COMMUNIQUÉ DE PRESSE
Boulogne-Billancourt
21 octobre 2026

Activité du troisième trimestre 2026

Deuxième trimestre consécutif de croissance séquentielle du chiffre d'affaires – Carnet de commandes et ARPA en hausse continue

Chiffres clés

- **Chiffre d'affaires du troisième trimestre :** 76,1 millions d'euros, en baisse de 6,6% sur un an (-8,7% à périmètre constant) et en hausse de 0,8% par rapport au deuxième trimestre 2026 (+0,3% à périmètre constant), soit un deuxième trimestre consécutif de croissance séquentielle.
- **Chiffre d'affaires des neuf premiers mois :** 225,6 millions d'euros, en baisse de 8,1% par rapport à la même période de 2025 (-9,3% à périmètre constant).
- **Carnet de commandes :** 256,6 millions d'euros au 30 septembre 2026, en hausse de 4,2% par rapport au 31 décembre 2025, tiré par la hausse de l'ARPA de 4,8% sur la période.

Faits marquants du troisième trimestre et post-clôture

- **Clôture par la CNIL de l'injonction :** dispositifs de contrôle des consentements déclarés conformes.
- **Audience :** reprise confirmée de la hausse de l'audience de pagesjaunes (44e place Médiamétrie en août, contre 61e en mars).
- **Campagne publicitaire :** forte campagne d'affichage en première vague. Une seconde vague, en télévision et au cinéma, a été lancée le 18 octobre.
- **Lutte contre l'attrition :** les 1er et 2 octobre, mobilisation de 225 collaborateurs volontaires autour de l'opération *48H Clients*. 5 500 clients contactés.

Objectifs 2026

- **Chiffre d'affaires en hausse au quatrième trimestre 2026 par rapport au quatrième trimestre 2025, croissance externe incluse sous réserve des aléas macro-économiques**
- **Progression continue de la rentabilité : marge d'EBITDA attendue aux environs de 20%**

Maurice Lévy, PDG de Solocal, déclare :

« La stabilisation de notre chiffre d'affaires au troisième trimestre, en progression séquentielle pour le deuxième trimestre consécutif, constitue une bonne performance dans un environnement qui demeure difficile pour notre cœur de cible, les TPE et PME. Nous sommes ainsi en ligne avec notre plan de marche, avec en particulier un carnet de commandes en hausse de 4,2% depuis le début de l'année.

La reprise de la hausse de l'audience de pagesjaunes se confirme : après un point bas à la 61e place en mars, la marque a réintégré le Top 50 Médiamétrie dès mai et atteint la 44e place en août. Tout l'été, cette dynamique a été renforcée par la campagne « Forcément sur pagesjaunes », qui est un véritable succès. Elle avait deux objectifs : amorcer un changement d'image de marque, d'un simple annuaire vers un média, et appuyer le lancement de notre rubrique Actus locales. La seconde vague, lancée le 18 octobre à la télévision et au cinéma, doit désormais générer plus de trafic et d'affaires pour nos clients professionnels et renforcer le lien avec les français.

Notre priorité absolue reste la reconquête commerciale. Nous la menons sur tous les fronts : de nouvelles offres, l'accélération de nos actions de fidélisation et une lutte sans relâche contre l'attrition. L'opération « 48H Clients » en est l'illustration. Pendant deux jours, 225 collaborateurs, des membres du Comité exécutif et moi-même avons échangé directement avec nos clients, y compris ceux qui nous ont résilié leurs contrats. Cet exercice fut utile en tous points et notamment en vue de la reconquête de notre cœur de clientèle.

