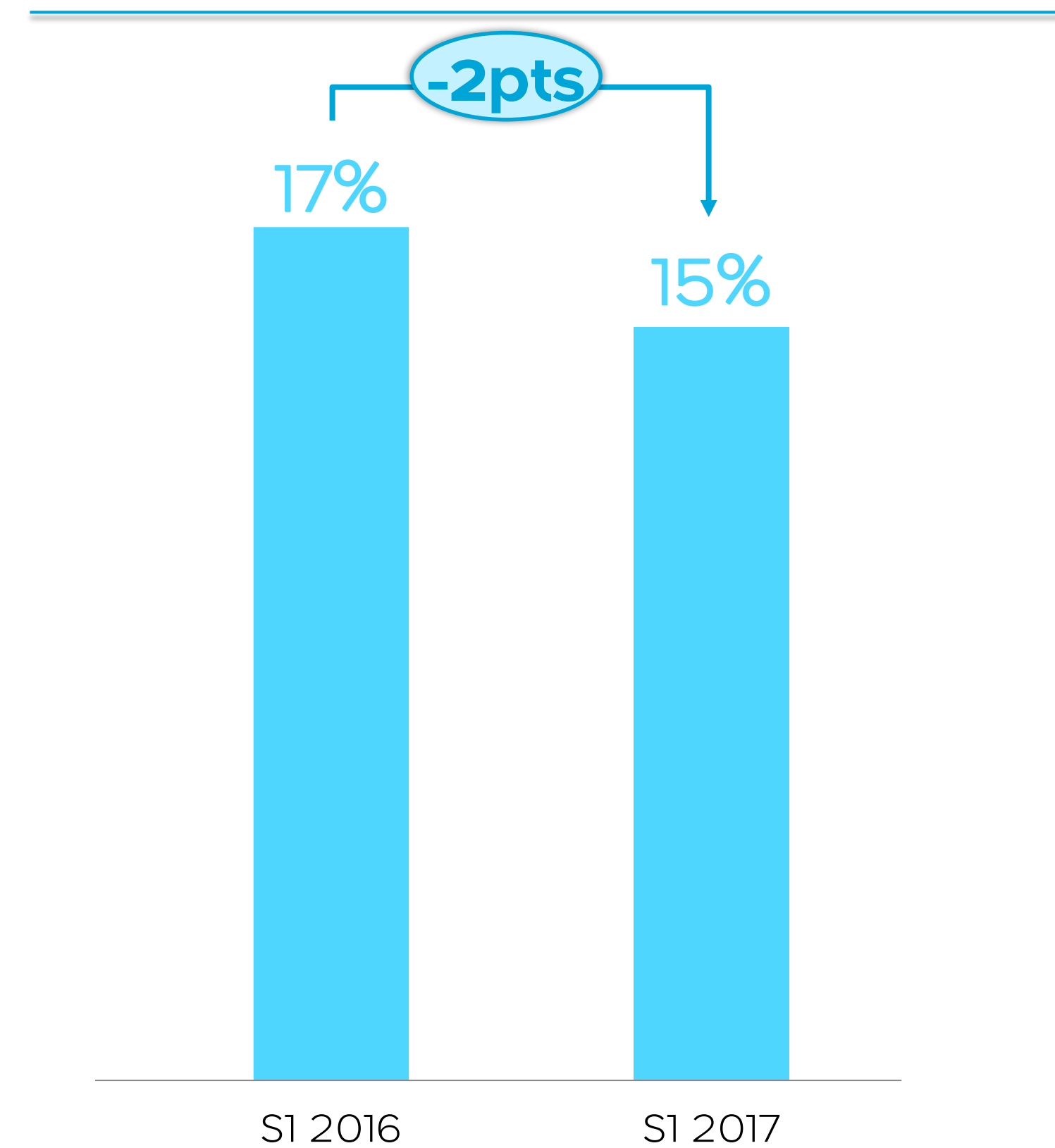
¹ Évolution d'année en année du parc clients

... sous l'effet d'une meilleure rétention

Acquisition¹



Taux de chute des clients²



¹ Évolution d'une année sur l'autre du taux d'acquisition de clients (Périmètre: France)

² Évolution d'une année sur l'autre du taux de chute des clients (Périmètre: France)

Une forte dynamique du Marketing Digital

Sites Internet

SoLocal
GROUP

SITE PRIVILÈGE

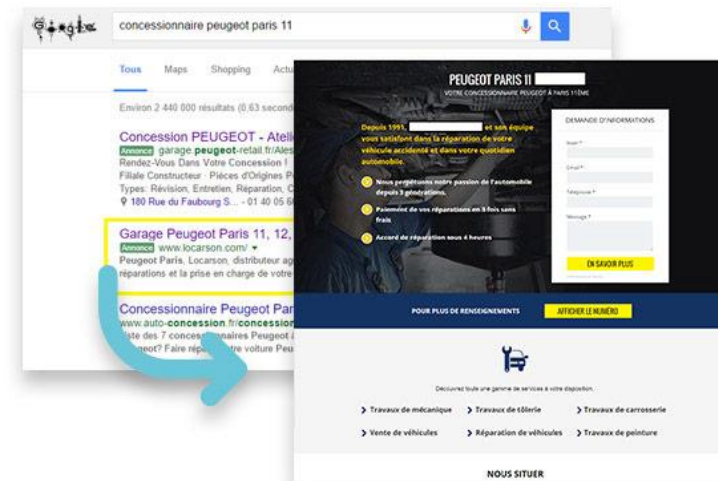


SITE PREMIUM



Programmation Local

BOOSTER CONTACT



tract
digital

Social



Alliance
Gravity

Services Transactionnels

PagesJaunes DOC



Alliance Gravity, un nouveau partenariat qui renforce notre empreinte et nos perspectives sur le marché de la data



