

COMMUNIQUÉ DE PRESSE

Boulogne-Billancourt, le 31 août 2016

SoLocal Group réfute les accusations portées par l'association RegroupementPPLOCAL dans son courrier à l'AMF

SoLocal Group a pris connaissance du courrier adressé à l'Autorité des marchés financiers (AMF) le 22 août dernier par l'association RegroupementPPLOCAL aux fins d'ouverture d'une enquête portant sur la communication financière du groupe et le marché du titre.

SoLocal Group réfute l'ensemble des accusations qui y sont développées, qui sont infondées et relèvent d'une présentation partielle et erronée de la réalité, comme exposé dans le présent communiqué.

L'entreprise vient d'adresser à chacun des signataires de ce courrier une mise en demeure de cesser sans délai ces agissements.

Elle a également demandé à l'Autorité des marchés financiers de bien vouloir prendre toute mesure utile pour rappeler à cette association les règles impératives qui s'imposent à toute partie prenante au capital d'une société cotée, dès lors qu'elle prend l'initiative d'une communication mettant en cause la valorisation du titre.

SoLocal Group rappelle que depuis plusieurs semaines, l'association RegroupementPPLOCAL a pris l'initiative d'entreprendre une campagne de dénigrement systématique de la communication de l'entreprise, par voie de presse et divers moyens d'expression publique. C'est dans ce contexte que s'inscrit le courrier adressé par quatre représentants de cette association à l'Autorité des marchés financiers pour solliciter l'ouverture d'une enquête sur la communication financière de la société et le marché du titre. Cette saisine s'accompagne d'un ensemble d'accusations calomnieuses et d'allégations dépourvues de tout fondement.

Au moment où l'entreprise aborde une phase particulièrement décisive pour la renégociation de sa dette, SoLocal Group ne peut que s'interroger sur les motivations de cette démarche qui ne sert ni les intérêts des actionnaires, ni l'intérêt social de l'entreprise. Cette démarche vient appuyer opportunément l'action de quelques activistes qui revendiquent de pouvoir s'immiscer dans les négociations en cours, voire de prendre un rôle direct dans la gestion opérationnelle de l'entreprise.

Ces agissements visent à déstabiliser la société, ses actionnaires et le marché du titre et vont à présent bien au-delà du cadre d'une simple divergence d'analyse.

Compte-tenu de l'expertise financière mise en avant par les porte-parole de cette association, ceux-ci ne peuvent en effet ignorer la réalité des fondamentaux de l'entreprise et de son secteur, ni les raisons de l'évolution du prix de son action au cours des deux dernières années.

Il est en effet particulièrement choquant et trompeur pour le marché de lire que la baisse continue du cours de l'action à partir de juillet 2015 serait le résultat d'une action volontaire du management pour affaiblir la valeur de l'entreprise et favoriser l'entrée de nouveaux investisseurs.

La réalité de l'entreprise, celle à laquelle font face quotidiennement ses 5 000 salariés, c'est celle d'un endettement considérable, démesuré, qui ne résulte ni des décisions récentes de son management, ni de ses performances opérationnelles, mais d'une décision historique de ses actionnaires intervenue en 2006 dans le cadre d'une cession par LBO.

Dans un marché très fortement concurrentiel, qui requiert une capacité d'investissement et d'adaptation permanente, SoLocal Group se distingue par la persistance d'une dette résiduelle d'1,1Md€, qui contraint lourdement ses choix et ses investissements opérationnels et stratégiques. Cette dette, issue de l'opération de LBO de 2006, a bénéficié aux seuls actionnaires de l'entreprise, qui ont perçu un montant cumulé de 4Md€ de dividendes au cours des 10 dernières années.