CertiDox

Après avoir restauré nos fondamentaux, notre cap est désormais le retour à la croissance. Il doit intervenir dès le quatrième trimestre, qui vient de débuter, avec un chiffre d'affaires toujours attendu en hausse sur un an, croissance externe incluse. Nous confirmons également notre objectif de nouvelle progression de la rentabilité, avec une marge d'EBITDA aux environs de 20 % sur l'exercice. Toutefois, nous demeurons prudents du fait des vents contraires dus au nombre de faillites record et aux tensions économiques. »

1. Chiffre d'affaires

En millions d'euros	T3 2025	T1 2026	T2 2026	T3 2026	Variation T3 2026 vs T3 2025	Variation Périmètre constant	9M 2025	9M 2026	Variation	Variation Périmètre constant
Chiffre d'affaires	**81,5**	**74,0**	**75,5**	**76,1**	-6,6%	-8,7%	**245,5**	**225,6**	-8,1%	-9,3%

Au troisième trimestre 2026, le chiffre d'affaires du Groupe s'élève à 76,1 millions d'euros, en baisse de 6,6% par rapport au troisième trimestre 2025. À périmètre constant, soit hors Artur'In, consolidé depuis le 1er mai 2026, il recule de 8,7%. Le chiffre d'affaires progresse en séquentiel pour le deuxième trimestre consécutif (+0,8% par rapport au deuxième trimestre 2026, +0,3% à périmètre constant) ; il dépasse de 2,8% celui du premier trimestre 2026.

Sur les neuf premiers mois de 2026, le chiffre d'affaires du Groupe s'élève à 225,6 millions d'euros, en baisse de 8,1% par rapport aux neuf premiers mois de 2025. À périmètre constant, il recule de 9,3%.

Par activité, le chiffre d'affaires du trimestre et des neuf premiers mois 2026 se répartit comme suit :

En millions d'euros	T3 2025	T1 2026	T2 2026	T3 2026	Variation T3 26 vs T3 25	9M 2025	9M 2026	Variation	Répartition
Connect	18,8	16,9	17,7	18,4	-2%	58,2	53,0	-9%	23%
Booster	46,2	44,5	44,6	45,3	-2%	142,1	134,5	-5%	60%
Sites Internet	16,5	12,5	13,2	12,4	-25%	45,2	38,1	-16%	17%
Chiffre d'affaires total	**81,5**	**74,0**	**75,5**	**76,1**	**-7%**	**245,5**	**225,6**	**-8%**	**100%**

L'activité Connect (23% du chiffre d'affaires), dédiée aux offres de présence digitale, ressort à 53,0 millions d'euros sur les neuf premiers mois, en baisse de 9% par rapport à la même période de 2025. Au troisième trimestre, elle s'établit à 18,4 millions d'euros, en recul de 2% sur un an et en hausse de 4,0% par rapport au deuxième trimestre 2026. Cette progression séquentielle, pour le deuxième trimestre consécutif, est portée par l'intégration d'Artur'In, dont l'offre de community management enrichit la gamme depuis le 1er mai.

L'activité Booster (60% du chiffre d'affaires), qui regroupe les offres de référencement et de publicité digitale, s'établit à 134,5 millions d'euros sur les neuf premiers mois, en baisse de 5% par rapport à la même période de 2025. Au troisième trimestre, elle s'élève à 45,3 millions d'euros, en recul de 2% sur un an et en hausse de 1,6% par rapport au deuxième trimestre 2026. Les innovations sur pagesjaunes, notamment la rubrique *Actus locales*, et la première vague de la campagne nationale ont soutenu l'audience du média au cours de l'été. Les offres publicitaires en ont bénéficié, en particulier le produit Référencement Prioritaire, adossé au média pagesjaunes, qui représente à lui seul 64% de l'activité Booster.

L'activité Sites Internet (17% du chiffre d'affaires), qui regroupe l'ensemble des gammes de sites, s'établit à 38,1 millions d'euros sur les neuf premiers mois, en baisse de 16% par rapport à la même période de 2025. Au troisième trimestre, elle ressort à 12,4 millions d'euros, en recul de 25% sur un an. Dans un marché très concurrentiel, le chiffre d'affaires se maintient aux environs de 12,5 millions d'euros par trimestre depuis le début de l'année.