◆ 18 Partenaires media de SoLocal

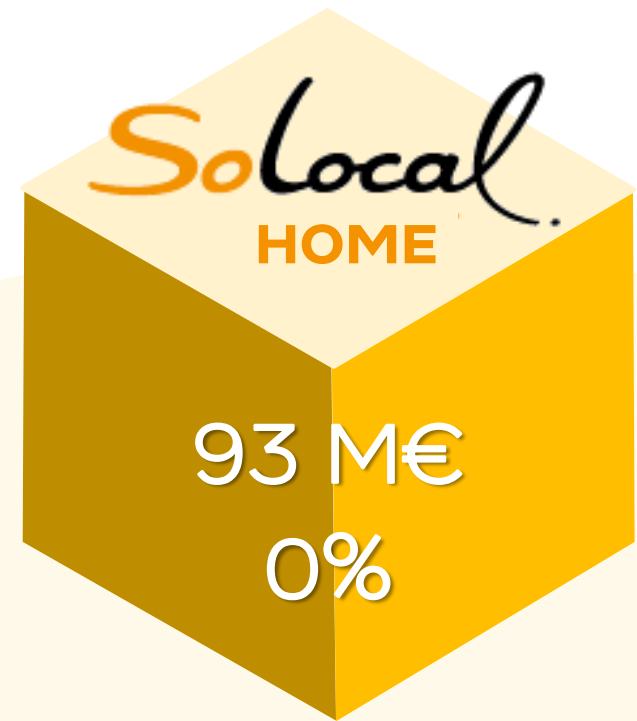


2 objectifs :

- Enrichir notre data : taux de reach journalier de 44%
- Développer de nouvelles offres basées sur cette data

CA Internet S1 2017 et faits marquants par verticale

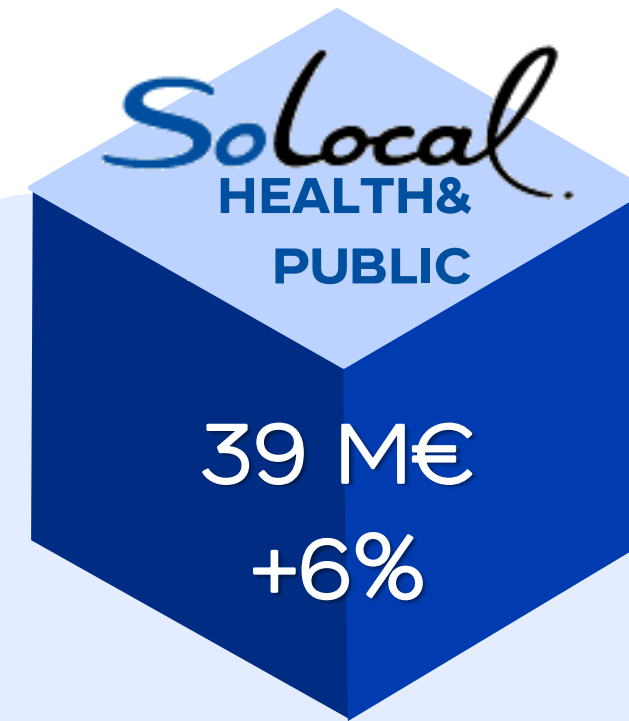
CA Internet S1 2017 : 323 M€ (+1%¹)



- ◆ Bonne dynamique sur les offres de Marketing Digital mais croissance freinée par des règles de parution plus exigeantes pour les métiers de l'urgence/dépannage



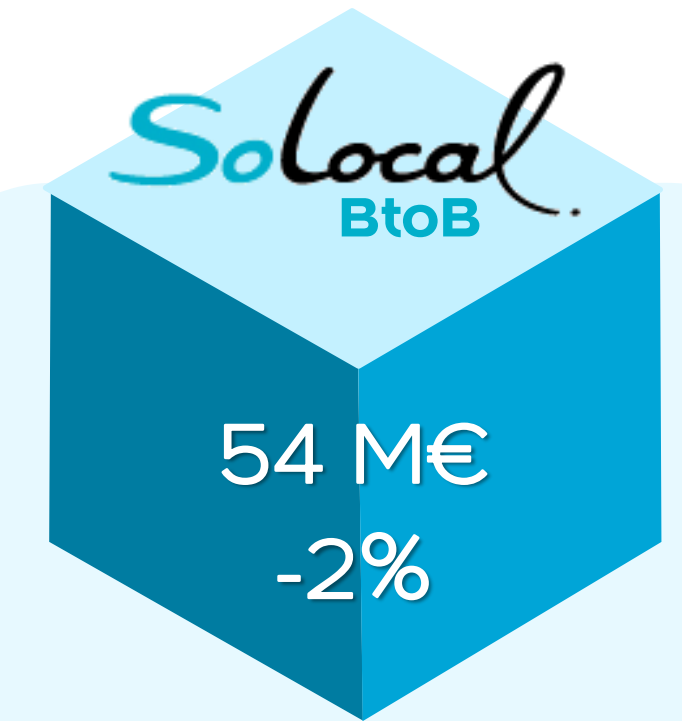
- ◆ Forte croissance du Marketing Digital portée par les nouvelles offres : site premium et tract digital.



- ◆ Forte accélération (parc clients et nombre de rendez-vous) de la prise de rendez-vous santé en ligne



- ◆ Une croissance ralentie par l'incertitude liée à la restructuration financière de fin 2016 et la forte concurrence sur la verticale
- ◆ Négociations exclusives sur la cession des activités AVendreALouer



- ◆ Search Local impacté par l'incertitude liée à la restructuration financière de fin 2016.
- ◆ Repositionnement de l'offre Adwords non encore reflété dans les chiffres

