

Sèvres, le 28 avril 2015

Progression de la croissance Internet à +4,1%, chiffre d'affaires consolidé en légère baisse et renforcement des partenariats avec les grands acteurs du web au 1^{er} trimestre 2015

- **Résultats du 1^{er} trimestre 2015**
 - Progression de la croissance du chiffre d'affaires Internet à +4,1% (vs. +2% au T4 2014)
 - Croissance solide des audiences de +14%, dont mobile +26%
 - Forte croissance de l'ARPA¹ Search & Display de +11%
 - Baisse du chiffre d'affaires de l'activité Imprimés & Vocal de -20,6%
 - Baisse du chiffre d'affaires consolidé de -3,0%
 - Taux de marge EBITDA/CA² de 26%
- **Renforcement des partenariats stratégiques** avec Google³, Microsoft (Bing) et Apple qui positionne Solocal Group comme une porte d'entrée incontournable des annonceurs sur le web mobile local
- **Perspectives 2015**
 - Croissance du chiffre d'affaires Internet entre +5% et +10%
 - Chiffre d'affaires consolidé revu en légère baisse - moins marquée qu'en 2014 - du fait de la décroissance accélérée de l'activité Imprimés & Vocal
 - Taux de marge EBITDA/CA² entre 29% et 30%

A l'occasion d'une matinée Investisseurs organisée ce jour à Paris, Solocal Group, numéro 1 européen de la communication digitale locale, présentera ses axes stratégiques de développement et de croissance à horizon 2018.

Jean-Pierre REMY, Directeur Général, déclare : « *La croissance Internet continue de progresser à +4% au 1^{er} trimestre grâce à une forte croissance des audiences que nous apportons à nos annonceurs. Nous avons considérablement progressé dans la qualité de nos audiences ce qui se reflète dans la croissance significative du revenu publicitaire moyen par client. Par ailleurs, nous avons poursuivi notre programme de transformation Digital 2015 qui implique une adaptation des structures commerciales, de fait plus longue que prévue ; les résultats commerciaux restent encore inférieurs à nos attentes. Nous privilégions toujours la croissance de nos activités Internet, avec une grande discipline sur nos investissements et nos dépenses* ».

¹ Average Revenue Per Advertiser : Revenu publicitaire moyen par client

² Taux de marge EBITDA récurrent / Chiffre d'affaires consolidé, hors éléments exceptionnels

³ cf. CP Solocal Group / Google publié ce jour

L'intégralité de la présentation Investor Day sera disponible sur www.solocalgroup.com le 28 avril à 14h.

I. Chiffre d'affaires et EBITDA du 1^{er} trimestre 2015

Le Conseil d'administration a arrêté les comptes consolidés du Groupe au 31 mars 2015.

En millions d'euros	T1 2014	T1 2015	Variation
Chiffre d'affaires Internet	154,0	160,3	+4,1%
Search & Display	121,2	127,9	+5,5%
<i>Nombre de visites (en M)</i>	485	555	+14%
<i>ARPA⁴ (en €)</i>	215	237	+10%
<i>Nombre de clients (en K)</i>	560	536	-4%
Marketing digital	32,7	32,3	-1,2%
<i>Taux de pénétration (en nombre de clients)⁵</i>	21%	22%	+1 pt
Chiffre d'affaires Imprimés & Vocal	61,7	49,0	-20,6%
Chiffre d'affaires consolidé	215,7	209,2	-3,0%

Le Groupe affiche un **chiffre d'affaires consolidé de 209,2 millions d'euros** au 1^{er} trimestre 2015 en recul de **-3,0%** par rapport au 1^{er} trimestre 2014 :

