



Activité du T2 2021 et résultats du S1 2021

Avertissement

Le présent document contient des déclarations à caractère prospectif. Celles-ci ne constituent pas des prévisions au sens du Règlement délégué (UE) 2019/980 de la Commission, 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 Solocal Group, et prennent en compte toutes les informations actuellement disponibles. Bien que la direction de Solocal Group estime que ces déclarations prospectives sont raisonnables, les investisseurs sont alertés sur le fait que ces déclarations prospectives sont soumises à différents risques et incertitudes, la plupart étant difficiles à prévoir et généralement hors du contrôle de Solocal Group, qui peuvent impliquer que les résultats et événements effectifs réalisés diffèrent significativement de ceux qui sont exprimés, induits ou prévus dans les informations et déclarations prospectives. Les risques et incertitudes incluent ceux cités ou identifiés dans les documents publics déposés par Solocal Group auprès de l'Autorité des Marchés Financiers (AMF), y compris, en particulier, ceux énumérés dans la rubrique « Facteurs de risque » du Document d'enregistrement universel de Solocal Group. Solocal Group, ses filiales, ses administrateurs, ses conseils, ses salariés et ses représentants déclinent expressément toute responsabilité pour ces énoncés prospectifs. Les déclarations prospectives incluses dans le présent document reflètent les perspectives de Solocal Group à la date de rédaction du présent document. Sous réserve de la réglementation applicable, Solocal Group ne prend aucun engagement de mettre à jour ou de réviser ces déclarations prospectives.

Toutes les données comptables sur une base annuelle ou semi-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. Dans la présentation de ses résultats et dans son communiqué, Solocal Group isole la dynamique des activités poursuivies de celle des activités cédées. Les indicateurs de performance financière sont commentés sur le périmètre des activités poursuivies. Les éléments financiers présentés pour l'année 2021 et S1 2021 sont révisés à la lumière du périmètre 2021 des activités poursuivies. Les montants présentés dans ce document peuvent ne pas s'additionner en raison des arrondis.

Tous les indicateurs et données de nature financière sont publiés en détail dans le rapport des Comptes consolidés au 31 décembre 2020, disponible sur www.solocal.com (Espace Investisseurs et actionnaires).



Bienvenue à Philippe Mellier
Président du Conseil
d'administration de Solocal
le 30 Juin 2021

Messages clés du premier semestre 2021

✓ **Gouvernance**

- Arrivée de Hervé Milcent en avril 2021
- Arrivée de Philippe Mellier début juillet 2021

✓ **Activité :**

- CA stabilisé¹ sur le T2 2021 vs. T2 2020, permettant de ramener la baisse du CA du S1 2021¹ à -5,1% vs. S1 2020 (contre -10.2% au T1 2021¹ vs. T1 2020)
- Un parc clients stabilisé pour le troisième trimestre consécutif
- Churn en baisse
- ARPA stable

✓ **Marge d'EBITDA de 26%**, soutenue par une maîtrise des coûts

✓ **Un S1 2021** reflétant les **effets bénéfiques du passage en mode abonnement** et les efforts faits en matière **de rétention**, même si de **nombreux challenges restent devant nous** et en particulier la **pleine appropriation du modèle par les commerciaux**

¹ à périmètre comparable (hors activité Imprimés & filiales cédées)



Sommaire

- 1 Résultats financiers** p. 6
- 2 Revue d'activité** p. 17
- 3 Conclusion** p. 28
- 4 Questions & Réponses** p. 30



Résultats financiers

Olivier REGNARD

Directeur Financier

Messages clés

→ Chiffre d'affaires:

- **214,6 m€ au S1 2021**, -5,1%¹ vs. chiffre d'affaires Digital S1 2020 comme anticipé
- **107,9 m€ au T2 2021**, **stable** à +0,6% vs. T2 2020

→ **CA sécurisé: 365 m€ à fin juin 2021** vs. 388 m€ à fin juin 2020 pour 2020

→ **EBITDA² à 56,5 m€ au S1 2021** vs. 73,8 m€ au S1 2020 (pour rappel, l'EBITDA du S1 2020 incluait 13 m€ d'allègements de coûts en lien avec la mise en oeuvre du chômage partiel)

→ **Génération positive de cash flow** sur le premier semestre 2021

→ **Remboursement du RCF en septembre 2021 à hauteur de 6 m€, dont 3 m€ en cash** (prévu dans le cadre la restructuration)

Principaux indicateurs de chiffre d'affaires

	Mars 2020	Mars 2021	Variation
Carnet de commandes Digital ¹ (en m€)	283	266	-5,9%

→ **Carnet de commandes Digital¹ en baisse de -5,9%** vs. 31 mars 2021.

	S1 2020 ²	S1 2021	Variation
Ventes en abonnement (en % des ventes Digital) ³	78%	87%	+9 pts
Chiffre d'affaires Digital (en m€)	226,1	214,6	-5,1%

→ **87 % de prises de commandes en mode abonnement** sur les six premiers mois de l'année, niveau normatif sur le long terme

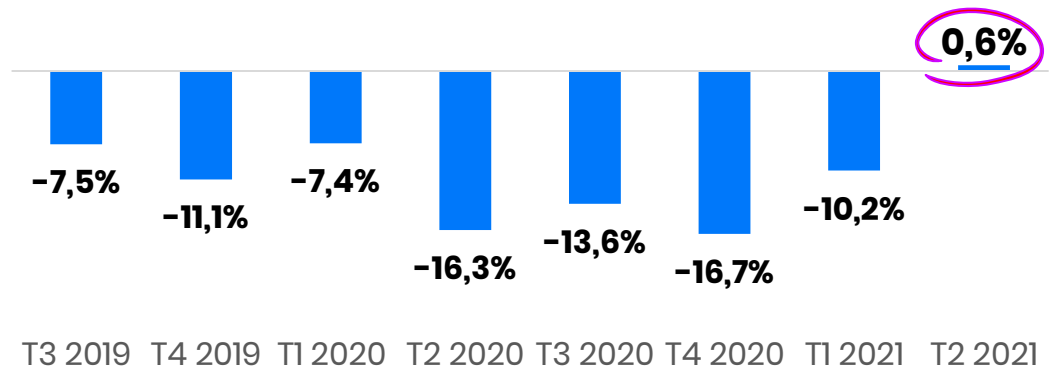
→ **CA Digital en baisse de -5,1 %** reflet des périodes de confinement 2020 sur notre activité, mais **un T2 2021 quasi stable à +0,6%** vs. T2 2020 qui traduit l'atténuation progressive de l'impact de la crise

