

## Feuille de route 2024 : en route vers une mobilité plus désirable et plus durable alliant croissance et rentabilité

11 octobre 2023 – Toosla (code ISIN : FR00140062B9 – code mnémonique : ALTOO), acteur digital de la location de voiture de courte durée, dévoile aujourd’hui sa feuille de route stratégique « En route pour 2024 » qui doit mettre la Société sur la voie de la croissance rentable.

### Jean-François Boucher, Président de Toosla, déclare :

*« À l’heure où la mobilité automobile connaît de profondes mutations, insufflées par les aspirations économiques et écologiques des consommateurs, Toosla a plus que jamais un rôle à jouer. Grâce à notre puissante plateforme technologique et un positionnement centré sur la désirabilité, nous devons être capables de faire croître nos revenus et notre rentabilité. C’est l’ambition portée par le Conseil d’administration de Toosla.*

*Nous avons totalement confiance en Panayotis Staïcos, un expert reconnu de la location automobile, pour mettre en œuvre les leviers de performance qui nous permettrons d’engager l’entreprise dans cette trajectoire vertueuse à court, moyen et long terme.*

*Cette dynamique doit se faire avec les ressources à la disposition de l’entreprise, sans nouvel appel au marché. »*

### Un marché vaste et porteur

Toosla évolue sur un marché français de la location courte durée qui génère environ 4,3 milliards d’euros chaque année et qui dispose de puissants leviers de développement.

L’intermodalité, renforcée notamment par les politiques en faveur du train au détriment de la voiture pour les trajets nationaux, constitue la première raison de la location courte durée. De même, les changements d’habitudes des ménages comme des entreprises poussent à privilégier l’usage automobile plutôt que la détention et voient la possession de voitures reculer au profit de la location. Aujourd’hui, la deuxième cause de location de voiture est l’absence de possession d’un véhicule personnel ou professionnel. Enfin, la nécessité d’adapter son véhicule au déplacement (nombre de places, capacité de changements, etc.) constitue le 3<sup>ème</sup> puissant levier de demande.

Toosla, avec son offre 100% digitale, disponible 24/7 et mettant le plaisir au centre de la promesse faite aux clients, participe à cette dynamique.

### Un acteur favorisant la mobilité de demain

Depuis sa création en 2016, Toosla a construit une plateforme technologique unique, lui offrant une avance compétitive de plusieurs années sur les acteurs traditionnels du marché, et une puissante base de données de plusieurs dizaines de milliers de clients fidèles (moyenne de 2,4 locations par client actif au cours des 12 derniers mois). Dans le cadre de sa nouvelle feuille de route stratégique, Toosla veut capitaliser sur ces atouts et ainsi créer les conditions qui favorisent l’accompagnement des changements de comportements sociétaux.

Pour mettre en place cette vision, Toosla compte se baser sur 2 valeurs qui constituent l’ADN de l’entreprise :

- **DÉSIRABILITÉ**, en cherchant en permanence à atteindre un degré de qualité qui vaut la peine d'être obtenu et qui maintient l'envie ;
- **DURABILITÉ**, avec la promesse de mettre en œuvre une mobilité qui répond aux besoins du présent sans compromettre les capacités des générations futures à répondre aux leurs.

Ainsi, Toosla s'assure des moyens de rester durablement désirable pour ses clients, mais également pour ses collaborateurs, ses partenaires et ses actionnaires.

## 3 leviers de développement à court, moyen et long terme

Afin d'atteindre cet objectif, la nouvelle direction générale a défini, depuis sa prise de fonction au mois d'août 2023, une nouvelle feuille de route capable d'associer croissance régulière du chiffre d'affaires, amélioration de la rentabilité et préservation des ressources financières de l'entreprise. Afin d'atteindre ces objectifs, Toosla va engager, au cours des prochains mois, 3 leviers de développement complémentaires offrant à terme de puissantes synergies.

À **Paris**, cœur de la réussite de Toosla depuis sa création, l'entreprise dispose encore d'un important potentiel de développement et de rentabilité sur le marché de la location courte durée. Ainsi, un travail de fond est engagé pour faciliter l'acquisition (optimisation de la communication et amélioration de l'e-réputation), l'enrôlement (réservation depuis le site Internet, renouvellement de l'application mobile) et la fidélisation (communication régulière et programme de parrainage) des clients. Dans le même temps, la flotte va être ajustée et concentrée sur les marques et les modèles les plus désirés par les clients. Enfin, l'accessibilité des véhicules va être optimisée avec l'ouverture d'un service de livraison aux aéroports d'Orly et Roissy - Charles de Gaulle.

