

## THEME 1 – UNE POSITION COMMERCIALE ENTRAVEE PAR LE SYSTEME DE QUOTAS

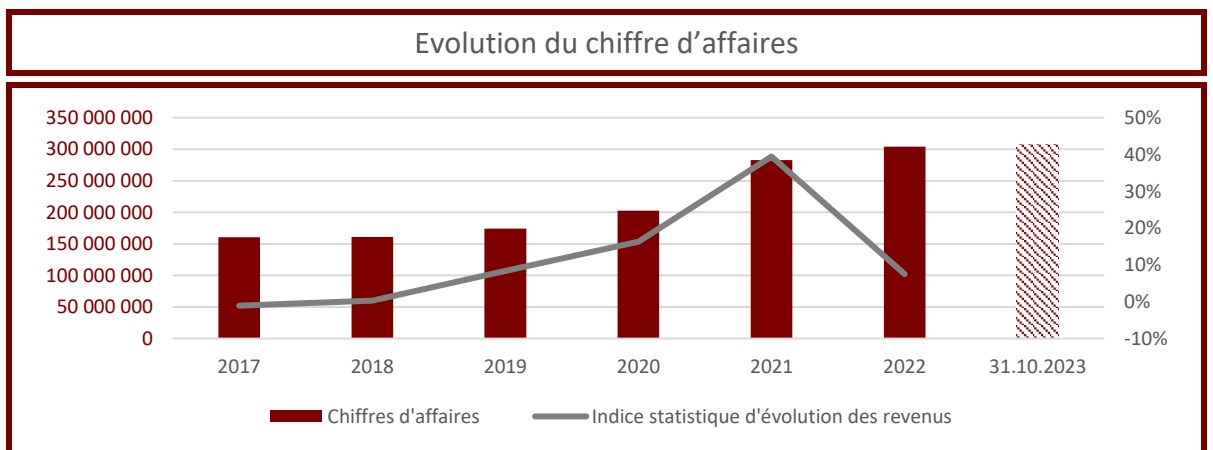
BSB se positionne sur le marché automobile tunisien en tant qu'importateur de la marque japonaise Toyota, qui a atteint le sommet du classement mondial des constructeurs automobiles pour la troisième année consécutive, avec la vente de plus de 10,450 millions de véhicules au cours de l'année 2022.

Le concessionnaire évolue dans un secteur où la demande dépasse l'offre et doit naviguer à travers un système de quotas, les voitures populaires étant, toutefois, exclues de ces quotas. Outre cet obstacle, la société fait face à un manque de visibilité et à une incertitude quant à l'avenir de la disponibilité des véhicules neufs, illustrés par des événements tels que la crise russo-ukrainienne qui a profondément impacté le secteur à l'échelle mondiale, entraînant des pénuries et des retards significatifs dans les délais de livraison.

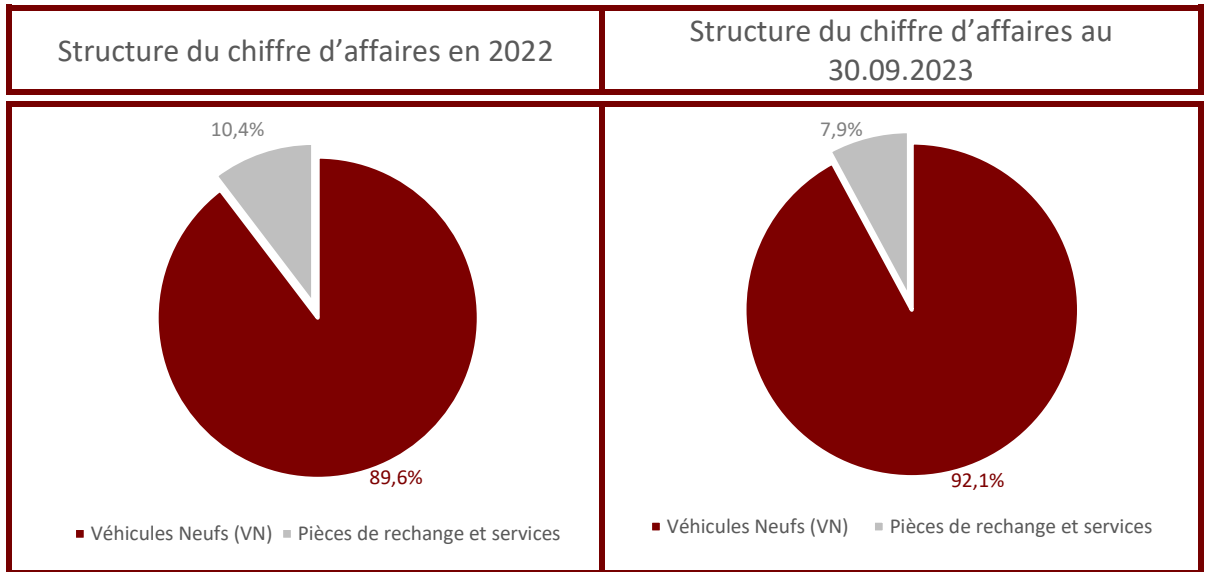
BSB propose non seulement une gamme de produits diversifiée, mais a également su adapter son offre aux besoins d'un marché au pouvoir d'achat limité, en important des modèles présentant un rapport qualité/prix compétitif. Cet atout a contribué à l'amélioration notable des indicateurs commerciaux et de performance de BSB sur les derniers exercices.