- L'activité **Internet** enregistre une croissance de **+4,1%** portée par l'activité **Search & Display** à **+5,5%**. La progression de cette activité repose sur une croissance de l'ARPA⁴ de **+10%** liée à la bonne monétisation des audiences Internet en croissance de **+14%**. La forte croissance de l'ARPA compense largement la diminution du nombre de clients **-4%** impactée notamment par la priorité mise sur le développement commercial des clients à forte valeur début 2015.
- Le taux de pénétration⁵ du Marketing Digital⁶ progresse de **21%** à **22%**, en ligne avec notre objectif d'atteindre **30%** d'ici 3 ans.
- La décroissance des activités **Imprimés & Vocal** s'établit à **-20,6%** sur la période, en accélération par rapport à l'année dernière (**-19%** au T4 2014 et **-17%** sur l'année 2014), ce qui nous amène à revoir légèrement la perspective de croissance du chiffre d'affaires Groupe pour 2015.

En millions d'euros	EBITDA récurrent ⁷			EBITDA / CA récurrent ⁷	
	T1 2014	T1 2015	Variation	T1 2014	T1 2015
Internet	56,8	41,8	-26,4%	37%	26%
Imprimés & Vocal	25,0	12,4	-50,4%	40%	25%
Groupe	81,8	54,2	-33,7%	38%	26%

L'**EBITDA** de **54,2 millions d'euros** au 1^{er} trimestre 2015 diminue de **33,7%** par rapport au 1^{er} trimestre 2014. Le **taux de marge EBITDA/CA** est de **26%** au 1^{er} trimestre 2015 par rapport à **38%** au 1^{er} trimestre 2014. Cette dégradation de 12 points du taux de marge s'explique principalement par :

- la hausse du coût commercial pour 7 points, liée au renforcement de l'organisation commerciale et marketing autour des 5 verticales ;
- la baisse du taux de marge de l'activité Imprimés & Vocal pour 5 points, due à la décroissance accélérée de l'activité.

⁴ Average Revenue Per Advertiser : Revenu publicitaire moyen par client

⁵ Pourcentage des clients Internet « Search & Display » bénéficiant d'un service de « Marketing Digital »

⁶ Création et référencement de contenu web/marketing et services transactionnels

⁷ Hors éléments exceptionnels

Dans ce contexte, le Groupe met en place un plan d'amélioration opérationnelle permettant de réduire les coûts de près de 30 millions d'euros en rythme annuel. Grâce à ce plan, le Groupe demeure confiant dans sa capacité à atteindre un taux de marge EBITDA/CA⁸ entre 29% et 30% pour 2015.

II. Résultat net et structure financière au 1^{er} trimestre 2015

En millions d'euros	T1 2014	T1 2015	Variation
EBITDA récurrent⁹	81,8	54,2	-33,7%
Eléments exceptionnels	(9,3)	(0,5)	94,6%
EBITDA	72,5	53,7	-25,9%
Dépréciations et amortissements	(10,3)	(11,9)	-15,5%
Résultat financier net ¹⁰	(27,7)	(22,0)	-20,9%
Impôt sur les sociétés	(14,9)	(7,5)	+49,7%
Résultat net	19,5	12,4	-36,4%

L'**EBITDA du Groupe de 53,7 millions d'euros** au 1^{er} trimestre 2015 affiche une baisse de -26% impactée par la diminution de l'EBITDA récurrent partiellement compensé par la non-réurrence d'éléments exceptionnels au 1^{er} trimestre 2015.

Le **résultat financier net représente une charge nette de 22,0 millions d'euros au 1^{er} trimestre 2015** en diminution de -20,9% par rapport au 1^{er} trimestre 2014, principalement sous l'effet du désendettement réalisé entre les deux périodes.

Au 1^{er} trimestre 2015, le Groupe a constaté une charge d'impôt sur les sociétés de 7,5 millions d'euros, en baisse de -49,7% par rapport au 1^{er} trimestre 2014. Le taux d'impôt effectif à 38% au 1^{er} trimestre 2015 affiche une baisse exceptionnelle de 5 points par rapport au 1^{er} trimestre 2014 qui résulte de la déduction des charges de rémunération en actions.