Ce niveau d'endettement, et les contraintes opérationnelles qui l'accompagnent à travers les covenants bancaires auxquels est soumise l'entreprise, place le groupe dans une situation de sous-investissement permanent. Or cette situation n'est pas durable au regard du rythme accru de décroissance des activités d'annuaires imprimés du groupe et de l'évolution rapide de ses nouvelles activités numériques sur un marché mondial très concurrentiel. Il suffit pour s'en convaincre d'analyser les lourdes difficultés que connaissent toutes les entreprises issues du secteur des annuaires imprimés pour se transformer et survivre, que ce soit aux USA, en Angleterre, en Scandinavie, en Italie, en Belgique ou ailleurs. Et d'observer au passage la disparition des actionnaires historiques dans toutes les entreprises issues du secteur d'activité historique du groupe.

Engagé dès 2013, le programme Digital 2015 (communiqué en détail au marché financier) a permis à SoLocal de réussir sa transformation numérique. Le groupe est devenu un leader mondial de la communication locale digitale, acteur majeur de l'industrie digitale en France, et voit aujourd'hui la croissance de ses activités Internet s'accélérer.

A la différence de la plupart de ses homologues à l'étranger, SoLocal a su mettre en œuvre à partir de l'année 2013 un plan massif de transformation afin de développer de nouvelles activités numériques, de faire face à l'intensité concurrentielle du secteur et à ses besoins d'innovation. Ce plan a permis à l'entreprise de prendre une avance particulièrement décisive sur le marché de la communication digitale à destination des entreprises locales. Le marché a été systématiquement informé de l'état d'avancement de ce plan, à l'occasion de la publication des résultats et des *investor days*.

Cette transformation a permis à l'entreprise de réorganiser totalement son approche commerciale avec la mise en place de *business units* spécialisées au service de la communication locale digitale de plus de 500 000 PME françaises ; de se hisser à la 6ème place sur le marché français des groupes attirant le plus d'internautes sur ses sites ; d'attirer de nouveaux talents issus de l'économie digitale ; de devenir le leader de la création de sites web d'entreprises ou de la big data locale, de nouer des partenariats d'une ampleur inédite avec les principaux acteurs de l'Internet, tels que Google, Apple ou Microsoft.

Elle est considérée à bien des égards comme exemplaire en comparaison de l'évolution des sociétés homologues au niveau mondial. Toutefois, les résultats de cette transformation ne sont pas apparus aussi vite que prévu, ce dont il a été rendu compte au marché. Pour autant, ils sont désormais incontestables comme cela a été indiqué à l'occasion de la dernière communication financière de l'entreprise qui atteste des bons résultats commerciaux de l'entreprise depuis début 2016.

La fermeture pour le groupe du marché obligataire en juillet 2015, conjuguée avec des difficultés opérationnelles, a limité ses marges de manœuvre et montré qu'un désendettement beaucoup plus important était nécessaire.

SoLocal Group a été très surpris de lire dans la lettre de l'association RegroupementPPLOCAL que la communication financière de l'entreprise relèverait d'une action « consciente, voire complice » pour proposer une réduction massive et durable de sa dette et pour favoriser l'entrée d'un ou plusieurs investisseurs privilégiés. Il est très inexact de considérer que la baisse conséquente et régulière du prix de l'action depuis le mois de juillet 2015 résulterait d'une communication financière inappropriée de la société et de son absence de commentaire à la note d'analyse publiée à l'époque par Kepler Cheuvreux.

Cette profonde méconnaissance des événements récents qui ont affecté le prix de l'action SoLocal est en décalage fort avec les commentaires d'autres actionnaires.

Le premier point à prendre en considération est la fermeture du marché obligataire à l'été 2015 qui introduit un changement majeur dans l'arbitrage des investisseurs institutionnels. Il ressort des courbes d'évolution du cours de l'action et du rendement théorique de l'obligation PagesJaunes Finance SCA, jointes à ce communiqué, d'une part, que la baisse continue de l'action a démarré en juillet 2015 et, d'autre part, que le taux de rendement s'envole à partir de juillet 2015, rendant impossible depuis lors le refinancement de la dette du groupe sur le marché obligataire. Cette situation avait en particulier comme conséquence de rendre impossible l'allongement des maturités de la dette du groupe de 2018 à 2020 tel que prévu initialement en 2014. Pour mémoire, dans le cadre de la restructuration de 2014, une clause d'extension de maturité de la dette bancaire avait été négociée, si le groupe parvenait à refinancer sa dette obligataire.

