

NOMINATIONS AU SEIN DE SOLOCAL :

ARNAUD DEFRENNE, DIRECTEUR R&D ET MEMBRE DU COMITÉ EXÉCUTIF

PASCALLE FURBEYRE, DIRECTRICE MARKETING ET MEMBRE DU COMITÉ EXÉCUTIF

JEAN-CÉDRIC COSTA, DIRECTEUR DES SYSTÈMES D'INFORMATION

Eric Boustouller, Directeur général de SoLocal Group, déclare :

“ Avec les nominations d’Arnaud Defrenne, Directeur R&D, Pascale Furbeyre, Directrice Marketing, et Jean-Cédric Costa, Directeur des Systèmes d’Information, nous continuons de renforcer notre nouvelle équipe de management et réaffirmons notre volonté de faire de SoLocal un leader du digital dans le cadre du déploiement de notre projet industriel ‘SoLocal 2020’. Les savoir-faire reconnus sur le marché de ces trois experts chevronnés de la R&D, du marketing digital et de la technologie, leurs leadership et qualités de management ainsi que leurs approches innovantes constituent des atouts critiques pour transformer les fondamentaux de SoLocal en leviers de croissance durable. Notre enjeu est de faire de SoLocal un champion du digital dont la France a besoin !

”

ARNAUD DEFRENNE, DIRECTEUR R&D (CHIEF TECHNOLOGY OFFICER) ET MEMBRE DU COMITÉ EXÉCUTIF - Il reportera directement à Eric Boustouller, Directeur général - Arrivée : 25 avril 2018

Arnaud Defrenne aura pour responsabilité de définir la stratégie technologique de SoLocal, développer et renforcer les plateformes de services digitaux du Groupe (Présence, Sites Web, Data Programmatique, etc.) et les médias (PagesJaunes, Mappy, etc.), tout en veillant à leur qualité et évolutivité (« scalabilité »). Le projet de migration des plateformes vers le Cloud lui sera également confié ; tout comme la mise en œuvre de partenariats stratégiques IT avec les acteurs clés du marché. Pour renforcer la nouvelle proposition de valeur de SoLocal, il aura aussi comme priorités une meilleure exploitation de la Data du Groupe au service des offres digitales et du pilotage de l’entreprise, et le développement de nouvelles expériences digitales BtoB et BtoC avec un focus « Mobile First ».

Son rôle portera également sur l’accompagnement de la communauté des développeurs internes et des équipes IT pour inscrire le Groupe dans une nouvelle dynamique d’expertise technologique. L’un de ses enjeux sera de développer une nouvelle culture digitale autour de modes de travail internes plus agiles, en étroite collaboration avec l’ensemble des équipes Produit et Marketing pour accélérer la croissance du Groupe. En binôme avec Jean-Cédric Costa, Directeur des Systèmes d’Information qui lui reportera directement, il pourra mettre en œuvre le projet de transformation rapide et conjointe des systèmes internes comme des produits et services de SoLocal.



Diplômé de l’ESA Business School, Arnaud Defrenne débute sa carrière en 1997 en co-développant le premier moteur de recherche français (Nomade), puis en prenant la direction technique de l’ensemble des services internet du groupe Liberty Surf (1997-2001). En 2001, il rejoint le réseau indépendant d’agences Netbooster, spécialisé dans la mise en œuvre de stratégies de marketing digital pour les entreprises. Il participe à redéfinir l’offre produits et le positionnement de la marque pour qu’elle devienne un leader technologique européen sur le marché.

En 2004, il co-fonde un comparateur de prix et moteur de recherche shopping doté d’une technologie de recherche innovante rachetée par LeGuide.com en 2005 (Gooster.com, 1 million de visites mensuelles). En 2005, il rejoint l’agence digitale indépendante Business Interactif, puis accompagne son rachat par Publicis et rejoint le premier réseau digital du Groupe Publicis : Digitas/LBI. Il développe les offres technologiques du Groupe telles que « Digitas Content and Commerce » et « Digitas Cloud » permettant, grâce à des alliances avec les grands éditeurs, d’accéder aux outils clés du digital en PAAS. Il participe ainsi à la transformation du Groupe qui, en quelques années, va réaliser la plus grande partie de son activité dans la communication digitale.

En 2015, il intègre le Groupe L’Oréal en qualité de Chief Digital Marketing Technology Officer (CDMTO) pour accélérer sa transformation numérique et développer les activités et le revenu digital du Groupe. Il y développe un programme digital IT innovant à destination de 3 divisions - 15 marques. Il pilote les activités du programme aux Etats-Unis, en Europe et pour la zone Asie-Pacifique. Il met également en place un programme de formation AGILE et accompagne les sujets d’innovation et partenariats.