Néanmoins, la mission de suivi de Notation a relevé la décision de concentrer l'offre sur le segment haut de gamme pour l'année à venir, et ce, en raison de l'arrêt de livraison, de la part du constructeur Toyota, de certains modèles d'entrée de gamme et de moyenne gamme. De ce fait, le concessionnaire ne commercialisera pas de voitures populaires au cours de l'exercice 2024. La mission estime que cette décision nécessite une stratégie marketing réfléchie afin de soutenir cette transition. Cette mutation vers une gamme restreinte, bien que potentiellement porteuse d'avantages concurrentiels et de marges plus élevées, engendrera une diminution des revenus provenant des ventes dans les segments d'entrée et de moyenne gamme. Pour compenser cette perte projetée, il est impératif de mettre en place des initiatives marketing ciblées.

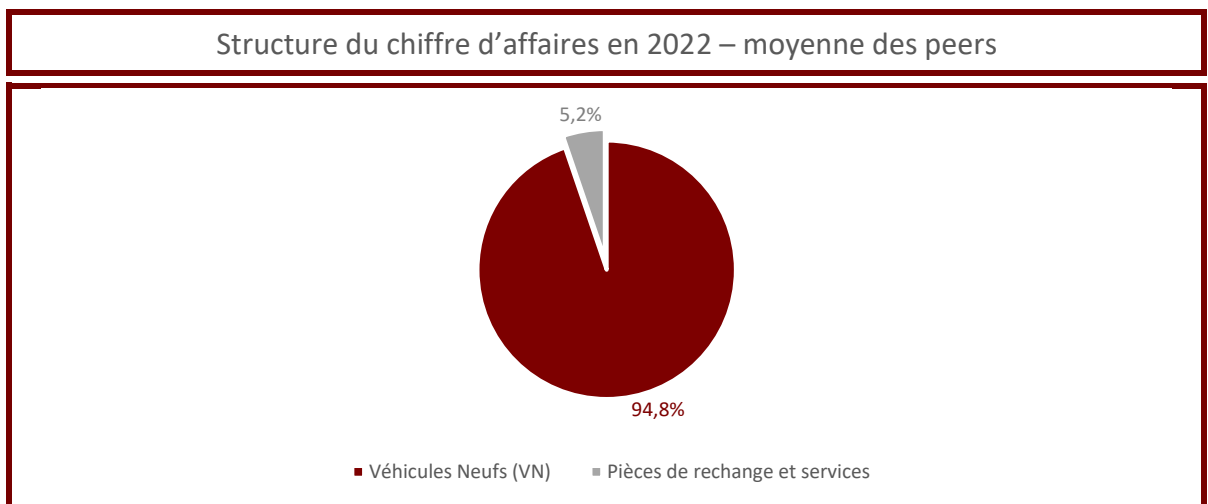
Sur la période 2018-2021, le chiffre d'affaires a enregistré une progression notable, passant de 160,372 MTND en 2017 à 282,731 MTND en 2021. Bien que le revenu continue de croître, sa progression s'est ralentie en 2022, affichant un taux de croissance de 7,6% comparé à l'année 2021, exercice durant lequel elle avait connu une croissance de 39,4%. À la date du 31 octobre 2023, les revenus ont dépassé l'exercice précédent, atteignant 307,706 MTND.