Le second point réside dans une moindre croissance des ventes du groupe en 2015. Confronté à un marché publicitaire en retrait, le groupe a connu une accélération inattendue de la décroissance de son activité Annuaires Imprimés et des difficultés opérationnelles à déployer sa nouvelle organisation qui ont freiné la croissance des activités Internet (éléments largement communiqués par SoLocal au marché financier tout au long de 2015).

Cette évolution du marché de la dette, la moindre croissance du marché publicitaire et les difficultés opérationnelles sont autant d'aléas qui ont limité la marge de manœuvre de SoLocal et qui ont rendu le refinancement de sa dette beaucoup plus difficile.

Face à cette dégradation des perspectives, la société a pris des mesures qui ont été largement communiquées au marché. Tout d'abord, en avril 2015, l'entreprise a engagé un plan de réduction de ses coûts et de désengagement de ses activités non rentables qui fut totalement mis en œuvre avant la fin de l'année. Puis, dès septembre 2015, un nouveau plan a été développé pour permettre à l'entreprise de faire face aux nouvelles conditions du marché obligataire, de restructurer sa dette et de financer son projet « Conquérir 2018 », qui vise à pérenniser la croissance des activités Internet du groupe et leur permettre d'atteindre un taux de croissance de l'ordre de 10%.

Depuis fin 2014, la société n'a eu de cesse de rechercher des solutions au refinancement de la dette de l'entreprise. En avril 2015, de nouveaux indicateurs de performance opérationnelle ont été communiqués pour permettre aux investisseurs de mieux suivre le développement des nouvelles activités de l'entreprise. Au printemps 2015, l'entreprise a préparé une émission obligataire qui aurait permis de prolonger les maturités de la dette mais cette initiative a été abandonnée en juillet 2015 du fait de la fermeture du marché obligataire. Dès novembre 2015, l'entreprise a averti le marché qu'elle explorait toutes les options possibles de refinancement de sa dette sans en exclure aucune. Elle a privilégié des schémas limitant la dilution des actionnaires et a conduit des discussions avec près de 40 investisseurs dans le monde entier, dont certains actionnaires existants, pour trouver des solutions.

A la lumière des fortes évolutions connues depuis 2014, la priorité a été de chercher à réduire la dette à un niveau inférieur à 5 années de cash flow net avant service de la dette pour permettre à l'entreprise de poursuivre son développement en étant capable de faire face à de multiples aléas.

Au regard de la refondation du groupe au cours des dernières années, et des risques associés, sa communication a été transparente, factuelle et prudente. Contrairement aux critiques formulées,

le groupe a toujours visé à communiquer au marché la vision la plus sincère de la transformation de l'entreprise et de ses perspectives.

Dans la lettre qu'il adresse à l'Autorité des marchés financiers, l'association RegroupementPPLOCAL ne retient de la transformation massive du groupe que l'annulation du plan de sauvegarde de l'emploi de 2013 par le Conseil d'Etat et la provision de 35 M€ qui en résulte.

Il est indéniable que l'annulation de la validation du plan de sauvegarde de l'emploi de 2013 a lourdement pesé sur les résultats 2015 de l'entreprise. Pour autant, SoLocal Group n'a jamais caché au marché que cette décision évidemment extérieure à sa volonté était susceptible d'impacter ses résultats, et qu'elle ne pourrait en évaluer le coût probable avant d'avoir constaté le départ effectif des salariés concernés et d'avoir pris connaissance des requêtes formulées par les salariés devant les tribunaux compétents, deux éléments qui ne furent pas connus avant fin 2015. Pour protéger les intérêts de l'entreprise, et donc de ses actionnaires, dans un contexte contentieux, le détail du calcul des provisions, estimé individu par individu, et d'après les recours engagés, et soumis à la revue des commissaires aux comptes, n'a pas été rendu public.