PASCALE FURBEYRE, DIRECTRICE MARKETING (CHIEF MARKETING OFFICER) ET MEMBRE DU COMITÉ EXÉCUTIF - Elle reportera directement à Eric Boustouller, Directeur général - Arrivée : 9 mai 2018

Pascale Furbeyre aura pour responsabilité de définir et piloter la stratégie marketing de SoLocal. Elle aura notamment pour enjeu le développement des marques du Groupe et de la connaissance des besoins du marché en renforçant les études et l'analyse, afin d'anticiper les attentes des clients en matière de services digitaux proposés aux entreprises et d'apporter de nouvelles expériences digitales aux utilisateurs. L'objectif sera de soutenir la progression des audiences pour faire croître le trafic sur les médias du Groupe (PagesJaunes, Mappy, etc.) et soutenir l'efficacité commerciale de la nouvelle gamme de services digitaux sur le marché français, en investissant dans des activités de sales-marketing automation. Elle définira aussi des actions marketing visant à nouer une relation continue et enrichie avec les clients pour assurer leur parfaite satisfaction, notamment grâce à des analyses de type Big Data et le lancement d'un programme de fidélité. Elle sera également en charge de la communication externe de SoLocal.



Diplômée du MBA de Columbia Business School, Pascale Furbeyre débute sa carrière en marketing digital en 1999 à New-York chez About.com, filiale du Groupe IAC. Elle conçoit et met en œuvre des programmes marketing permettant au site d'accroître sa fréquentation et définit la stratégie pour les offres de contenu éditorial. Nommée Directrice Marketing & Produits en 2000, elle lance Sprinks, filiale dédiée aux liens sponsorisés en 2001 ; Sprinks générant les 3/4 du chiffre d'affaires Groupe en 2001-2002 ; cédée à Google en 2004.

En 2002, elle intègre Overture, inventeur des liens sponsorisés, renommé Yahoo! Search Marketing en 2005, en qualité de Directrice Marketing Europe du Sud. Elle lance la filiale française en 2002 et pilote la stratégie marketing pour convaincre les annonceurs Grands Comptes, leurs agences et surtout les TPE/PME d'adopter le modèle pour accroître le trafic vers leurs sites et gagner de nouveaux clients. En 2003, elle lance la filiale espagnole puis reprend l'activité marketing de l'Italie en 2004. En 2006, elle est nommée Directrice Marketing France du Groupe Yahoo! pour définir et mettre en œuvre la stratégie marketing grand public des marques Yahoo! et Kelkoo : publicité pluri-média, marketing direct online (liens sponsorisés, affiliation, etc.), partenariats, etc. pour accroître l'audience et l'usage des deux

sites (plus de 14M de visiteurs uniques par mois). En juin 2006, elle lance Yahoo! Questions/Réponses puis est nommée Directrice Marketing Europe Continentale en 2008 pour coordonner les opérations marketing de Yahoo! en Allemagne, Espagne, France et Italie.

En 2009, elle rejoint le Groupe Crédit Agricole en qualité de Directrice Marketing et Communication et lance la banque en ligne BforBank, spécialiste de l'épargne. Elle conçoit et développe le site web www.bforbank.com, définit le positionnement de la marque et supervise son lancement en TV, presse et sur le web (prix Effie 2010, secteur Banque Assurance ; atteinte de l'équilibre financier de la marque fin 2013 avec 100 000 clients). En 2013, elle intègre le site comparateur LesFurets.com, filiale du groupe anglais BGL en tant que Directrice Marketing. Elle définit et pilote la stratégie marketing pour faire connaître la marque et convaincre les consommateurs de souscrire leur assurance - automobile, santé, habitation, emprunteur ou deux roues, et depuis le 2ème semestre 2017, leur crédit immobilier ou à la consommation - et leur compte bancaire en ligne. La plateforme lancée fin 2012 devient le leader français de la comparaison d'assurance et de produits financiers.

Elle est également titulaire d'un DEA en études cinématographiques et audiovisuelles de la Sorbonne Nouvelle (1990) et a travaillé en tant que Responsable Technique au sein de l'entité de gestion des droits audiovisuels d'UGC reprise par StudioCanal (1991-97).

JEAN-CÉDRIC COSTA, DIRECTEUR DES SYSTÈMES D'INFORMATION (CHIEF INFORMATION OFFICER) - Il reportera directement à Arnaud Defrenne, Directeur R&D - Arrivée : 2 mai 2018

Jean-Cédric Costa aura pour missions de définir et de mettre en œuvre la stratégie des Systèmes d'Information du Groupe en parfait alignement avec les objectifs de l'entreprise et de piloter les évolutions des infrastructures et des applications autour des enjeux d'excellence opérationnelle, d'évolutivité (« scalabilité »), de sécurité et de retour sur investissement. Son expertise sera notamment mise au service du projet de migration vers le Cloud avec le passage en Software as a Service (SaaS) des applications internes clés (SI Finance, SI Ressources Humaines, CRM, etc.) et l'évolution Cloud des infrastructures des plateformes de services digitaux pour les clients et des médias (PagesJaunes et Mappy).