¹ S1 2017 vs S1 2016

S1 2017:
Performance
Financière

Virginie Cayatte
Directrice Financière

S1 2017 : Performance financière globale

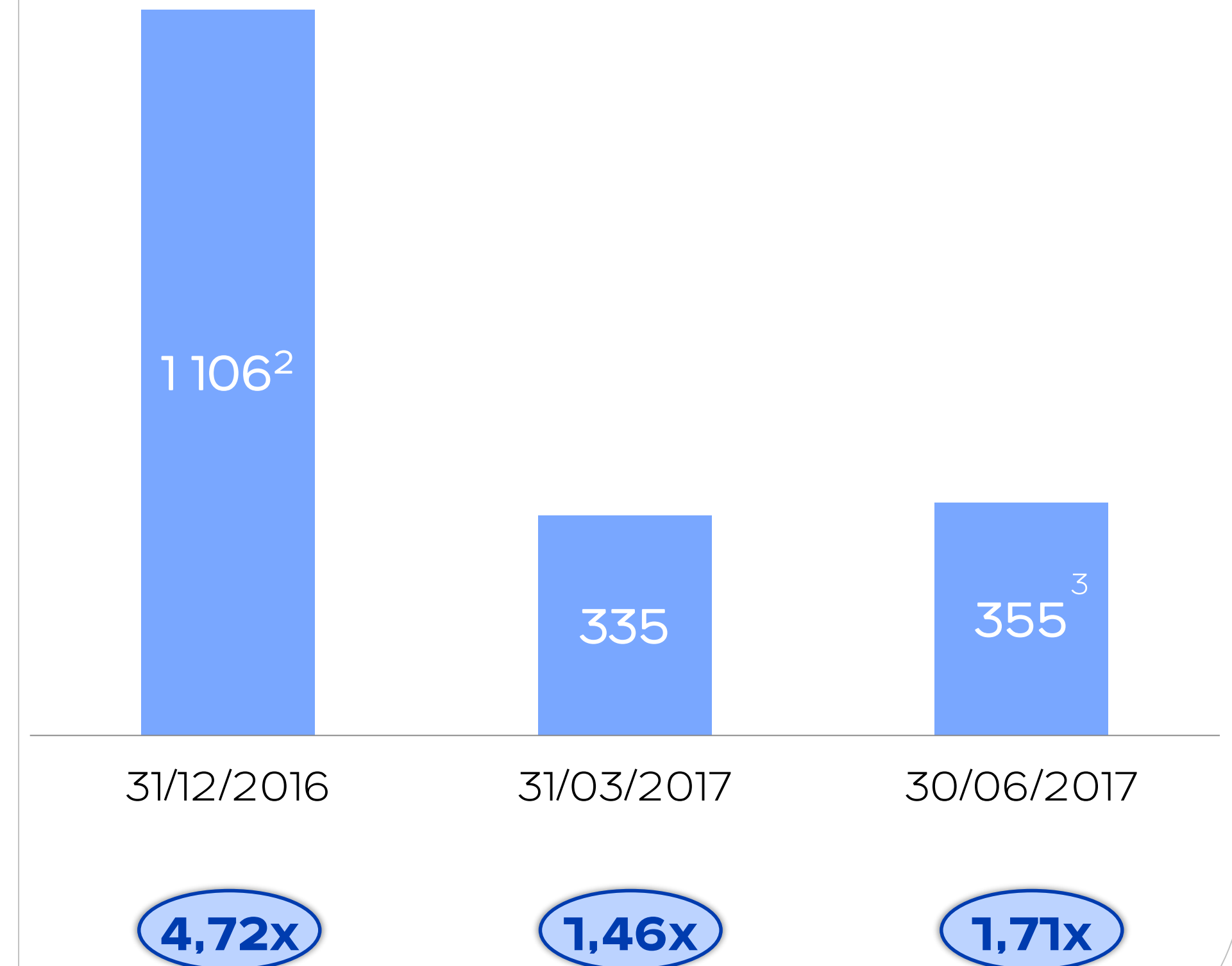
Rentabilité

En millions d'euros

	<u>S1 2016</u>	<u>S1 2017</u>	<u>Var. 17 vs 16</u>	<u>Var. 16 vs 15</u>
CA Internet	322	323	+1%	-1%
CA total	405	386	-5%	-9%
EBITDA	112	91	-18%	-20%