Le **résultat net du Groupe s'élève à 12,4 millions d'euros au 1^{er} trimestre 2015, en baisse de -36,4%** par rapport au 1^{er} trimestre 2014.

L'**endettement net¹¹ s'établit à 1 125,8 millions d'euros au 31 mars 2015**, en baisse de 416,1 millions d'euros par rapport au 31 mars 2014 suite à l'opération de refinancement réalisée en 2014.

Le **cash flow net du Groupe s'élève à 20,7 millions d'euros au 31 mars 2015**, en baisse de -59,5% par rapport au 31 mars 2014. Ce retrait est principalement lié à la baisse de l'EBITDA et à l'augmentation du besoin en fonds de roulement induite temporairement par le nouveau mode de rémunération des commerciaux. Ces deux éléments sont partiellement compensés par l'absence de décaissement d'impôts sur la période.

Au 31 mars 2015, le Groupe dispose d'une trésorerie nette de 42,0 millions d'euros.

⁸Taux de marge EBITDA récurrent / Chiffre d'affaires consolidé, hors éléments exceptionnels

⁹Hors éléments exceptionnels

¹⁰yc quote-part de résultat des entreprises associées

¹¹ L'endettement net correspond au 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.

III. Perspectives 2015-2018

Les perspectives du Groupe pour l'année 2015 sont les suivantes :

- Croissance du chiffre d'affaires Internet entre +5% et +10%
- Chiffre d'affaires consolidé revu en légère baisse - moins marquée qu'en 2014 - du fait de la décroissance accélérée de l'activité Imprimés & Vocal
- Taux de marge EBITDA/CA¹² entre 29% et 30%
- Afin de maintenir ce taux de marge, le Groupe met en place un plan d'amélioration opérationnelle permettant de réduire les coûts de près de 30 millions d'euros en rythme annuel. Suite à ce plan, le résultat net est attendu stable par rapport à 2014.

Par ailleurs, le Groupe souhaite courant 2015 :

- procéder à des rachats partiels de sa dette obligataire,
- procéder à des rachats partiels de sa dette bancaire pour au moins 15 millions d'euros,
- réaliser un regroupement de ses actions, soumis au vote des actionnaires à la prochaine assemblée générale mixte prévue le 11 juin 2015.

Lors de son Investor Day tenu à Paris ce jour, le Groupe présentera ses priorités 2018 : une croissance pérenne et rentable et la poursuite du désendettement. Le Groupe ambitionne d'atteindre en 2018 :

- Une croissance du chiffre d'affaires Internet de ~+10%
- Un taux de marge EBITDA/CA de ~30%
- Une réduction de la dette nette > 300 millions d'euros par rapport au montant actuel

À propos de Solocal Group

Solocal Group, N°1 européen de la communication digitale locale, propose des contenus digitaux, des solutions publicitaires et des services transactionnels qui connectent simplement les consommateurs avec les entreprises locales. Il fédère près de 4 800 collaborateurs - dont près de 2 300 conseillers en communication locale - en France, en Espagne, en Autriche et au Royaume Uni - et accompagne le développement numérique des entreprises (TPE/PME, Grands Comptes, etc.), notamment via ses 4 marques phares : PagesJaunes, Mappy, ComprendreChoisir et A Vendre A Louer. Fort de son expertise, il compte aujourd'hui près de 550 000 annonceurs Internet. En 2014, Solocal Group a réalisé un chiffre d'affaires de 936 millions d'euros dont 68% sur Internet, et se classe ainsi parmi les premiers acteurs européens en termes de revenus publicitaires sur Internet. Solocal Group est cotée sur Euronext Paris (ticker 'LOCAL'). Les informations disponibles sur Solocal Group sont accessibles sur www.solocalgroup.com.