La distribution des revenus de BSB, selon les segments d'activité, met en évidence les Véhicules Neufs (VN) comme les principaux produits de l'entreprise, représentant 89,6% du chiffre d'affaires en 2022 (stable par rapport à l'année précédente). Les revenus issus des pièces de rechange et services contribuent à hauteur de 10,4%, avec une part qui évolue de 28,8 MTND à 31,5 MTND. Au 30 septembre 2023, la contribution des VN atteint 92,1% tandis que celle des pièces de rechange baisse à 7,9%.



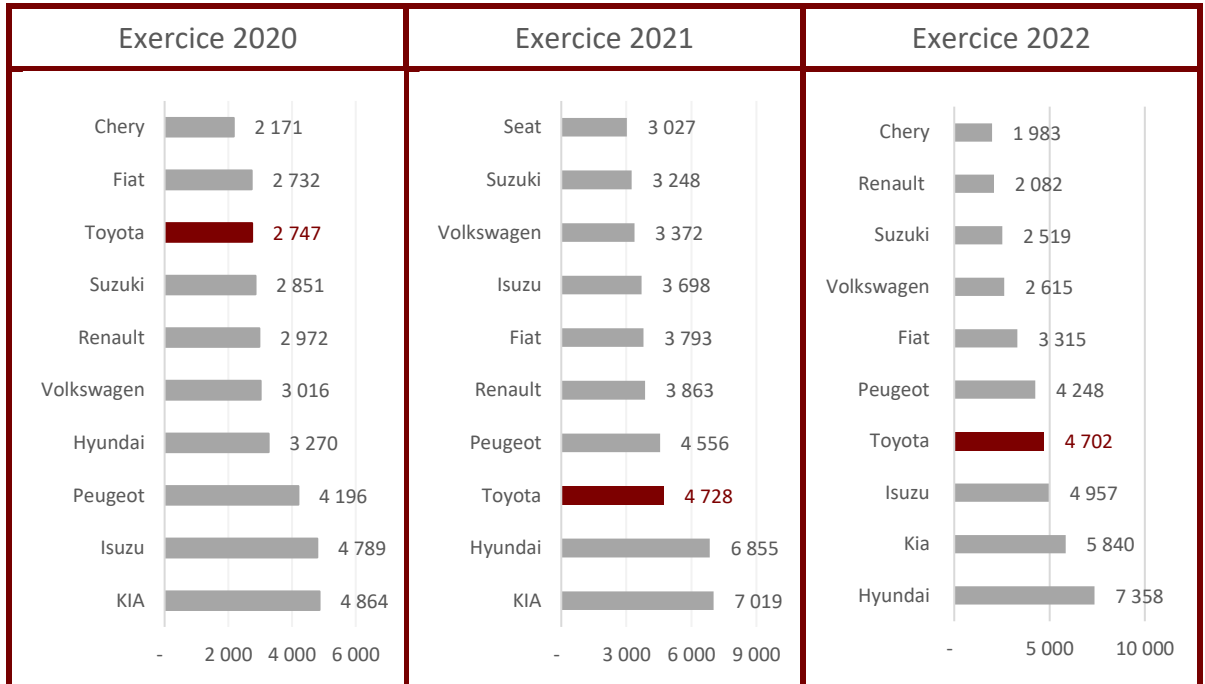
Ces niveaux sont globalement en ligne avec ceux affichés par les peers, ayant enregistré une participation moyenne de 94,8% pour les ventes de VN et de 5,2% pour les revenus des pièces de rechange et services dans le total des revenus de 2022.