Dettes nette¹

En millions d'euros



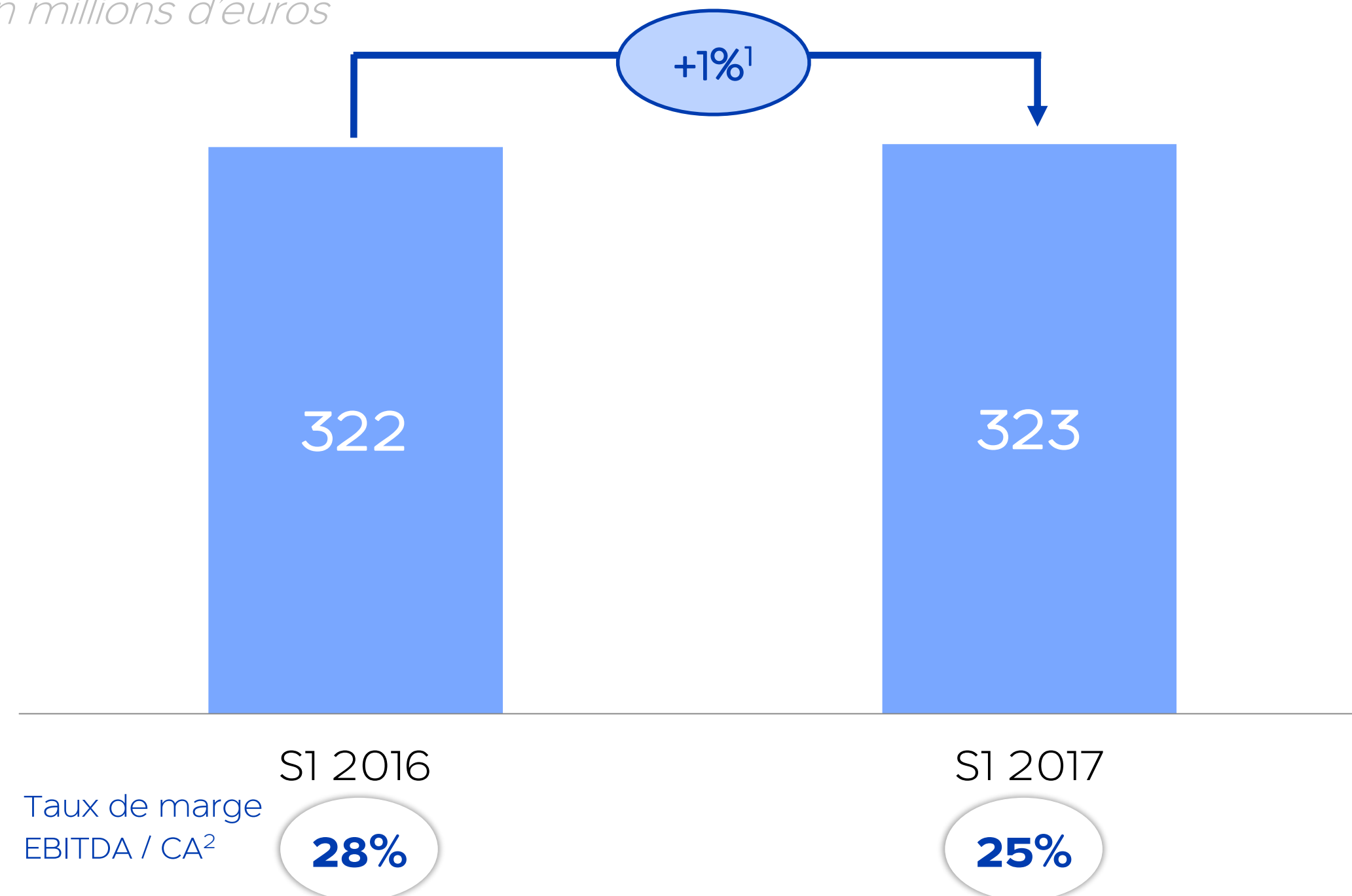
¹ tel que calculé pour le levier financier ² Dette nette, tel que calculé pour le levier financier de 1 106M€ vs dette nette comptable de 1 107M€

³ la dette nette augmente de 20 M€ en raison d'un cash flow négatif principalement lié à un important décaissement d'impôts