2. Performance commerciale

Les prises de commande s'élèvent à 257,6 millions d'euros sur les neuf premiers mois de 2026. En conséquence le carnet de commandes évolue de la manière suivante :

En millions d'euros	31/12/2025	30/09/2026	Variation
Carnet de commandes	**246,3**	**256,6**	**4,2%**

Le carnet de commandes s'élève à 256,6 millions d'euros au 30 septembre 2026, en hausse de 4,2% par rapport au 31 décembre 2025 (246,3 millions d'euros). Il est en léger recul par rapport au 30 juin 2026, sous l'effet de la saisonnalité estivale : les prises de commande ont ralenti en août, tandis que le chiffre d'affaires a continué d'être reconnu au même rythme, conformément au modèle par abonnement.

Sur la base des estimations à date, ce carnet devrait être reconnu en chiffre d'affaires à hauteur d'environ 25% au quatrième trimestre 2026, 45% en 2027 et 30% au-delà.

L'ARPA Groupe s'élève à environ 1 625 € au 30 septembre 2026, en hausse de 4,8% par rapport au 31 décembre 2025 (c. 1 550 €).

3. Événements marquants du troisième trimestre et post-clôture

Par délibération du 17 septembre 2026, **la CNIL a clôturé l'injonction prononcée en mai 2025** en matière de prospection commerciale électronique. La CNIL a jugé satisfaisantes les mesures déployées dans les délais impartis pour vérifier la validité des consentements recueillis par les partenaires du Groupe. Ces mesures reposent sur une analyse automatisée des formulaires de collecte à partir d'une plateforme innovante et performante de SFBX fondée sur l'IA et la blockchain. En conséquence, l'astreinte n'a pas été appliquée. L'amende de 0,9 million d'euros prononcée en 2025 fait toujours l'objet d'un recours.

Amorcée au printemps, la reprise de la hausse de l'audience de pagesjaunes se confirme. Après un point bas en mars (61e place), la marque a réintégré le Top 50 Médiamétrie en mai, puis atteint la 44e place en août.

Lancée en juillet, la première vague de la campagne nationale **« Forcément sur pagesjaunes »** a accompagné cette dynamique pendant la période estivale. En affichage, en radio et sur les réseaux sociaux, elle a mis en avant la rubrique *Actus locales* pour toucher les Français sur leurs lieux de vacances et leur faire redécouvrir l'utilité de pagesjaunes au quotidien. Le succès a été au rendez-vous.

Le Groupe a engagé une seconde vague, davantage centrée sur le développement du trafic et de l'activité des professionnels référencés. Le nouveau film publicitaire a été diffusé pour la première fois le dimanche 18 octobre à 20h30 sur TF1. Il sera ensuite relayé sur d'autres chaînes de télévision, au cinéma et en vidéo en ligne jusqu'à la fin de l'année. Le dispositif est puissant et devrait conduire à recréer le lien avec les français.

Réduire l'attrition et reconquérir les clients perdus constituent une priorité pour le Groupe. Illustration concrète de cet engagement, **l'opération « 48H Clients »** a été organisée les 1er et 2 octobre 2026 dans le cadre du programme Client First. Pendant deux jours, sur l'ensemble de ses sites, 225 collaborateurs volontaires de tous métiers ont renforcé les équipes Croissance & Rétention, aux côtés de Maurice Lévy et des membres du Comité exécutif, pour contacter 5 500 clients qui s'interrogeaient sur le renouvellement de leur contrat ou avaient mis fin à leur collaboration avec le Groupe au cours de l'année. Les retours recueillis lors de ces échanges nourriront l'amélioration continue des offres, des services et du parcours client. Au vu de ces premiers résultats, l'opération sera renouvelée.

4. Perspectives 2026 : confirmation des objectifs

Dans un contexte conjoncturel qui reste difficile pour son cœur de cible du fait du nombre record de faillites et de la situation économique, Solocal fait tous ses efforts pour atteindre l'ensemble de ses objectifs pour l'exercice 2026 : il vise un chiffre d'affaires en hausse au quatrième trimestre 2026 par rapport au quatrième trimestre 2025, croissance externe incluse, ainsi qu'une progression continue de sa rentabilité, avec une marge d'EBITDA attendue aux environs de 20% sur l'exercice. Toutefois, les récents évènements nous conduisent à être prudents. Par ailleurs, le Groupe reste attentif à de nouvelles opportunités d'acquisitions ciblées.