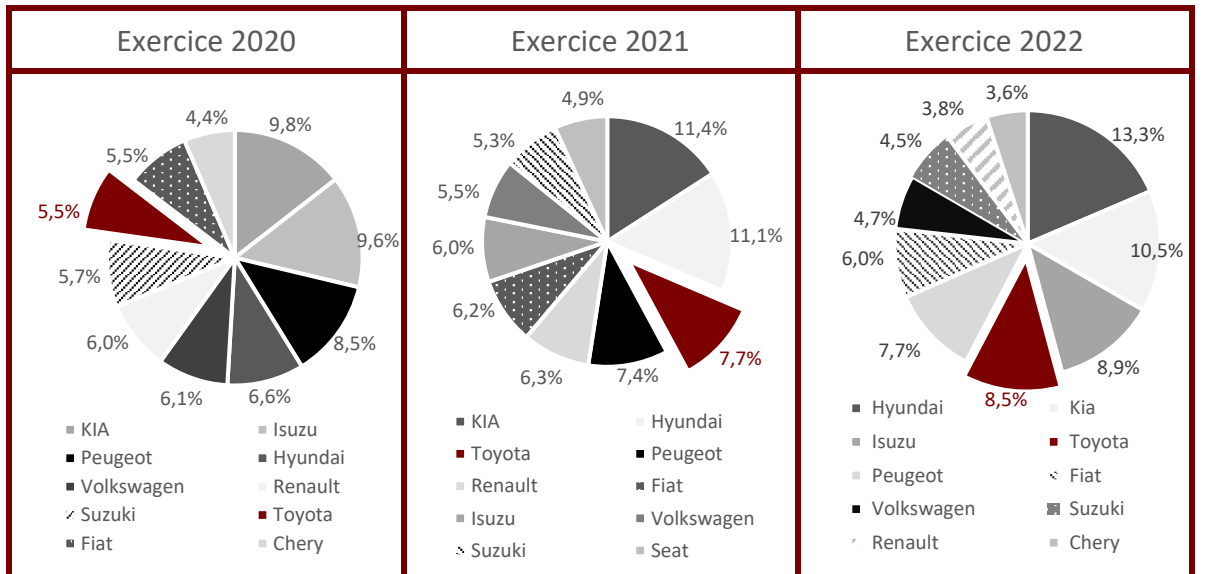
Le parc automobile Tunisien est constitué de Véhicules Légers (VL), une catégorie qui regroupe les Véhicules Particuliers (VP) et les Véhicules Utilitaires (VU), répondant aux besoins d'un marché en constante évolution. Les statistiques des immatriculations des véhicules légers en Tunisie ont montré un volume total de 55 455 véhicules immatriculés en 2022, en baisse de 10,1% par rapport à 2021. Avec 4 702 unités immatriculées en 2022, en baisse de 0,55% par rapport à 2021, la marque

Toyota a perdu une place pour se classer quatrième sur le marché des Véhicules Légers, avec une part de marché de 8,5%.

## Marché des VL : Nombre d'unités immatriculées pour les marques du TOP 10



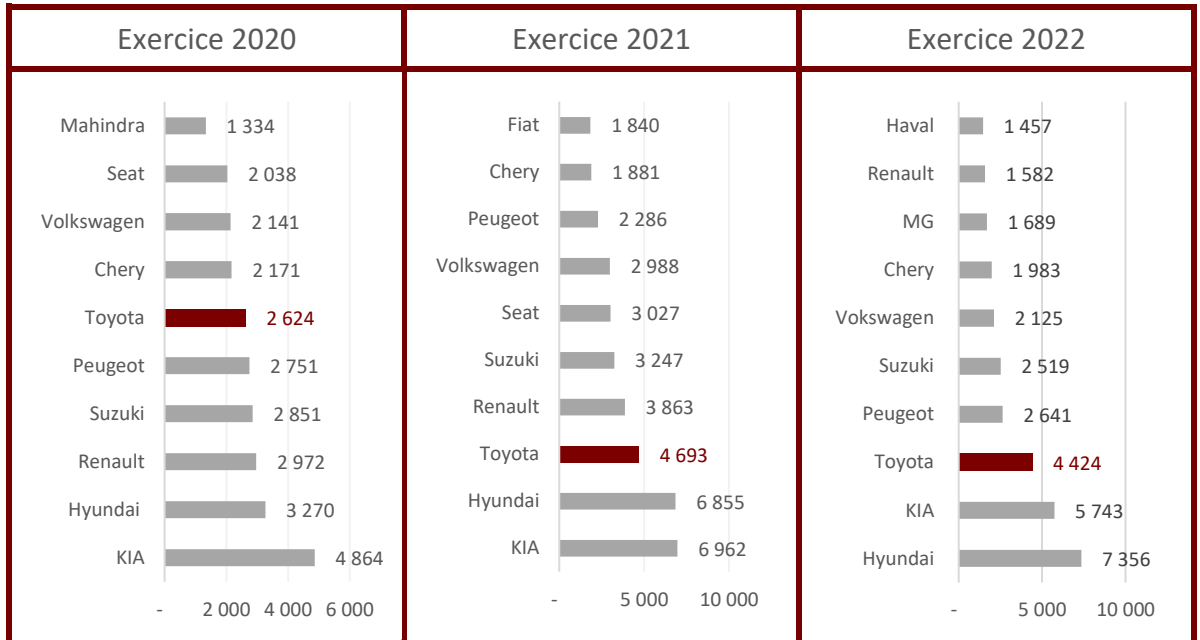
## Marché des VL : Parts de marché des marques du TOP 10