S1 2017 : performance par activité

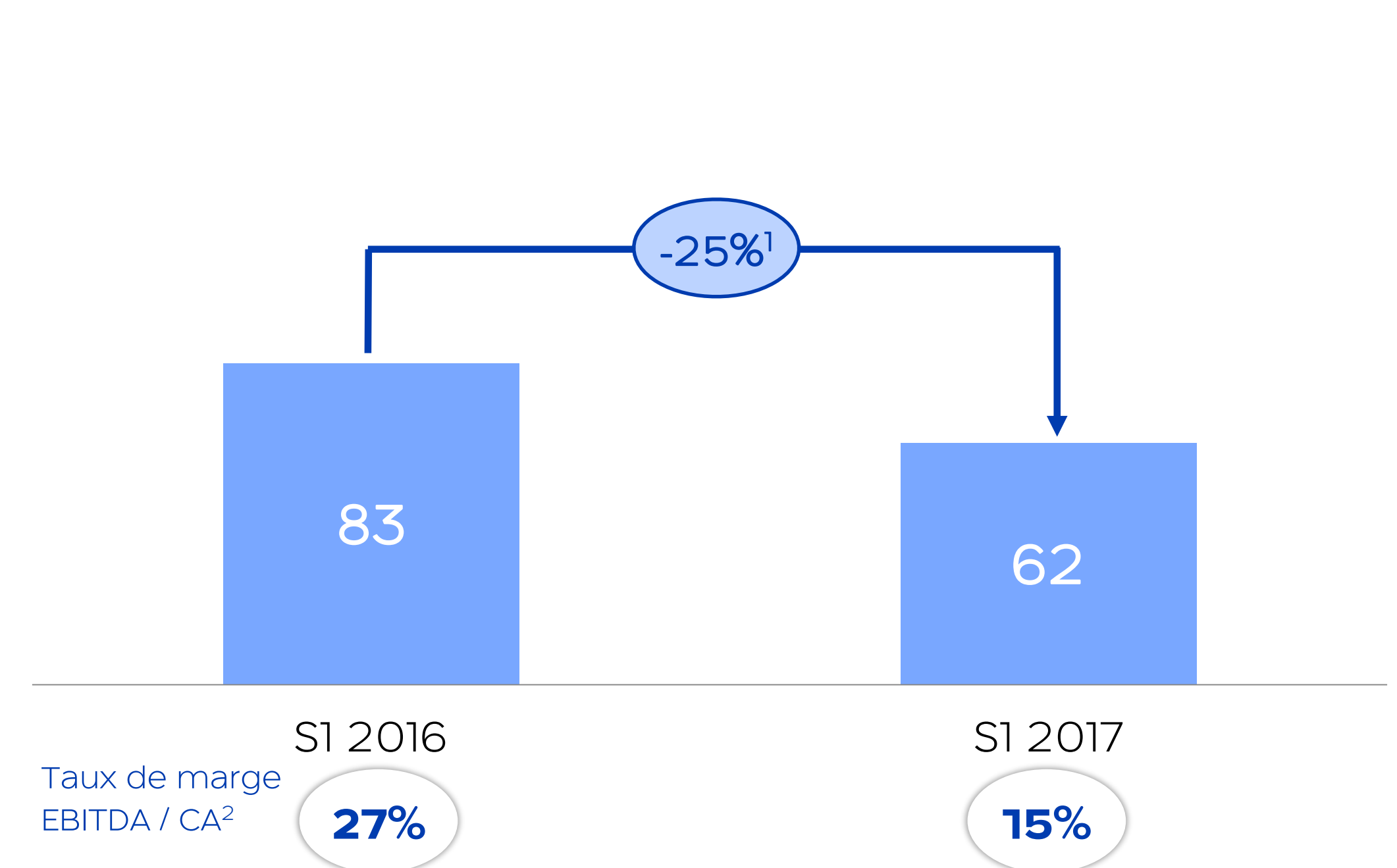
CA Internet

En millions d'euros



CA Imprimés & Vocal

En millions d'euros

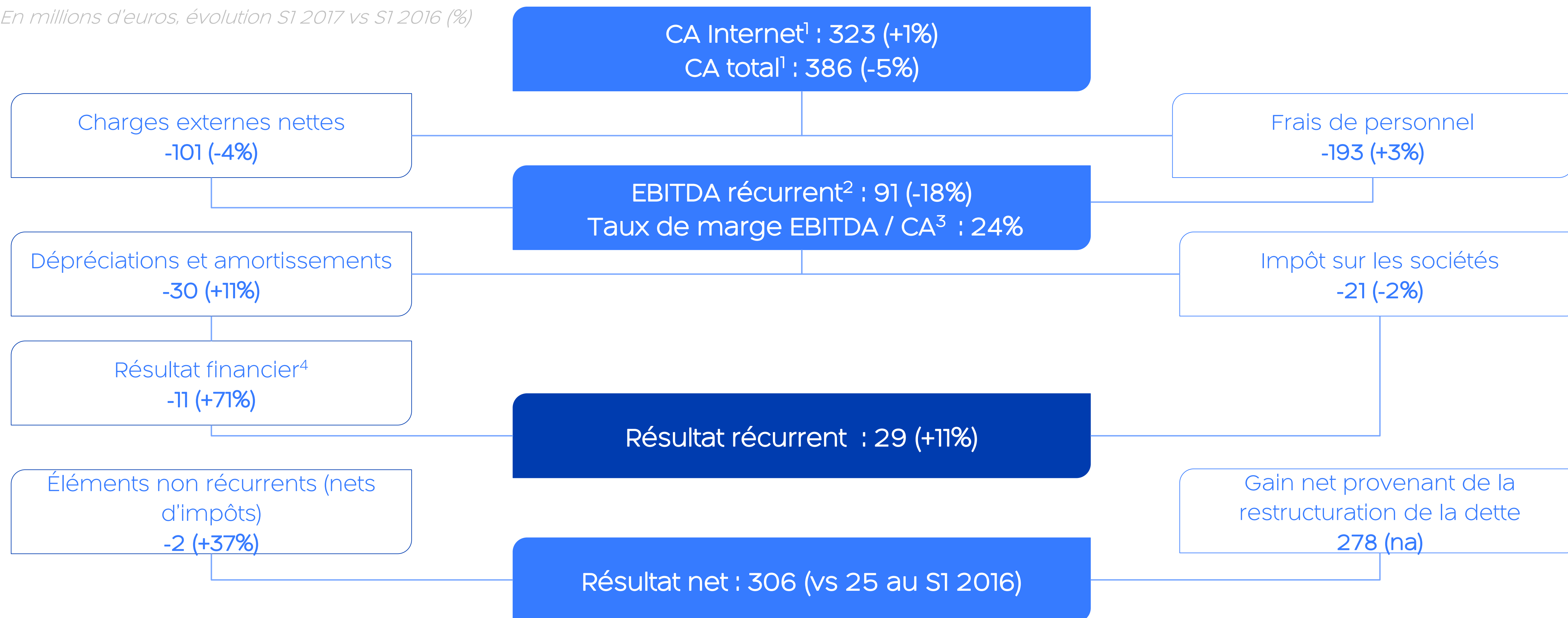


- ◆ CA Internet de 323 M€ au S1 2017, en hausse de +1% vs S1 2016, du fait principalement de la montée en puissance des activités de **Marketing Digital**
- ◆ CA Imprimés & Vocal de 62 M€, en recul de -25 % sur la période, représentant **16 % du CA total**
- ◆ Baisse du taux de marge EBITDA/CA des activités internet de 28% à 25% en raison de la baisse du chiffre d'affaires Search Local
- ◆ Baisse du taux de marge EBITDA/CA des activités Imprimés & Vocal reflétant la baisse du chiffre d'affaires sur cette activité

¹ Évolution d'année en année (périmètre des activités poursuivies) ² Taux de marge EBITDA récurrent / CA (périmètre des activités poursuivies)

S1 2017 : résultat récurrent de 29M€ (+11%)