Il est tout aussi stupéfiant de voir ce regroupement d'actionnaires dénoncer une stratégie de communication soi-disant délibérément anxigène au motif que l'entreprise a souhaité placer ses perspectives 2016 sous l'hypothèse de ses options de refinancement, comme si le poids de la dette et des covenants bancaires n'étaient qu'autant de circonstances accessoires aux capacités d'investissement et de développement de l'entreprise dès l'année 2016. Il était pourtant évident que les délais de restructuration financière conditionnaient les objectifs de croissance de l'entreprise pour 2016. L'entreprise les a communiqués au marché au plus tôt dès qu'il est apparu que cette restructuration n'interviendrait pas avant l'automne 2016. Quelques semaines plus tard, l'entreprise a estimé et communiqué qu'elle ne respecterait pas un covenant fin juin 2016. Cette communication par anticipation est une preuve de rigueur et la critique formulée par l'association RegroupementPPLOCAL à ce sujet est difficile à prendre au sérieux.

C'est avec la même désinvolture que l'association RegroupementPPLOCAL croit pouvoir écarter tout lien entre le niveau de la dette et les capacités opérationnelles de l'entreprise, et toute urgence à agir face à l'échéance d'une dette « encore à plus de deux ans ». Il est pourtant inutile de rappeler que la valeur de l'entreprise ne relève pas uniquement des appréciations de marché, mais aussi de ses performances technologiques, marketing et commerciales qui ne reposent que sur la capacité de l'entreprise à investir, à innover et à recruter et retenir les meilleurs talents du numérique. Tout délai supplémentaire affaiblirait considérablement SoLocal dans un marché en rapide évolution.

Enfin, la remise en cause de l'opportunité de la provision pour dépréciation sur titres PagesJaunes de 1 640 M€ est tout aussi infondée. Présentée dans le rapport annuel de l'entreprise, cette provision n'a pas fait l'objet de commentaires détaillés dans la mesure où elle est sans impact sur les comptes consolidés ; son montant a été revu par les commissaires aux comptes et établi sur la base d'une analyse rigoureuse des perspectives de l'entreprise à la date d'arrêt des comptes qui, comme l'entreprise l'a expliqué dans sa communication financière, se sont dégradées en 2015 du fait de la dégradation accélérée des activités relatives à l'annuaire imprimé, d'une part, et du délai de reprise de la croissance Internet, d'autre part. Cette provision a été logiquement passée sur l'exercice 2015, date d'apparition de ces difficultés.

Toutes les questions posées par l'association RegroupementPPLOCAL ne sont donc en aucun cas des arguments de nature à remettre en cause la transparence de la communication financière de SoLocal. Celle-ci a toujours insisté sur la réalité des contraintes opérationnelles de l'entreprise et de l'endettement qui les sous-tendent. Les arguments avancés par l'association RegroupementPPLOCAL ne doivent pas leurrer les actionnaires sur la nécessité, l'urgence et le bien-fondé du projet de restructuration financière annoncé le 1^{er} août dernier.

Le nouveau plan Conquérir 2018 est une chance unique de réduire drastiquement la dette du groupe dans un juste équilibre entre les intérêts économiques des créanciers, ceux des actionnaires, et l'intérêt social de l'entreprise.

Après de longues et difficiles négociations, SoLocal Group a défini un projet visant à pérenniser le développement et la croissance de l'entreprise, condition indispensable pour permettre d'envisager un rebond de sa valorisation. Ce plan apparaît aujourd'hui suffisamment crédible pour que des créanciers détenant plus la moitié de la dette du groupe soutiennent un projet de réduction de près des deux tiers de leur créance. Il a également recueilli l'approbation de quatre des cinq principaux actionnaires de l'entreprise, représentant 15% du capital. Certains de ces actionnaires avaient souhaité participer aux négociations et avaient accepté de signer un accord de confidentialité. Cette possibilité a également été proposée aux représentants de l'association RegroupementPPLOCAL, qui déplore pourtant aujourd'hui de ne pas avoir pu prendre part aux discussions alors même qu'il a refusé de signer un accord de ce type.