Indicateur de croissance contribution des ventes au CA des 12 prochains mois

- Les ventes du S1 2021 sécurisent un CA à 12 mois 26% plus élevé que les ventes du S1 2020
- Les ventes du T2 2021 sécurisent un CA à 12 mois 65% plus élevé que les ventes du T2 2020

reflétant l'effet de base favorable de la crise sanitaire en 2020

Croissance du chiffre d'affaires⁴



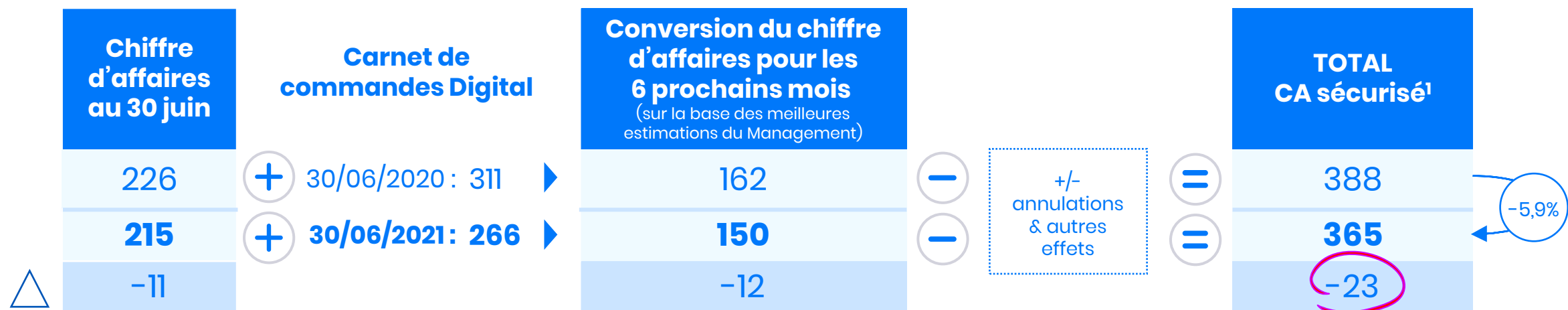
¹ Calcul : carnet de commandes Digital à la fin de la période précédente + prise de commandes Digital du trimestre - chiffre d'affaires Digital du trimestre

² Périmètre retraité - incluant le Vocal et offline, hors filiales QdQ Media et Mappy, toutes deux cédées en 2020

³ Calculé en pourcentage de la valeur des ventes Digital Solocal SA

⁴ CA Digital trimestre n vs. trimestre n-1

365 m€ de chiffre d'affaires sécurisé pour 2021



À noter : par prudence, le CA sécurisé comprend uniquement le CA des ventes passées (enregistrées au 30 juin 2021) mais ne comprend pas le CA issu de la tacite reconduction des contrats dont la date de renouvellement est au S2 2021. **Le CA sécurisé ne reflète donc pas les effets vertueux du modèle abonnement.**




Chiffre d'affaires sécurisé¹
(en m€)

Mars 2020	Mars 2021	Var.
362	310	-52
Juin 2020	Juin 2021	Var.
388	365	-23

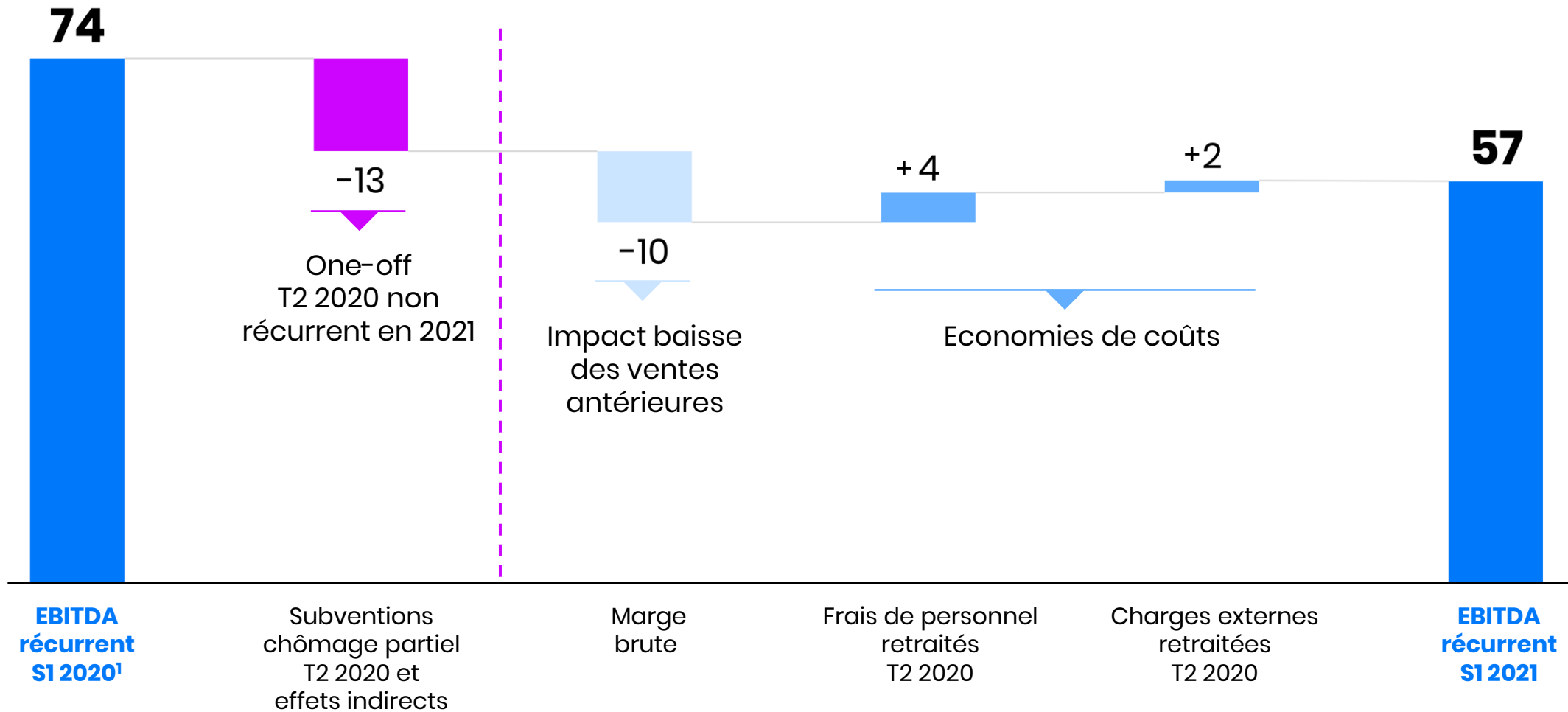
CA sécurisé pour 2021 de 365 m€, en baisse de -23 m€ vs. 30 juin 2020. En comparaison, l'écart était de -52 m€ entre le CA sécurisé au 30 mars 2021 vs. 30 mars 2020
= réduction de l'écart

