

Boulogne-Billancourt, le 13 février 2018

Chère actionnaire, cher actionnaire,

C'est dans le cadre de notre dialogue continu que je tenais à vous présenter notre nouveau projet stratégique, rendu public le 13 février.

En effet, j'ai pris la tête de SoLocal il y a quelques mois avec l'objectif d'engager notre entreprise dans une transformation importante et décisive qui doit lui permettre de capitaliser pleinement sur son potentiel.

L'année dernière SoLocal a mené une restructuration financière d'envergure qui lui permet désormais de se projeter vers l'avenir. **Je crois sincèrement que SoLocal, qui est déjà l'un des principaux acteurs français de la communication digitale locale, dispose de tous les atouts pour devenir l'un des champions du digital en France.** Mais cela suppose une adaptation rapide de nos méthodes et de notre positionnement. Ce n'est un secret pour personne : notre marché est en perpétuel mouvement. Nos concurrents et partenaires - qui parfois sont les mêmes - sont des géants mondiaux mais aussi des entreprises très agiles qui ajustent en permanence leurs modèles, leurs stratégies et leurs produits. SoLocal a commencé à évoluer ces dernières années, mais il doit le faire encore, plus vite et plus fort.

Mon objectif est que SoLocal soit très vite **le partenaire digital de référence des entreprises françaises de toutes tailles et qu'il soit considéré comme celui qui les aide à accélérer leur croissance.** Que faut-il faire pour y parvenir ?

Il nous faut, d'abord, **repositionner notre offre pour qu'elle réponde aux besoins de nos clients.** Les entreprises, petites et grandes, ont d'abord besoin de plus de visibilité digitale sur tous les écrans. Elles ont besoin de localiser en permanence de nouveaux utilisateurs, de déployer leurs messages publicitaires avec précision. Nos clients ont certes des besoins très variés : les médecins souhaitent des services de rendez-vous automatisés ; les PME veulent avoir accès à des services digitaux de pointe, à des solutions de CRM ou de paiement dématérialisé efficaces et à leur mesure. Mais tous souhaitent avoir une présence universelle, sur nos médias et aussi sur toutes les plateformes disponibles. Les accords que nous avons passés et allons passer avec les GAFAM vont nous permettre de l'améliorer tous les jours un peu plus.

Nous allons ensuite **réinventer nos deux médias, PagesJaunes et Mappy**, pour proposer une expérience utilisateurs enrichie. Du côté de PagesJaunes, il s'agira de renforcer la pertinence de la recherche locale (le search) via une plus grande personnalisation et de faire croître leur engagement à travers de nouveaux services (avis, recommandations, prises de rendez-vous, etc.). De son côté, Mappy accompagne l'évolution des habitudes de déplacement des Français en enrichissant son activité d'itinériste d'un comparateur multimodal.



Nous allons orienter notre organisation davantage vers nos clients et utilisateurs, car leur satisfaction est au cœur de notre projet de transformation. Nous allons ainsi créer un tout nouveau parcours client : omnicanal (terrain, télévente et online) et concentré en une seule application permettant au client de suivre en direct ses audiences, de contacter son coach digital, etc. Dans le même esprit, le renforcement de la collaboration entre nos équipes produit et de développement œuvrera en faveur du développement d'innovations pour encore mieux accompagner l'évolution des besoins des TPE/PME et grands groupes à réseaux.

Enfin, pour gagner en compétitivité et en agilité, l'organisation opérationnelle sera adaptée avec, notamment, la suppression des Business Units, la centralisation des fonctions supports, la rationalisation des implantations, la simplification de la ligne managériale et la consolidation de certaines activités. Cela impliquerait une réduction de l'ordre de 1 000 postes sur la période 2018-2019, dont environ 800 postes en 2018 avec la mise en place d'un Plan de Sauvegarde de l'Emploi, et 200 postes en 2019. En parallèle, il est envisagé, dans le cadre du projet de transformation, la création d'une centaine de postes en 2018 sur de nouvelles compétences digitales.

Notre projet « SoLocal 2020 » est clef pour garantir le développement de l'entreprise et renouer avec la croissance grâce à une compétitivité restaurée. Je suis convaincu que nous allons réussir ensemble. SoLocal est une entreprise majeure de l'économie française. Ma détermination est qu'elle le soit encore davantage d'ici 2020, pour nos équipes, nos clients, nos utilisateurs, et bien sûr pour nos actionnaires en devenant le champion digital dont la France a besoin.

Je vous remercie de la confiance que vous témoignez au Groupe et de votre engagement dans cette étape capitale de son développement. J'aurai beaucoup de plaisir à vous retrouver pour notre prochaine Assemblée Générale du 9 mars 2018.

Veillez croire, chère actionnaire, cher actionnaire, en l'expression de mes sentiments les meilleurs.

Eric Boustouller
Directeur Général de SoLocal Group