Loin d'avoir cherché à léser les actionnaires, l'entreprise souhaite au contraire leur offrir la possibilité de prendre part à cette augmentation de capital, l'investissement en capital des prêteurs n'étant accru que dans le cas où les actionnaires renonceraient à exercer une partie de leurs droits de souscription. L'association RegroupementPPLOCAL conteste aujourd'hui ces modalités et met en avant un éventuel refus des actionnaires individuels de prendre part à l'opération, exigeant une traduction immédiate dans la valeur du titre de son prix potentiel post-opération. Pour mémoire, c'est au nom de cette même logique que l'entreprise s'est retrouvée lestée d'une dette de plusieurs milliards d'euros, à l'issue du LBO de 2006, un scénario qui a profondément handicapé le développement de l'entreprise !

Le management est fortement engagé au capital de l'entreprise et sa rémunération est alignée avec l'intérêt des actionnaires.

L'association RegroupementPPLOCAL a formulé des accusations sur une éventuelle collusion entre le management de l'entreprise et certains investisseurs, pour faire baisser le cours de l'action. SoLocal Group tient à dénoncer ces allégations avec la plus grande fermeté et, s'il en était encore besoin, à rappeler l'engagement des dirigeants au capital de l'entreprise. Le Président du Conseil a largement investi dans l'entreprise en 2014 puis en 2015 et, contrairement aux affirmations de l'association RegroupementPPLOCAL, il n'est pas le seul membre du Conseil d'Administration à en avoir fait ainsi. En effet, depuis son arrivée dans le groupe, en 7 ans, le Directeur général a investi en cash dans le groupe plus de 40% de sa rémunération nette d'impôts. Par ailleurs, les principaux managers de l'entreprise ont bénéficié d'actions gratuites en 2014 et souscrit aux augmentations de capital de 2015. De ce fait, le management de l'entreprise est directement concerné par la baisse du cours de l'action et ne saurait en aucun cas être soupçonné de poursuivre un intérêt différent de celui des actionnaires individuels.

L'association RegroupementPPLOCAL s'interroge également sur le niveau de part variable du management. Les objectifs du management fixés par le Conseil d'Administration pour 2015 portaient sur la croissance des activités Internet, leur rentabilité et la résolution dans un délai particulièrement restreint des difficultés opérationnelles qui subsistaient et faisaient peser un risque sur les résultats commerciaux de l'entreprise. Le taux d'atteinte de ces objectifs tient compte de ces réalisations et a été mesuré à 120%. Pour autant, le management a souhaité renoncer à 25% de la part variable qui lui avait été attribuée, considérant que la baisse du cours de l'action de la société ne permettait pas de considérer ces objectifs comme atteints à 100%. Il convient par ailleurs de rappeler que l'alignement de la rémunération du management avec le cours de l'action repose sur un intéressement à long terme en actions et sous conditions de performance, tel que cela a été approuvé par l'assemblée générale des actionnaires en 2014.

Ainsi, SoLocal rejette les accusations portées sur sa communication financière et souhaite rétablir les conditions d'une information objective des investisseurs.