¹ Périmètre retraité - incluant le Vocal et offline, hors filiales QdQ Media et Mappy, toutes deux cédées en 2020

Chiffre d'affaires par activité du Groupe Solocal

	 Connect^{1,4}	 Sites^{2,4}	 Booster^{3,4}	TOTAL Digital⁴
S1 2021	61,8 m€	31,3 m€	121,4 m€	214,6 m€
S1 2020	52,1 m€	35,4 m€	138,6 m€	226,1 m€
Variation	+18,6%	-11,6%	-12,4%	-5,1%

EBITDA S1 2021 : effet de base défavorable & impact de la crise sanitaire sur les ventes amorti par un contrôle des coûts



¹les chiffres du premier semestre 2020 sont présentés pro forma du retraitement de l'activité Imprimés, en application de la norme IFRS 5

Un EBITDA en ligne avec les objectifs

En million d'euros	S1 2020 ¹	S1 2021 ¹	Var.	
			%	Abs
Chiffre d'affaires	226,1	214,6	-5,1%	-11,5
• Charges externes récurrentes	(57,5)	(58,6)	+2,3%	-1,3
• Frais de personnel récurrents	(95,0)	(99,4)	+4,6%	-4,4
EBITDA Récurrent	73,8	56,5	-23,4%	-17,3
• Eléments non récurrents	1,9	5,9	-	+4,0
EBITDA Consolidé	75,7	62,5	-17,3%	-13,2
• Dépréciations & amortissements	(26,8)	(28,2)	+5,2%	-1,4
Résultat d'exploitation	47,6	34,2	-28,2%	-13,4
Résultat financier	(25,6)	(14,0)	-47,1%	11,6
• Activités désengagées	(4,2)	-	-	-
• Impôt sur les sociétés	(4,3)	(8,7)	-	+4,4
• Résultat net des activités abandonnées ²	14,5	-	-	-
Résultat net consolidé	28,0	11,5	-58,9%	-16,5
Marge d'EBITDA Récur. (EBITDA/CA)	32,6%	26,4%		-6,3pts



Rappel : effet de base sur l'EBITDA au S1 2020 :

en tout, 13 m€ d'allègements de coûts liés à la crise sanitaire

- **Une marge sur coûts variables de 89%, en légère diminution vs S1 2020 à 91%**
- **Charges externes récurrentes : + 2,3% au S1 2021 vs. S1 2020**
 - Base de comparaison défavorable au S1 2020 :
 - Le spend media était en baisse en raison de la fermeture des clients au T2 2020
 - Baisse des coûts indirects (frais de déplacement, séminaires...) pendant la crise
- **Frais de personnel :**
 - Le S1 2020 comprenait 9 m€ d'allègements de masse salariale liés au chômage partiel
 - Pro forma de cet effet one off, les charges de personnel baissent de -9%
- **Eléments non récurrents :** reprise de provision liée au PSE
- **Charges financières en baisse,** conséquence de la restructuration financière de 2020

¹ à périmètre comparable, hors Imprimés et filiales cédées en 2020

² activité Imprimés

Des investissements focalisés sur nos objectifs stratégiques

SERVICES DIGITAUX

- Connect & nouvelles fonctionnalités
- Produits grands comptes et réseaux
- Sites internet
- Solocal Manager



