



Clichy, le 11 mars 2011

**COMMUNIQUE**  
**Résultats au 31 décembre 2010 :**  
**ADA surperforme le marché et continue à améliorer sa rentabilité**

**ACTIVITE DES ENSEIGNES**

<i>Chiffre d'affaires de location, en M€</i>	Année 2009	<b>Année 2010</b>	Var. %
Chiffre d'affaires enseigne	94,2	<b>102,7</b>	<b>+9%</b>
Chiffre d'affaires VP	53,8	<b>59,6</b>	<b>+10,7%</b>
Chiffre d'affaires VU	40,4	<b>43,2</b>	<b>+6,9%</b>

Le chiffre d'affaires de l'enseigne affiche une progression marquée par rapport à 2009 (+9%). Les locations de VP ont progressé de 10,7%, dans un marché en faible évolution. Les locations de VU, elles, ont retrouvé leur niveau d'avant la crise (+6,9%), dans un marché en légère croissance. Ainsi, ADA continue à surperformer le marché, et le positionnement sur la location de proximité (agences en ville, vs. marché du déplacement situé dans gares et aéroports), prouve à nouveau toute sa pertinence.

- **Parc roulant moyen**

<i>En nombre de véhicules</i>	Année 2009	<b>Année 2010</b>	Var. %
Parc roulant moyen	7 800	<b>8 400</b>	<b>+8%</b>

Le parc roulant moyen de l'enseigne s'est accru de 8%, à 8.400 véhicules, contre 7800 en moyenne en 2009.

**COMPTES ANNUELS**

<i>En M€</i>	Année 2009	<b>Année 2010</b>	Var.
Chiffre d'affaires consolidé	39,8	46,0	+15%
Résultat opérationnel	1,4	1,8	+32%
Coût de l'endettement financier net	0,43	0,27	-38%
<b>Résultat net consolidé part du Groupe</b>	1,1	1,8	<b>+66%</b>

- **Résultats du groupe ADA**

Le résultat opérationnel passe de 1,4 M€ à 1,8 M€ Cette amélioration s'explique notamment par un accroissement du chiffre d'affaires de l'enseigne, le succès des nouveaux produits lancés en 2009 et du site internet.

Le coût de l'endettement financier s'améliore de 0,16 M€ essentiellement du fait de la baisse des taux .

**L'exercice 2010 est ainsi marqué par une nette progression du chiffre d'affaires et du résultat net, qui s'établit à 1,8 M€ contre 1,1 M€ en 2009.**

## **FAITS MARQUANTS 2010**

2010 a été marqué par :

- La confirmation du potentiel du marché porteur de la proximité, marché cible de ADA
- Une enquête de satisfaction menée par Opinionway auprès de clients ADA, qui démontre la fidélité de la clientèle et l'attachement à une marque à la fois bon marché et à l'écoute de ses clients
- La confirmation du dynamisme du franchiseur s'agissant de l'apport de revenus additionnels aux franchisés : 17 M€ proviennent des grands clients nationaux démarchés par le franchiseur et du site ADA.fr, soit 16,5% du CA de l'enseigne
- Le transfert réussi de la cotation du titre sur Alternext.

## **STRATEGIE ET PERSPECTIVES 2011**

Le principal objectif pour 2010 et au-delà est de continuer à accroître la rentabilité d'ADA. Pour y parvenir, les 3 principales priorités sont :

- 1. Consolider la place d'ADA comme n°1 de la location de proximité**
- 2. Innover pour rester en forte adéquation avec les attentes des clients**
- 3. Conserver un avantage en termes de coûts**

Les leviers qu'ADA entend actionner sont notamment, pour chacune de ces priorités :

1. Consolider la place d'ADA comme n°1 de la location de proximité :
  - Soutenir le développement par la qualité du réseau existant
  - Développer l'activité des comptes nationaux
  - Augmenter le CA par agence
2. Innover pour rester en forte adéquation avec les attentes des clients :
  - Offrir de nouveaux services urbains pertinents
  - Elargir l'offre VP
  - Optimiser la politique tarifaire de l'offre VU
  - Développer les interfaces de réservation dématérialisées
3. Conserver un avantage en termes de coûts :
  - Tirer pleinement parti de la réactivité du modèle de franchise
  - Renforcer encore nos relations avec les constructeurs