Contacts

Presse

Delphine Penalva

01 46 23 35 31

dpenalva@solocal.com

Investisseurs

Elsa Cardarelli

01 46 23 40 92

ecardarelli@solocal.com

Edwige Druon

01 46 23 37 56

edruon@solocal.com

Ce communiqué de presse contient des déclarations prospectives. Bien que Solocal Group considère que ses projections sont basées sur des hypothèses raisonnables, ces déclarations prospectives peuvent être remises en cause par un certain nombre d'aléas et d'incertitudes, de sorte que les résultats effectifs pourraient différer significativement de ceux anticipés dans lesdites déclarations prospectives. Pour une description des risques et incertitudes de nature à affecter les résultats, la situation financière, les performances ou les réalisations de Solocal Group et ainsi à entraîner une variation par rapport aux déclarations prospectives, veuillez vous référer à la section « Facteurs de Risque » du Document de Référence déposé auprès de l'AMF et disponible sur les sites Internet de l'AMF (www.amf-france.org) et de Solocal Group (www.solocalgroup.com). 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 sont présentées sous forme d'informations consolidées non auditées.

¹² Taux de marge EBITDA récurrent / Chiffre d'affaires consolidé, hors éléments exceptionnels

Annexe 1 : Audiences du 1^{er} trimestre

Audiences (en millions de visites)	T1 2014	T1 2015	Variation
PagesJaunes	359,6	407,4	+13,3%
dont mobile	111,4	135,1	+21,3%
Mappy	73,5	82,3	+12,0%
dont mobile	27,5	33,0	+20,0%
ComprendreChoisir	21,8	37,5	+72,0%
dont mobile	6,2	15,0	+141,9%
Autres	30,3	27,4	-9,6%
Total*	485,2	554,7	+14,3%
dont mobile	149,9	188,7	+25,9%

Source : Solocal Group
à périmètre et mesure comparable

*arrêt de 123people au T1 2014

Annexe 2 : Compte de résultat du 1^{er} trimestre

En millions d'euros	T1 2014	T1 2015	Variation
Chiffre d'affaires	215,7	209,2	-3,0%
Charges externes nettes	(48,0)	(50,5)	-5,2%
Frais de personnel	(85,8)	(104,5)	-21,8%
EBITDA récurrent¹	81,8	54,2	-33,7%
Eléments exceptionnels	(9,3)	(0,5)	+94,6%
EBITDA	72,5	53,7	-25,9%
Dépréciations et amortissements	(10,3)	(11,9)	-15,5%
Résultat d'exploitation	62,2	41,8	-32,8%
Résultat financier net	(27,8)	(22,1)	+20,5%
Quote-part de résultat des entreprises associées	0,0	-	na
Résultat avant impôt	-	0,1	na
Impôt sur les sociétés	(14,9)	(7,5)	+49,7%
<i>Taux d'imposition</i>	<i>43,3%</i>	<i>37,8%</i>	
Résultat net	19,5	12,4	-36,4%

¹Hors éléments exceptionnels

Annexe 3 : Tableau des flux de trésorerie consolidé du 1^{er} trimestre

En millions d'euros	T1 2014	T1 2015	Variation
EBITDA récurrent	81,8	54,2	-33,7%
Eléments exceptionnels	(9,3)	(0,5)	+94,6%
EBITDA	72,5	53,7	-25,9%
Eléments non monétaires inclus dans l'EBITDA et autres	7,7	(1,7)	-122,1%
Variation du besoin en fonds de roulement	20,2	(2,8)	na
Acquisitions d'immobilisations corporelles et incorporelles	(16,6)	(16,1)	+3,0%
Cash flow opérationnel	83,8	33,1	-60,5%
Résultat financier (dé)encaissé	(12,6)	(12,4)	+1,6%
Impôt sur les sociétés décaissé	(20,1)	0,1	+100,5%
Cash flow net	51,1	20,7	-59,5%
Augmentation (diminution) des emprunts	(39,0)	(18,6)	na
Augmentation de capital nette de frais	-	-	-
Autres	(2,3)	(3,7)	na
Variation nette de trésorerie	9,8	(1,6)	-116,3%
Trésorerie nette et équivalents de trésorerie à l'ouverture	73,1	43,6	-40,4%
Trésorerie nette et équivalents de trésorerie à la clôture	82,9	42,0	-49,3%