DATA & PUBLICITÉ

VENTE, CRM & MARKETING

- Déploiement de la nouvelle organisation
- Adaptation et modernisation des ventes et service clients



solocal

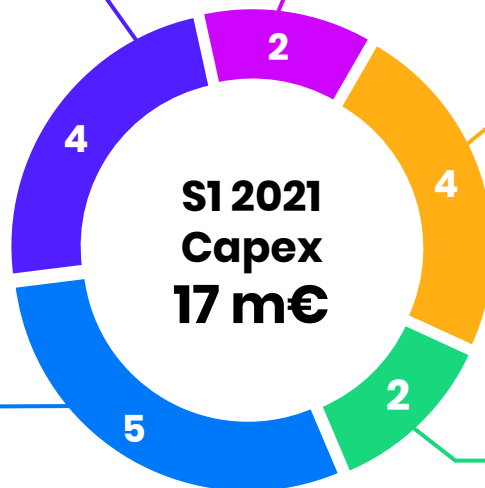
AUTRES

- Infrastructures IT
- Application Back Office
- Immobilier

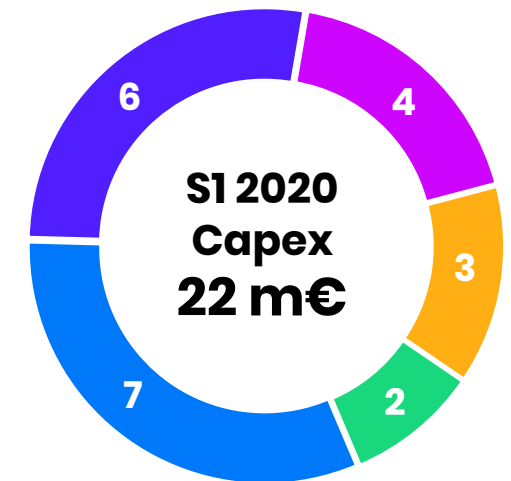
PLATEFORMES MÉDIAS

Investissements dans les médias du Groupe

- Pages Jaunes
- Moteur de recherche
- Contenu média



Pour rappel



- Plateformes médias
- Services Digitaux
- Data & Publicité
- Vente, CRM et marketing
- Autres

Une diminution d'env. -23% vs. S1 2020, conformément à nos engagements

Flux de trésorerie positifs sur le semestre

En million d'euros	S1 2020	S1 2021	Variation
EBITDA récurrent¹	85,9	56,5	-34,2%
Eléments non monétaires dans l'EBITDA	(5,0)	2,8	-
Variation du besoin en fonds de roulement	(41,8)	(8,1)	-80,6%
Acquisitions d'immobilisations corp. et incorp.	(22,0)	(16,9)	-23,2%
Flux de trésorerie opérationnels récurrents	17,1	34,3	100,6%
Résultat financier (dé)caissé	(1,1)	(5,4)	-
Impôt sur les sociétés décaissé	(1,6)	0,1	-
Autres	(0,1)	(0,6)	-
Flux de trésorerie récurrents	14,3	28,4	98,6%
Eléments non récurrents	(19,5)	(7,3)	-62,6%
Flux de trésorerie disponibles	(5,1)	21,1	-
Augmentation (diminution) des emprunts	0,0	0,0	-
Augmentation de capital	3,7	0,7	-81,0%
Autres	(11,9)	(12,2)	-15,1%
Variation nette de trésorerie	(13,3)	9,6	-
Trésorerie nette et équivalents de trésorerie à l'ouverture	41,5	61,4	48,0%
Trésorerie nette et équivalents de trésorerie à la clôture	28,1	71,0	-

- **Variation du BFR** en nette amélioration vs. S1 2020, comprenant :
 - Variation du BFR client : -1 m€ vs. -49 m€ au S1 2020 reflétant la stabilisation de notre activité après des années de décroissance
 - 2 m€ de remboursement du passif fiscal & social contracté pendant la restructuration financière. (Il reste 9,4 m€ à rembourser au 30 juin 2021)
- **Eléments non récurrents : PSE** : 7 m€ décaissés au S1 2021 (3 m€ restants à décaisser post 30 juin 2021)
- **Résultat financier décaissé** :
 - Intérêts payés en numéraire sur le Bond + le RCF
 - **Rappel** : 50% des intérêts sont capitalisés jusqu'au 31 décembre 2021
- **Autres** : loyers retraités en IFRS 16 (10 m€) et remboursement intégral de la ligne de BFR (2 m€)
- **Trésorerie nette** de **71 m€** au 30 juin 2021

¹ EBITDA récurrent incluant les activités Digital & Imprimés

Remboursement partiel de la ligne RCF, comme prévu dans le plan de restructuration financière

15 juillet 2021

- **Conformément aux engagements pris dans le cadre de la restructuration financière,** annonce du remboursement partiel au 30/09/2021 de 6 m€ :
 - 3 m€ en cash
 - 3 m€ par émission d'actions (augmentation de capital réservée)



12 août au
22 septembre
2021 (inclus)

- **Dates de calcul du cours retenu pour la partie remboursée en actions :** prix unitaire égal au prix moyen pondéré par le volume dans cette période

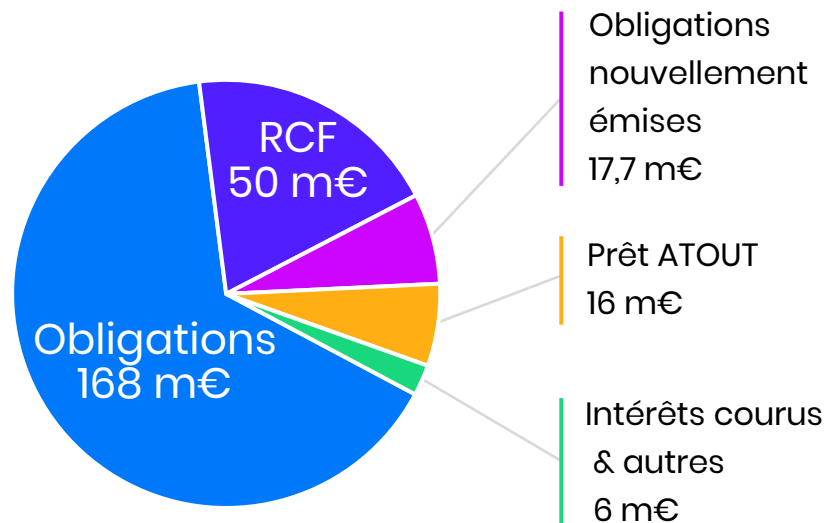


30 septembre
2021

- **Remboursement de 6 m€**
- **Solde du RCF utilisé post-remboursement : 44 m€**