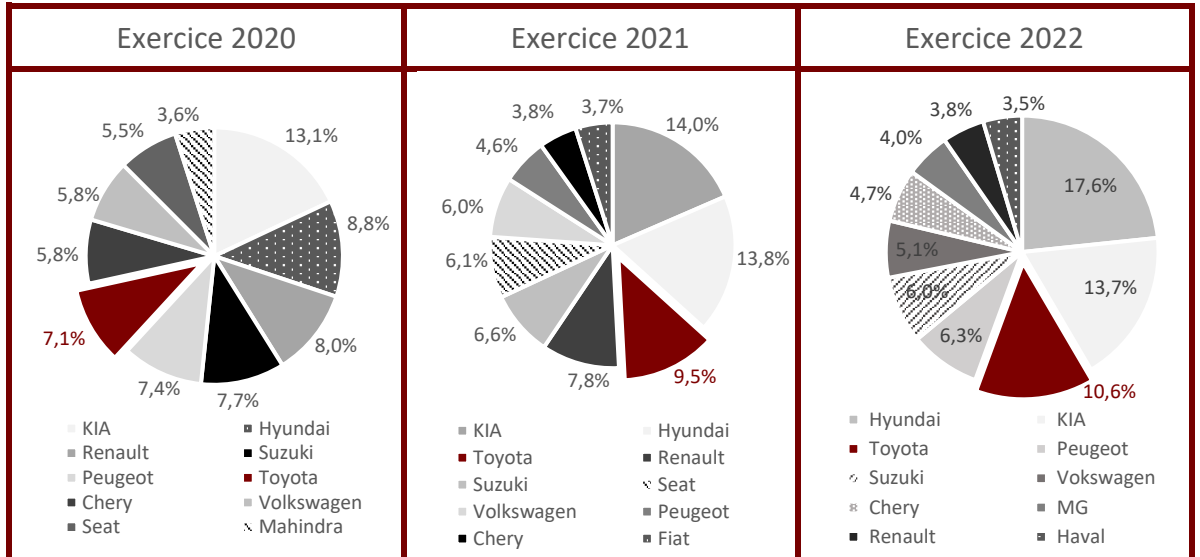
Le marché de l'automobile tunisien a connu une contraction en 2022, avec un nombre d'immatriculations s'élevant à 41 873 pour les Véhicules Particuliers, contre 49 569 immatriculations en 2021. Avec un volume d'immatriculations de 4 424 unités en 2022 (contre 4

693 en 2021), Toyota maintient le troisième rang, derrière Hyundai et KIA, avec une part de marché s'élevant à 10,6% (contre 9,5% en 2021).

## Marché des VP : Nombre d'unités immatriculées pour les marques du TOP 10



## Marché des VP : Parts de marché des marques du TOP 10



BSB se consacre à la commercialisation de produits Toyota adaptés au marché local en offrant des services de distribution de pièces de rechange d'origine et de réparation via son service après-vente. Axé sur la qualité de service conforme aux normes du constructeur japonais, BSB privilégie la proximité dans sa stratégie de développement. Avec un réseau dense de succursales et d'agences officielles, BSB étend sa présence sur l'ensemble du territoire tunisien en ouvrant de nouveaux



points de vente. Actuellement le concessionnaire dispose de 9 points de vente, dont la plus récente agence à Gafsa inaugurée en juin 2022, et prévoit l'ouverture prochaine d'agences à Nabeul, Grombalia, Hammamet, Tbolba et Gabes.

Dans le cadre de son développement, le concessionnaire envisage d'entreprendre des investissements visant à étendre ses capacités opérationnelles. Cette expansion comprend, notamment, l'agrandissement de l'espace de stockage, avec l'ajout d'un espace souterrain dédié. L'investissement dans un nouvel espace de stockage vise à accroître la capacité de stockage des véhicules, offrant, ainsi, une solution efficiente pour répondre à la demande croissante de véhicules en inventaire. Parallèlement, des travaux d'extension de l'atelier de réparation sont en cours de réalisation. Le concessionnaire accompagnera cette extension par un investissement dans un nouveau four pour l'atelier de réparation de carrosseries, augmentant, ainsi, sa capacité de réparation de près d'un tiers. Ces initiatives d'investissement stratégiques visent à renforcer l'infrastructure opérationnelle de l'entreprise ainsi qu'à améliorer la qualité des services offerts.