Prochaine date du calendrier financier

- Communication des résultats annuels 2026, le 16 février 2027

Nota Bene : les informations financières trimestrielles présentées dans ce communiqué de presse ne sont pas auditées.

Avertissement

Certaines informations autres qu'historiques contenues dans le présent document sont susceptibles de constituer des déclarations prospectives ou des prévisions financières non auditées. Ces déclarations prospectives et prévisions sont sujettes à des risques et des aléas pouvant se traduire, ultérieurement, par des données réelles substantiellement différentes. Ces déclarations prospectives et prévisions sont présentées à la date du présent document et Solocal n'assume aucune obligation quant à leur mise à jour du fait d'informations ou d'événements nouveaux ou de toute raison autre que les réglementations applicables. Solocal vous invite à prendre connaissance avec attention des informations relatives aux facteurs de risque susceptibles d'affecter son activité telles que figurant dans son Document d'Enregistrement Universel, dont la version 2025 a été déposée auprès de l'Autorité des marchés financiers (AMF) et est consultable notamment sur le site de Solocal (www.solocal.com).

Définitions

Groupe : Représente le périmètre consolidé de Solocal.

Prises de commande (ventes) : Commandes enregistrées par la force de vente, devant donner lieu à une prestation effectuée par le Groupe pour ses clients.

Périmètre constant : Périmètre excluant la contribution d'Artur'In, consolidé depuis le 1er mai 2026.

Carnet de commandes : Le carnet de commandes correspond à la part du chiffre d'affaires restant à reconnaître au 30 septembre 2026 sur les commandes telles que validées et engagées par les clients. S'agissant des produits en abonnement, seule la période d'engagement en cours est considérée.

ARPA : Average Revenue per Advertiser, i.e. revenu moyen par annonceur. Calculé en divisant le chiffre d'affaires des douze derniers mois par la moyenne du parc clients EoP sur les douze derniers mois.

À propos de Solocal :

Solocal est le meilleur partenaire des TPE/PME et pagesjaunes le média utile à tous et indispensable aux entreprises.

Solocal, leader français du marketing digital, accompagne les entreprises locales – ETI, TPE, PME, grandes enseignes et collectivités – dans leur digitalisation et le développement de leur activité. Chaque jour, des centaines de milliers d'entreprises en France font confiance à ses solutions : gestion de la présence en ligne, création de sites web et e-commerce, publicité digitale et data marketing. Avec pagesjaunes, sa marque emblématique, Solocal aide les internautes et mobinautes à trouver les professionnels répondant à leurs besoins. Avec Solocal+, lancé en janvier 2026, le Groupe propose une offre data & publicité unique sur le marché. Dans le cadre de sa transformation en AI Company, Solocal enrichit ses solutions avec des technologies d'intelligence artificielle, notamment en intégrant des capacités avancées de communication digitale automatisée et de community management issues de la plateforme Artur'In acquise en avril 2026. Fort de plateformes technologiques évolutives, de données géolocalisées, d'une audience massive et d'une couverture commerciale unique en France, Solocal collabore avec les grandes plateformes numériques pour maximiser l'efficacité de ses services. Sa filiale Regicom complète cette offre en proposant des solutions performantes en e-commerce, gestion de projet et stratégie digitale. Ensemble, Solocal et Regicom œuvrent pour dynamiser la vie économique locale en offrant des solutions digitales automatisées et fondées sur la data et l'intelligence artificielle.

Contacts presse

Charlotte Millet
Tel : 06.83.93.67.03
charlotte.millet@solocal.com

Edwige Druon
Tel : 06.23.24.35.09
edruon@solocal.com

Contacts investisseurs

Clément Ginet
Tel : 01.46.23.30.61
cginet@solocal.com

Nous suivre

LinkedIn
solocal.com