¹ Calculé conformément à la documentation obligataire

Une structure financière renforcée au 30 juin 2021



En million d'euros	31/12/2020	30/06/2021
Endettement brut	256	258
Trésorerie	61	71
Endettement net	195	187
EBITDA (covenant) ¹	101	80
Levier financier	1,9x	2,3x

30/06/2021

- **Ratio de levier consolidé** (Dette nette consolidée¹ / EBITDA¹ consolidé) < **3,5x** **2,3x**
- **Ratio de couverture des intérêts** (EBITDA¹ consolidé / Frais d'intérêts net consolidés) > **3,0x** **3,3x**

¹ Calculé conformément à la documentation obligataire



Revue d'activité

Hervé MILCENT

Directeur général

Faits saillants du 1^{er} semestre 2021

Réalisations du S1 2021

Un parc clients stable pour le 3^{ème} trimestre consécutif

Confirmation d'une réduction significative du churn

Un ARPA en ligne avec nos ambitions

Une base abonnement en progression

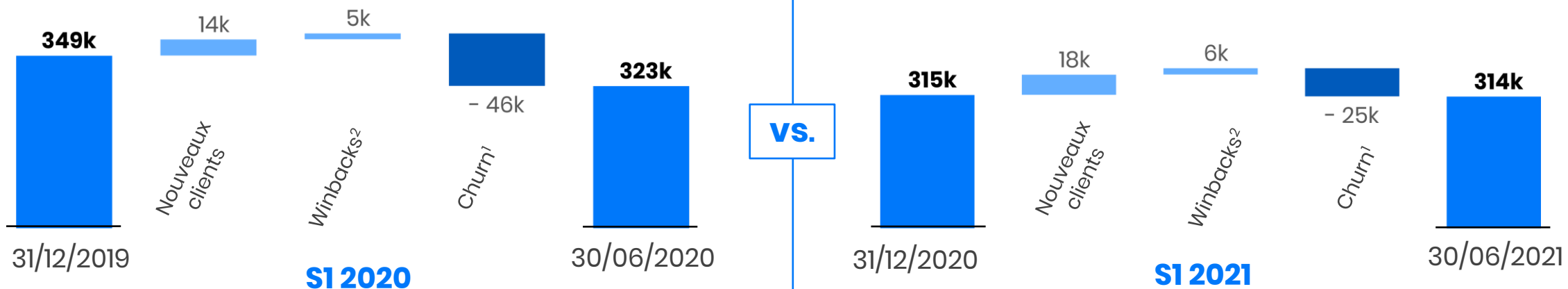
Points d'attention

Une conquête clients en difficulté

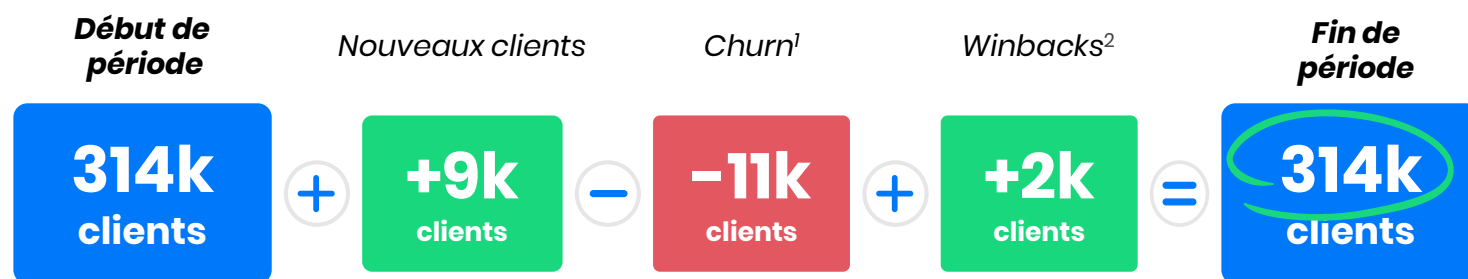
Une audience PagesJaunes challengée

Un parc clients stable pour le troisième trimestre consécutif

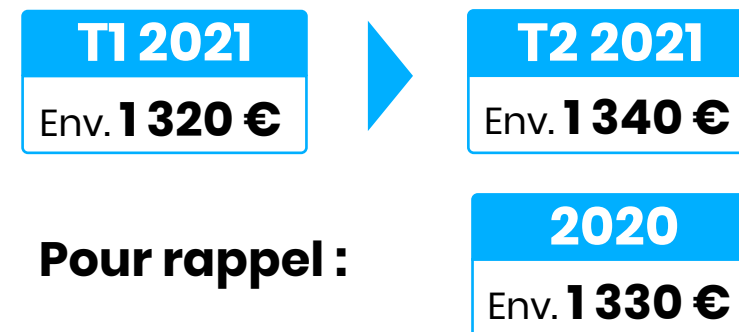
Evolution du parc clients



T2 2021



ARPA Digital³

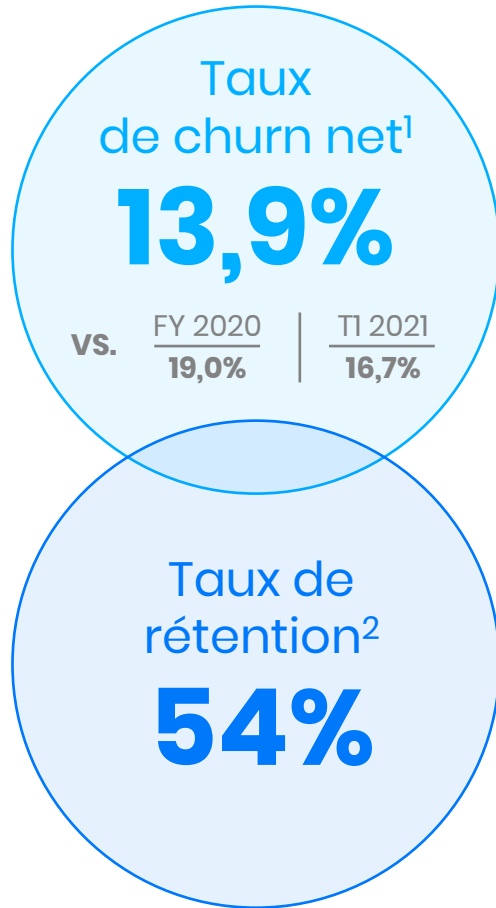


¹ calcul du churn : nb de clients perdus / nb de clients en début de période. Chiffres nets des winbacks