En dehors de Paris, Toosla va engager le déploiement de son offre sur le plan **National**, afin de suivre ses clients et de conquérir de nouveaux utilisateurs. L'objectif est de couvrir au moins 3 nouvelles villes d'ici à la fin de l'année 2024 en privilégiant les grandes agglomérations (Bordeaux, Lille, Lyon, Nice, Nantes, etc.) où les attentes des consommateurs sont comparables à Paris. Pour mettre en œuvre rapidement ce deuxième levier, Toosla a décidé de privilégier le modèle économique de l'affiliation et de s'appuyer sur des loueurs courte durée déjà implantés localement et désireux de rentabiliser leur flotte en bénéficiant de l'attractivité et de la plateforme de réservation et de gestion de Toosla.

Enfin, courant 2024, Toosla a prévu de lancer **MyToosla+**, un tout nouveau service d'abonnement automobile qui fera définitivement passer les conducteurs dans une nouvelle dimension. La promesse est simple et se résume en 3 points :

- **Un abonnement** tout compris et 100% digital, à l'image de ce dont les clients Toosla bénéficient d'ores et déjà ;
- **Un véhicule urbain**, économique et écologique grâce à une motorisation hybride ou électrique, fidèle aux standards de désirabilité Toosla (boîte automatique, équipements et finitions) ;
- **Un modèle de remplacement, à la demande**, pour s'adapter aux besoins (vacances, week-ends, événements personnels ou professionnels, etc.), à sélectionner au sein de la gamme de véhicules Toosla.

Ainsi, Toosla sera pleinement capable de répondre à toutes les attentes des automobilistes. Et grâce à la puissance de ses algorithmes et à une étude fine des comportements, notamment sur les habitudes de congés, Toosla sera en mesure d'optimiser la flotte nécessaire pour assurer la montée en puissance de son offre dans une dynamique vertueuse.

## Des objectifs de croissance rentable pour 2023 et 2024

Dans le cadre de cette nouvelle feuille de route stratégique, Toosla se fixe comme objectif de réaliser un chiffre d'affaires de l'ordre de 10 M€ en 2023 et 12 M€ en 2024 contre moins de 8 M€ en 2022. La Société démontre ainsi sa capacité à maintenir une dynamique de développement nettement supérieure à la moyenne du marché, issue essentiellement du déploiement à Paris à court terme, et de préparer ses relais de croissance, les autres leviers ayant vocation à monter en puissance au cours des prochains exercices.

Dans le même temps, l'effet de levier de la croissance et les mesures d'optimisation engagées (notamment la fermeture des stations non rentables et la réallocation des budgets marketing) doivent permettre à la Société de générer un Ebitda ajusté de plus de 7% dès le 2<sup>nd</sup> semestre 2023 (7% au cours de l'exercice 2022) et de plus de 12% en 2024.

## Panayotis Staïcos, Directeur général de Toosla, conclut :

« Toosla dispose aujourd'hui de puissants atouts, dans un marché qui restera durablement porteur. L'enjeu pour l'équipe est de mettre en place les bonnes pratiques de notre industrie pour gagner en efficacité dans la location courte durée.

Mais notre ambition va bien au-delà et nous voulons résolument favoriser la mobilité de demain. Pour cela, nous devons être capables de saisir les opportunités liées à la transformation que vit le monde de l'automobile et devenir un accélérateur de la transition de la propriété vers l'usage. Nous offrirons ainsi une nouvelle expérience automobile, plus économique, plus écologique, basée sur l'ADN de Toosla.

Nous rendrons ainsi Toosla plus désirable et plus durable pour nos clients, nos collaborateurs, nos partenaires et nos actionnaires. »

### À propos de TOOSLA

Créé en 2016, Toosla a pour ambition de devenir un acteur majeur de la « révolution » de la mobilité en réenchantant en profondeur la location courte durée de véhicules. Son objectif : lever tous les « irritants » du secteur grâce à son modèle sans agence et son application. Il offre une expérience client entièrement digitale, aux procédures simplifiées et sécurisées. Sa promesse client se distingue par un modèle de voiture et d'options garantis, une disponibilité permanente (24h sur 24 et 7 jours sur 7) et une mise à disposition libre-service sans attente du véhicule.

Toosla propose une flotte de plus de 500 véhicules sur 14 stations à Paris, à Neuilly-sur-Seine et Vincennes. En 2022, le Groupe a enregistré une croissance de +92% et un chiffre d'affaires de 7,9 millions d'euros.

Toosla est coté sur Euronext Growth® Paris (Code mnémorique : ALTOO – Code ISIN : FR00140062B9).



Retrouvez toute l'information financière de Toosla sur :

[www.toosla-bourse.com](http://www.toosla-bourse.com)

## Contacts

**Toosla – Relations Investisseurs**  
Jérôme Fabreguettes Leib  
[toosla@actus.fr](mailto:toosla@actus.fr) - 01 53 67 36 78

**Toosla – Relations Presse**  
Anne-Charlotte Dudicourt  
[acdudicourt@actus.fr](mailto:acdudicourt@actus.fr) - 06 24 03 26 52