Il aura aussi pour champ d'actions de renforcer la proximité des équipes au service d'une plus grande transversalité, agilité, réactivité et efficacité opérationnelle, en soutien au développement digital de SoLocal. Jean-Cédric Costa reportera à Arnaud Defrenne, Directeur R&D, pour garantir une cohérence parfaite en termes de choix technologiques.



Diplômé de Mines ParisTech (anciennement Ecole des Mines de Paris), Jean-Cédric débute sa carrière en Californie en 2001 en tant que Responsable Technique pour Systran, spécialiste des logiciels de traduction. Il rejoint ensuite TPS / Canal + en 2004 en qualité de Responsable des Systèmes d'Information de gestion de la relation client et de facturation. Il œuvre notamment à la restructuration des équipes pour une plus grande efficacité et à la mise en place de nouvelles offres et services (TV sur ADSL, vente à distance, self-care, gestion de campagnes marketing, etc.).

En 2007, il rejoint le groupe TF1 en qualité de Responsable des Systèmes d'Information de sa filiale PiliPili. Il participe à la création de cette filiale et de son activité en définissant la stratégie SI, puis en déployant les systèmes d'information des domaines finance, ressources humaines, commercial et édition (print et digital). En 2008, il rejoint Poweo / Direct Energie ; il est nommé Directeur de l'Organisation et des Systèmes d'Information en 2010. Il sécurise et rationalise le système d'information, en assurant l'excellence opérationnelle du SI facturation et recouvrement, en standardisant la gestion clients et en mettant en place un service de Business Intelligence efficace. Il procède également à la réduction des coûts et à la mise en place d'un centre de services en near-shore.

Il rejoint ensuite Criteo en 2012, alors que la société débute sa préparation pour son entrée en bourse. Il crée la Direction des Systèmes d'Information, avec pour mission de faire que Criteo dispose des infrastructures et systèmes (Finance, Achats, RH, CRM, Marketing, etc.) nécessaires pour être cotée au NASDAQ, ce qui arrive fin 2013. Il accompagne ensuite la très forte croissance de Criteo, tant en France qu'à l'international. Il développe le système d'information pour couvrir de nouveaux processus et améliorer les capacités de Business Intelligence, tout en garantissant sa sécurité. Il est aussi en charge de mettre à disposition des collaborateurs de Criteo des outils à la pointe de la technologie, pour rendre leur travail agréable et efficace et faciliter la collaboration, tout en respectant l'équilibre entre modernité, productivité et coût.

À PROPOS DE SOLOCAL GROUP

SoLocal Group ambitionne de devenir le partenaire, local, digital de confiance des entreprises pour accélérer leur croissance. Pour réussir cette transformation, il s'appuie sur ses six atouts fondamentaux, pour certains uniques en France : des médias à très fortes audiences, une data géolocalisée puissante, des plateformes technologiques évolutives (scalables), une couverture commerciale dans toute la France, des partenariats privilégiés avec les GAFAM et de nombreux talents (experts en matière de data, de développement, de digital marketing, etc.). Les activités de SoLocal Group sont structurées autour de deux axes. D'un côté, une gamme de services digitaux « full web & apps » sur tous les terminaux (PC, mobiles, tablettes et assistants personnels), proposés sous forme de packs et d'abonnements, (« Digital Presence », « Digital Advertising », « Digital Website », « Digital Solutions » et « Print to Digital »), et intégrant un service de coaching digital, pour faciliter la réussite des entreprises. De l'autre, des médias propriétaires (PagesJaunes et Mappy) qui sont au cœur du quotidien des Français et leur offrent une expérience utilisateur enrichissante et différenciante. Avec plus de 460 000 clients partout en France et 2,4 milliards de visites sur ses médias, le Groupe a généré en 2017 un chiffre d'affaires de 756 millions d'euros, dont 84% 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 (LOCAL). Les informations sont accessibles 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
ALEXANDRA KUNYSZ - +33 (0)1 46 23 47 45 - akunysz@solocal.com

CONTACTS INVESTISSEURS

NATHALIE ETZENBACH-HUGUENIN - +33 (0)1 46 23 48 63 - netzenbach@solocal.com
SEBASTIEN NONY - +33 (0)1 46 23 49 03 - snony@solocal.com