² Winback : acquisition d'un client ayant été perdu au cours des 12 mois précédents

³ Calculé sur la base du chiffre d'affaires Groupe, périmètre hors QdQ & Mappy, et une moyenne du nombre de clients à fin de période sur 12 mois glissants

Au T2 2021, des indicateurs en ligne avec les standards de marché



Points d'attention

- **Améliorer le qualité de nos actes de ventes et adapter nos méthodes commerciales**
→ l'acte de vente est le déclencheur principal des intentions de churn
- **Préserver la valeur sur les intentions de churn** grâce à notre équipe de rétention
→ les intentions de churn représentent env. 7 à 8 m€/ mois

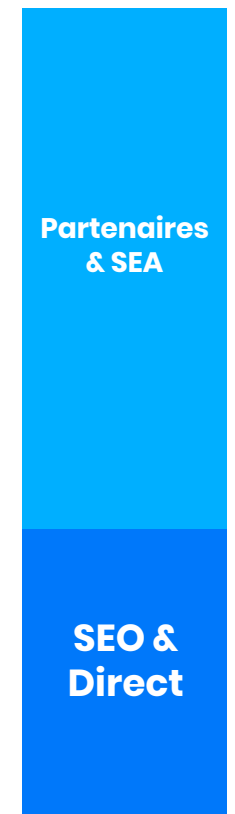
¹ calcul du churn : nb de clients perdus sur 12 mois glissants / nb de clients en début de période ; chiffres nets des winbacks

² nb de services digitaux maintenus / nb d'intentions de churn produit

PagesJaunes : un actif clé en cours de transformation

Audience PagesJaunes (en millions de visites)

941



S1 2020



S1 2021

De la visite¹ à la recherche

Pourquoi changer d'indicateur ?

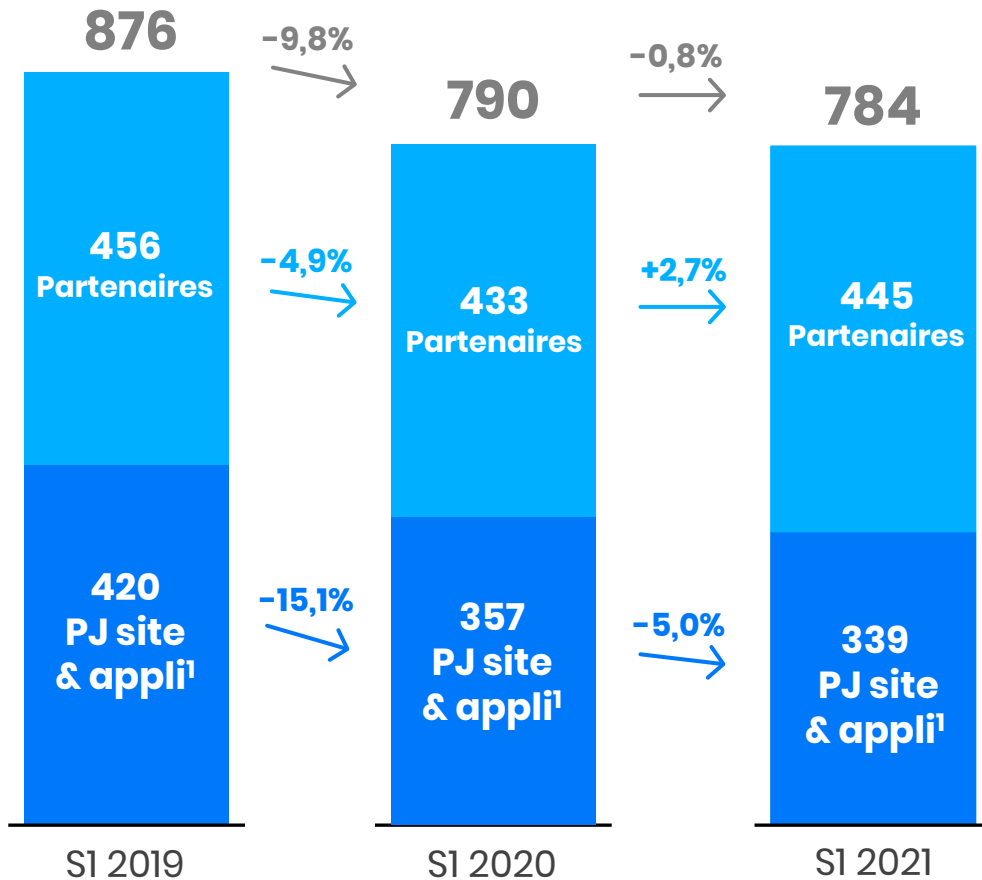
- **Depuis avril 2021**, les lignes directrices « **cookies et autres traceurs** »² de la CNIL, imposent le **consentement explicite des individus** à la mesure de l'audience de Solocal sur les sites de ses partenaires
 - Indicateur des « **visites** » **fragilisé** : l'audience des annuaires déportalisés³ **n'est plus mesurable** de manière certifiée
- **L'interdiction progressive des cookies tiers** par les navigateurs internet renforce la faiblesse de cet indicateur pour le futur

Quel nouvel indicateur ? La **RECHERCHE** :