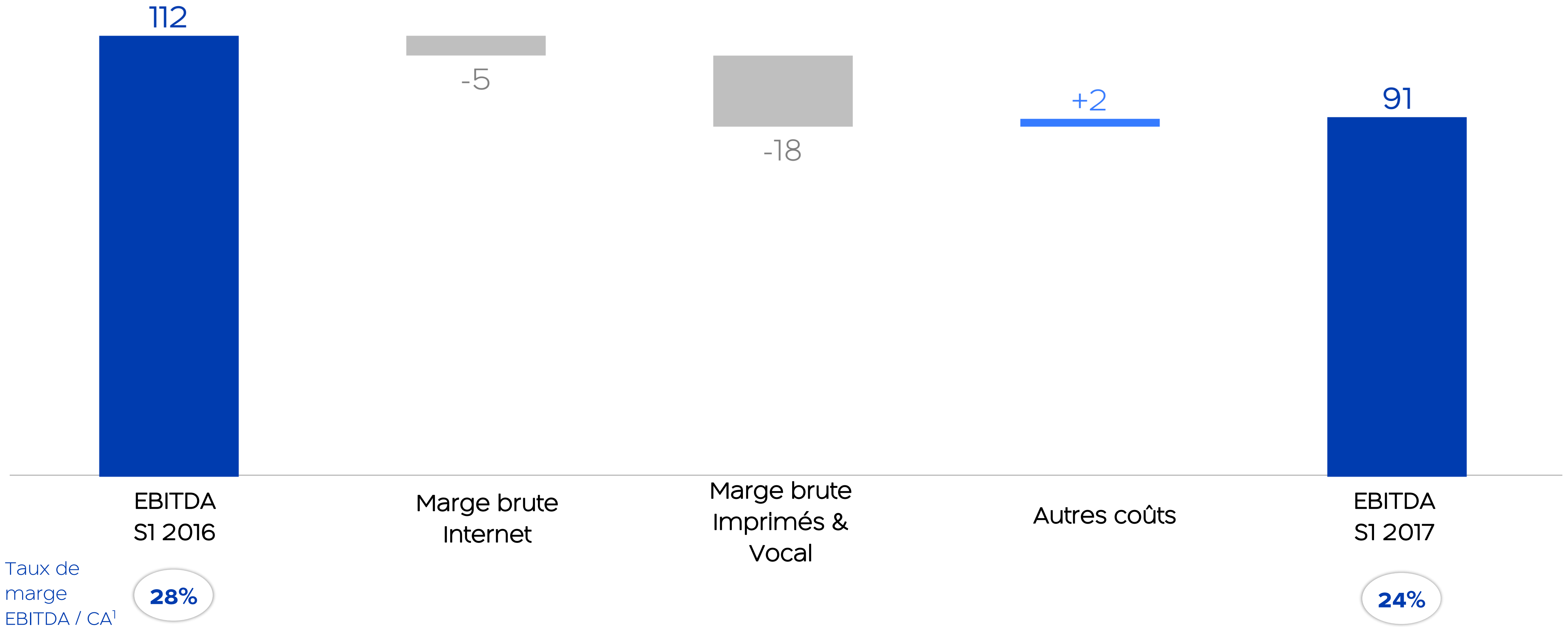
En millions d'euros, évolution S1 2017 vs S1 2016 (%)



¹ Les données concernent le périmètre des activités poursuivies ² EBITDA récurrent pour l'ensemble du Groupe (Internet + Imprimés & Vocal) ³ Taux de marge EBITDA récurrent / CA pour l'ensemble du Groupe (Internet + Imprimés & Vocal) ⁴ hors restructuration de la dette

S1 2017 : EBITDA

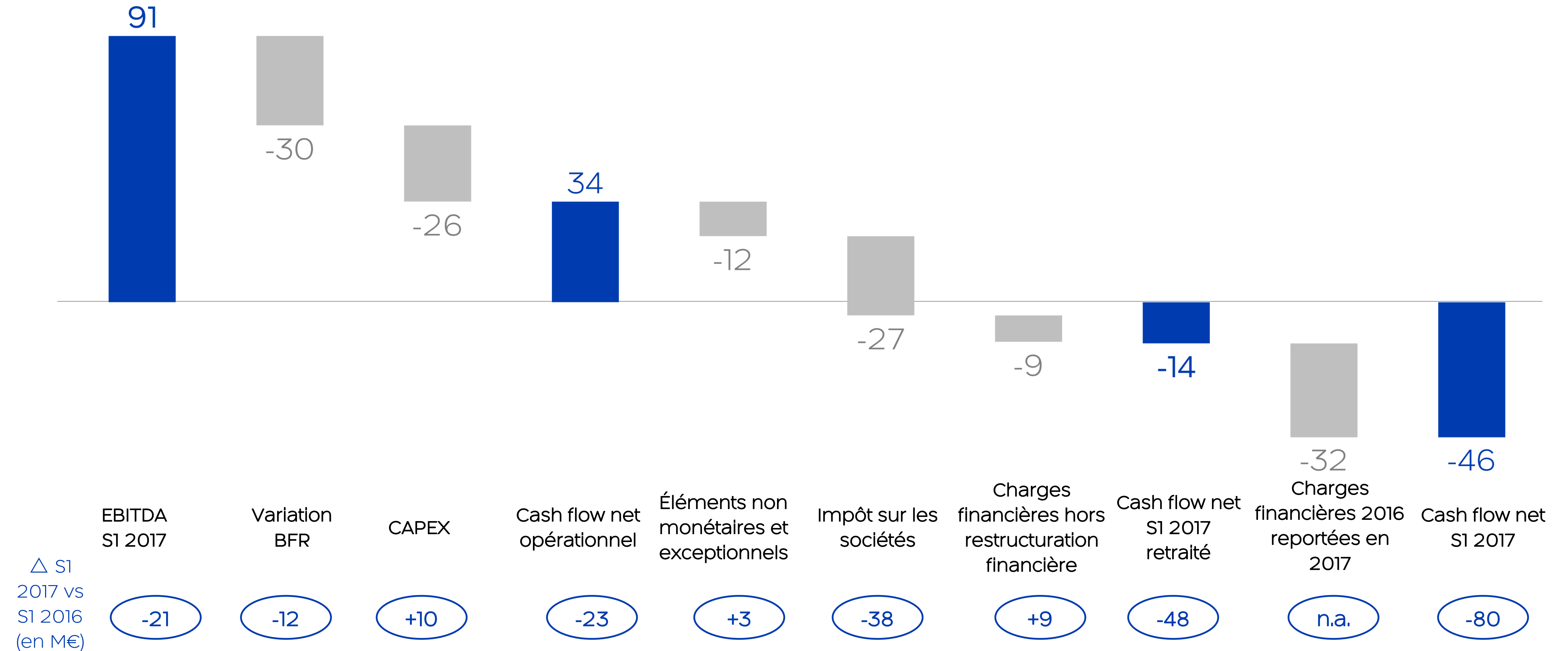
En millions d'euros



¹ Taux de marge EBITDA récurrent / CA pour l'ensemble du Groupe (Internet + Imprimés & Vocal)