Annexe 4 : Bilan consolidé

En millions d'euros	31-mars-14	31-déc-14	31-mars-15
ACTIF			
Total des actifs non courants	221,7	229,6	234,6
Ecarts d'acquisition nets	80,9	82,5	82,5
Immobilisations incorporelles nettes	87,3	107,3	113,3
Immobilisations corporelles nettes	23,3	25,3	23,6
Autres actifs non courants dont impôts différés actifs	30,2	14,6	15,3
Total des actifs courants	605,8	606,7	544,2
Créances clients	399,9	441,8	387,0
Coût d'acquisition de contrats	63,7	46,7	42,1
Charges constatées d'avance	13,3	9,4	11,4
Trésorerie et équivalents de trésorerie	84,0	46,4	43,7
Autres actifs courants	44,9	62,5	59,9
Total actif	827,5	836,3	778,8
PASSIF			
Capitaux propres	(1 845,5)	(1 369,3)	(1 358,9)
Total des passifs non courants	1 592,5	1 247,0	1 248,8
Dettes financières et dérivés non courants	1 486,2	1 139,6	1 141,8
Avantages au personnel (non courants)	87,9	90,4	91,1
Autres passifs non courants	18,3	16,9	15,8
Total des passifs courants	1 080,5	958,6	889,0
Découverts bancaires et autres emprunts courants	121,6	37,5	14,7
Produits constatés d'avance	616,2	575,4	547,1
Avantages au personnel (courants)	118,5	117,6	109,1
Dettes fournisseurs	86,2	98,9	88,1
Autres passifs courants dont taxes	138,1	129,3	130,0
Total passif	827,5	836,3	778,8

Annexe 5 : Dette nette consolidée

En millions d'euros	31-mars-14	31-déc-14	31-mars-15
Trésorerie et équivalents de trésorerie	84,0	46,2	43,7
Trésorerie brute	84,0	46,4	43,7
Découverts bancaires	(1,1)	(2,8)	(1,7)
Trésorerie nette	82,9	43,6	42,0
Emprunts bancaires	(1 254,6)	(833,8)	(813,8)
Emprunt obligataire	(350,0)	(350,0)	(350,0)
Frais d'émission d'emprunts	22,4	25,8	24,0
Dettes de crédit-bail	(0,0)	(0,8)	(0,7)
Juste valeur des dérivés sur instruments de couverture	(18,0)	(9,9)	(6,6)
Intérêts courus non échus	(18,2)	(5,1)	(13,0)
Autres dettes financières	(6,3)	(5,5)	(7,6)
Endettement financier brut	(1 624,8)	(1 179,4)	(1 167,8)
<i>dont courant</i>	<i>(138,7)</i>	<i>(39,7)</i>	<i>(26,0)</i>
<i>dont non courant</i>	<i>(1 486,2)</i>	<i>(1 139,6)</i>	<i>(1 141,8)</i>
Endettement net	(1 541,9)	(1 135,8)	(1 125,8)
Endettement net hors JV des instruments financiers et frais d'émission d'emprunts	(1 546,3)	(1 151,6)	(1 143,1)

* au 31/03/2015, 57 M€ disponibles au titre de la ligne de crédit revolving

	31-mars-14	31-déc-14	31-mars-15
Levier financier	3,72X	3,73X	4,03X
Covenant (max)	3,75X	4,50X	4,50X
Couverture financière	3,69X	3,61X	3,52X
Covenant (min)	3,00X	3,00X	3,00X