- **Pertinent** : nombre de fois où Solocal positionne **un ou des professionnels suite à une requête d'un internaute**
- **Pérenne** : la recherche n'est **pas associée aux données** de l'internaute et **peut être mesurée** chez les partenaires
- **Robuste** : **définition identique** entre PagesJaunes et ses partenaires

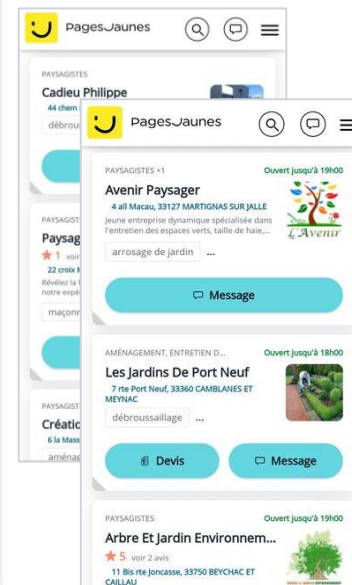
Des recherches PagesJaunes stables sur 2021

Nombre de recherches PagesJaunes & partenaires (en millions)



- **Recherches 2020** : Baisse en raison du **confinement strict** sur 2 mois moins propice aux recherches
- **Recherches 2021** : Effet de base favorable

Réalisations du T2 2021



Au T2 2021, **redesign** de la page des résultats de recherches sur PJ afin d'optimiser la conversion en mises en relations

→ **Env. 1 recherche sur 2 se transforme en mise en relation avec un professionnel (contact)** : appels, rdv en ligne, itinéraires, demandes de devis...

¹ Site & appli = SEO & Direct

Points d'attention opérationnels au 30 juin 2021



Les sites

- Une brique essentielle de la plateforme de services et de solutions digitales



Les Grands Comptes

- Réalisations & développements au T2 2021



La force de vente TPE/PME

- Face à une transformation profonde de sa mission

Le site, brique essentielle de la plateforme de services et de solutions digitales

Une adhérence plus forte des clients sites

- Plus de 80% des clients sites avec au moins 1 produit en plus de leur site web
- ARPA plus élevé : env. 3 660€ vs. 1 340€ pour le parc en moyenne
- Usage Solocal Manager : +27% vs. les autres clients du parc

Site internet

- **3 gammes de sites web** : Essentiel, Premium et Privilège
- **Onboarding** : accompagner tous nos clients à travers une approche différenciée ; de 2 à 7 rendez-vous en fonction de la gamme de site
- **Approche unique impliquant le client** sans compromis sur le contenu ou le service

Un delivery amélioré

- Amélioration des délais de production : en moy. 22 jours¹ (-4j vs. S1 2020)

Nombre de sites premium mis en ligne

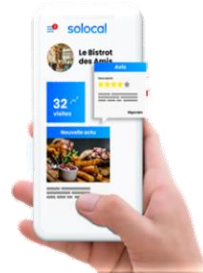
T4 2020		T1 2021		T2 2021
258	+100,8%	518	+80,5%	935

- Potentiel cross et upsell: env. 1/4 des sites Premium & Privilège vendus en juin 2021 sont de l'upsell de gammes inférieures

Du produit aux solutions digitales



Connect



Solocal Manager



Booster



¹ sites Premium de la prise d'instructions à la première présentation du site au client

Un meilleur accompagnement nécessaire pour notre force de vente

Enseignements

« Hunters »

(env. 100 ETP)

Des performances inégales entre les équipes

- **Env. 1 rdv sur 6 est transformé en vente** ; objectif : 1 rdv sur 4
- **Turnover important à fin juin 2021**
- Ecart de performances importants :
 - certaines équipes près **de 2x supérieures aux attentes** en termes de conquête clients
 - **ARPA moyen** du simple au double selon les centres



- Des succès dans certaines zones, **confortant le potentiel du modèle** et son exécution
- **Ciblage prospect & plan de contact commercial** à industrialiser en septembre
- **Améliorer la formation** des nouvelles recrues

Forces de vente TPE/PME

(env. 250 ETP)

La bascule vers le nouveau modèle s'opère progressivement

- **35%** des ventes issues de la migration à fin S1 2021, vs. env. 80% il y a un an
- En moyenne sur le S1 2021, **un vendeur « traditionnel » sur deux < 1 acquisition par semaine**
- **Appropriation des produits** par la force de ventes à améliorer



- Augmenter le **maillage territorial & managérial** des forces de ventes
- Déploiement à l'ensemble de la force commerciale de l'**expertise des performers**

Quelques exemples de réalisations sur nos Grands Comptes & Réseaux au T2 2021

Autosur & Solocal primés 3 fois en 2021 sur Booster Réseaux



- **Campagnes de liens sponsorisés uniques et personnalisés** par centre technique. Déployées sur 280 centres Autosur depuis mars 2019. Redirection vers la page **dédiée du Store Locator** avec tracking de téléphone et des RDV



Les Cas D'or : médailles d'or

- Prix de la scalabilité au sein du dispositif Drive To Store
- Prix de l'innovation publicitaire dans la catégorie « Publicité Online Multi-Locale »



La nuit des Rois : médaille de bronze

- Commerce Connecté & Drive-to-Store

Cojean

- Déploiement de **Connect Réseaux**, notre solution de présence management sur les 39 restaurants en France et en Angleterre
- Test et validation en cours de **Local Impact**, notre solution Drive to Store avec mesure des visites réelles en France

cojean

Lacoste

- **Audit & enrichissement de base de données clients**



Nos challenges des douze prochains mois

Rendez vous le 20 octobre 2021 pour la présentation de la stratégie qui reposera sur trois convictions fortes :

1 Connaissance client au service de nos opérations

- **Identification des segments pertinents & rentables**
- Adaptation aux besoins du client
- Soutenir la démarche commerciale

2 Du produit aux solutions digitales

- Evolution vers une plateforme de services digitaux (as a service) :
- **Accompagnement renforcé**
 - **Création de valeur perçue** (dashboard)
 - **Valeur d'usage de Solocal Manager**, notre assistant Digital