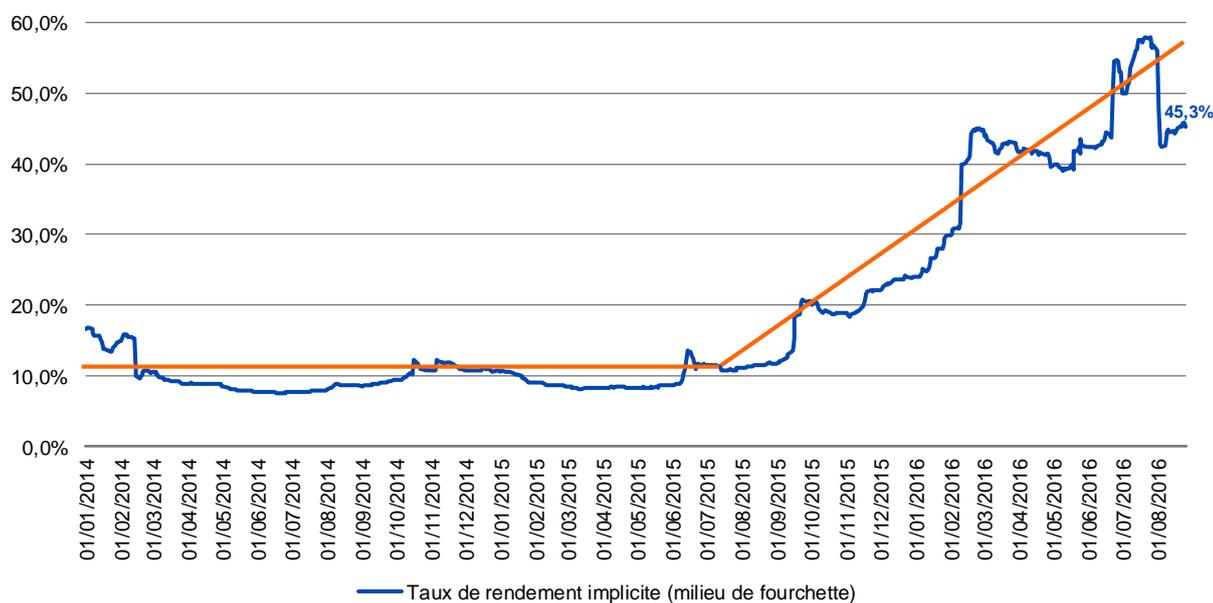
Le caractère calomnieux et inacceptable des accusations portées par l'association RegroupementPPLOCAL doit appeler chaque investisseur à s'interroger sur les véritables objectifs poursuivis par cette association.

L'entreprise ne peut accepter de se trouver sous pression d'un regroupement d'actionnaires qui affaiblit son image par des dénonciations calomnieuses à un moment critique de renégociation de sa dette et qui cherche à infléchir la communication du management dans un sens plus favorable aux intérêts de certains de ses membres et ce, au mépris de l'obligation de sincérité, de loyauté et de transparence qui pèse sur l'entreprise.

Annexe 1 – Évolution du cours de bourse



Annexe 2 – Évolution du taux de rendement implicite (milieu de fourchette)



Source : Bloomberg



À propos de SoLocal Group

SoLocal Group, leader européen de la communication digitale locale, révèle les savoir-faire locaux et stimule l'activité locale des entreprises. Les activités Internes du Groupe s'articulent autour de deux lignes produits : Search Local et Marketing Digital. Avec le Search Local, le Groupe offre des services et des solutions digitales aux entreprises pour accroître leur visibilité et développer leurs contacts. Fort de son expertise, SoLocal Group compte aujourd'hui près de 530 000 clients et plus de 2,2 milliards de visites via ses 4 marques phares : PagesJaunes, Mappy, Ooreka et A Vendre A Louer, mais aussi à travers ses nombreux partenariats. Grâce au Marketing Digital, SoLocal Group crée et met à disposition le meilleur contenu local et personnalisé sur les professionnels. Avec plus de 4 400 collaborateurs, dont une force de vente de 1 900 conseillers spécialisés dans cinq verticales (Habitat, Services, Commerce, Santé & Public, B2B) et à l'international (France, Espagne, Autriche, RoyaumeUni), le Groupe a généré en 2015 un chiffre d'affaires de 873 millions d'euros, dont 73 % 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'). Plus d'informations sont disponibles sur www.SoLocalgroup.com.

Contacts

Presse

Delphine Penalva

+33 (0)1 46 23 35 31

dpenalva@solocal.com

Edwige Druon

+33 (0)1 46 23 37 56

edruon@solocal.com

Investisseurs

Elsa Cardarelli

+33 (0)1 46 23 40 92

ecardarelli@solocal.com