S1 2017 : cash flow net

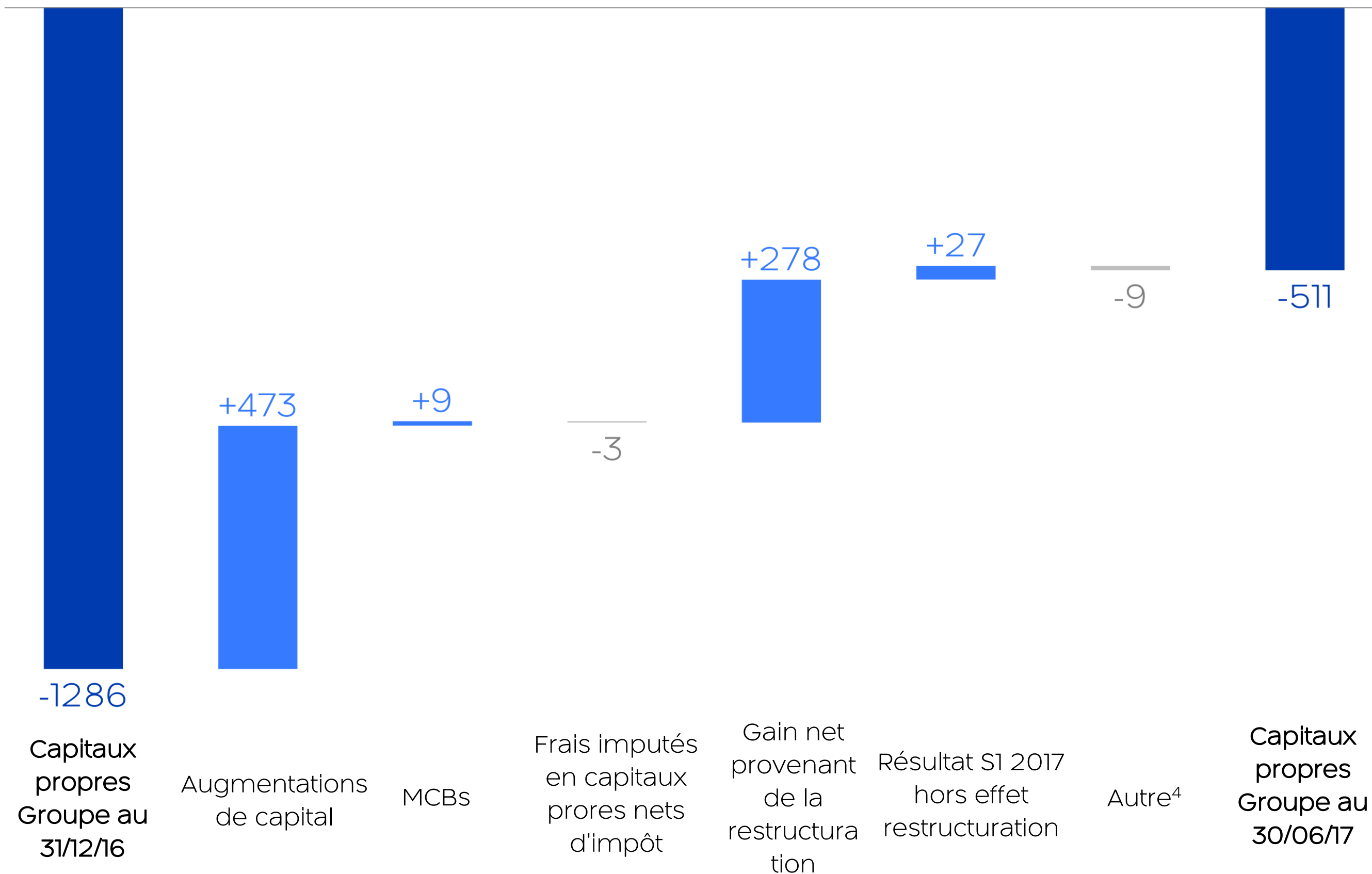
En millions d'euros



S1 2017 : capitaux propres et dette nette

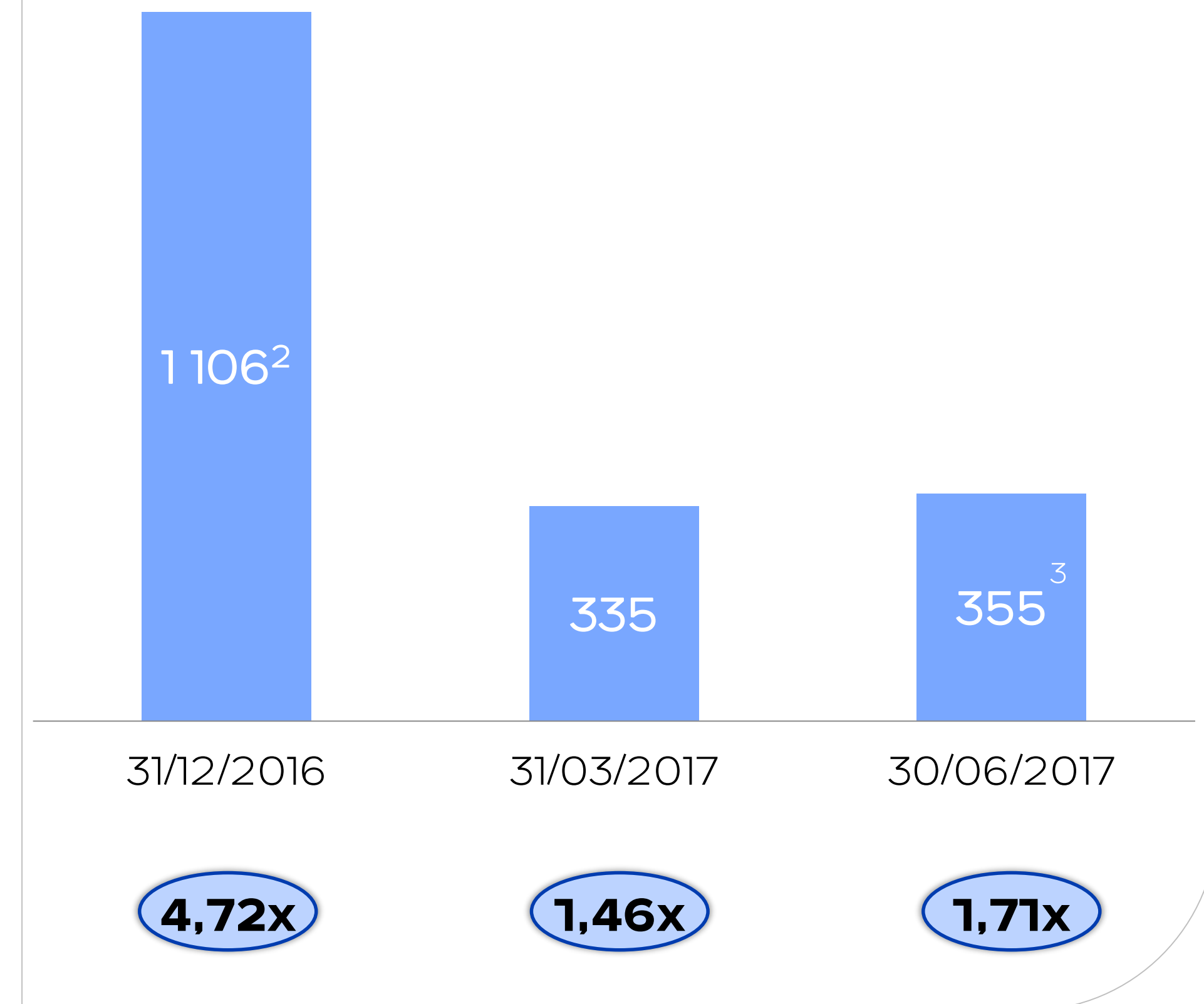
Capitaux propres

En millions d'euros



Dette nette¹

En millions d'euros



¹ tel que calculé pour le levier financier ² Dette nette, tel que calculé pour le levier financier de 1106M€ vs dette nette comptable de 1107M€

³ la dette nette augmente de 20 M€ en raison d'un cash flow négatif principalement lié à un important décaissement d'impôts ⁴ Variations de capitaux propres n'impactant pas le résultat net d'impôt

Perspectives 2017

Christophe Pingard
Directeur Général Délégué

Des perspectives 2017 revues à la baisse

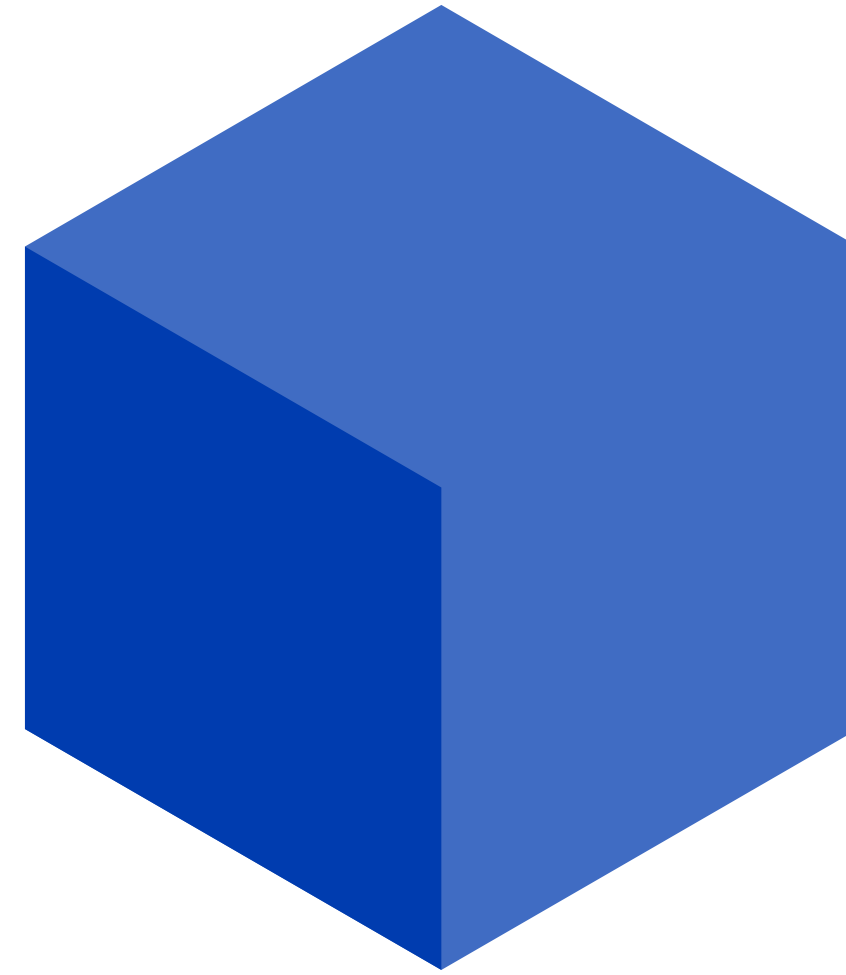
La dynamique des commandes s'est ralentie au deuxième trimestre. En effet, la montée en gamme des offres Search de nos clients vers des produits à plus forte valeur, qui rentabiliseront à terme mieux nos audiences, prend plus de temps qu'initialement planifié. Les charges et investissements sont pilotés en conséquence.

Ainsi, le Groupe revoit à la baisse ses perspectives pour l'année 2017 :

	2016	2017	
		Anciennes perspectives	Nouvelles perspectives
Taux de croissance du CA Internet ¹	+ 1%	+ 3% à 5%	+ 1% à +3%
EBITDA ²	229 M€	210 à 225 M€	≥ 200 M€

Le plan pluri-annuel n'a pas à ce stade fait l'objet d'une mise à jour et les impacts éventuels sur les années suivantes n'ont pas été évalués.

¹ d'une année sur l'autre ² EBITDA récurrent total (Internet + Imprimés & Vocal) / CA



SoLocal
GROUP

SoLocal GROUP
Immeuble Citylights – Tours du Pont de Sèvres
204 Rond-point du Pont de Sèvres
92100 Boulogne Billancourt
T. 01 46 23 30 93