3 L'affirmation d'un media relationnel local

- Faire de PagesJaunes le **tiers de confiance**, entre le consommateur et le professionnel
- **Monétisation des emplacements** publicitaires et à terme, de la **data**

¹ Professionnel s'étant connecté au moins une fois sur les douze derniers mois glissants à fin juin 2021



Conclusion

Hervé MILCENT

Directeur général

Conclusion du S1 2021

- ✓ **CA stable¹ au T2 2021** vs. T2 2020, en baisse¹ toutefois de -5,1% au S1 2021 vs. S1 2020
- ✓ **CA sécurisé pour 2021** de 366 m€ au 30 juin 2021
- ✓ EBITDA 2021 de l'ordre de 120 m€ **confirmé**
- ✓ Stabilisation du parc clients sur 2021, dans le prolongement de la dynamique commerciale du T2 2021

RDV le 20 octobre 2021

- ✓ Présentation du CA du T3 2021
- ✓ Présentation de la stratégie axée sur l'approfondissement de la connaissance client, le passage du produit aux solutions digitales et l'affirmation d'un média relationnel local
- ✓ Objectifs à 3 ans

¹ à périmètre comparable (hors activité Imprimés & filiales cédées)



Questions & Réponses

Hervé MILCENT

Directeur général

Olivier REGNARD

Directeur Financier



Annexes

Variation des effectifs

Catégories	30/06/2020	31/12/2020	30/06/2021
	Proforma des départs PSEI	Proforma des départs PSE ¹	Proforma des départs PSEI
Ventes	1 537	1 558	1 474
Production et Relation Client	542	439	473
R&D	159	177	160
Marketing & Produit	162	154	172
Staff (finance, RH & autres départements supports...)	484	485	534
TOTAL	2884	2813	2 813

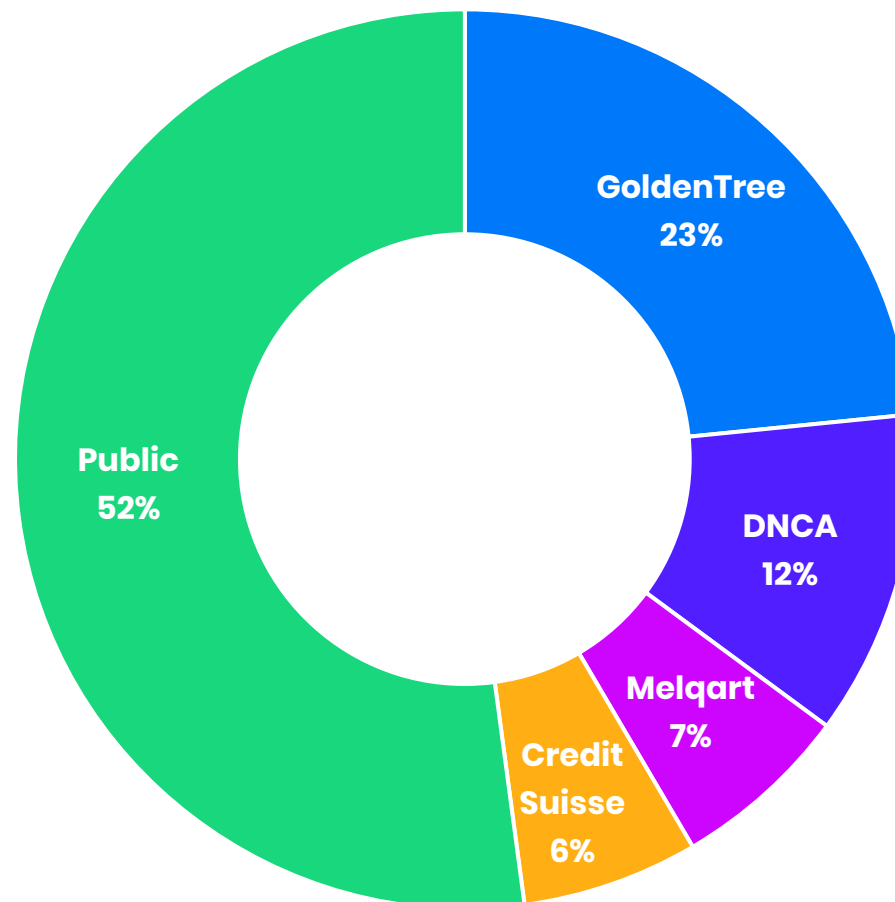
- Les départs réalisés dans le cadre du PSE sont exclus des effectifs lorsque leurs indemnités de licenciement ont été versées

¹ Sur la base des ETPs à la fin de la période, incluant les ALD

Structure d'actionnariat & nombre d'actions

Structure d'actionnariat¹

Nombre d'actions :
129 859 760



¹ sur la base d'informations en date du 30/04/2021 rapportées au nombre total d'actions en circulation au 30 juin 2021

Principales caractéristiques des obligations

Obligations principales

- **ISIN** : FR0013237484
- **Montant** : 168,4m€
- **Date de maturité** : 15 mars 2025, NC 2,5 ans ;
- **Intérêts (à partir du 1^{er} octobre 2020)** :
 - Euribor avec Euribor floor 1% + 7% spread (pas moins de 8%), 50% cash et 50% PIK, jusqu'au 15 décembre 2021 ;
 - Euribor avec Euribor floor 1% + 7% (pas moins de 8%) payable intégralement en cash ensuite

Obligations additionnelles émises au 14 août 2020

- **ISIN** : FR0013527744
- **Montant** : 17,8 m€
- **Toutes les autres caractéristiques similaires aux Obligations principales**

Notations :

	Notation de l'émetteur	Notation de la dette obligataire	
		FR0013237484	FR0013527744
Fitch	CCC+	B-	B-
Moody's	Caa1 perspective stable	Caa2	Caa2