

Le mot des Présidents

> **Madame, Monsieur,
Chers actionnaires,**

C'est avec plaisir que nous vous retrouvons une nouvelle fois pour ce rendez-vous traditionnel.

Nous venons de publier nos résultats du premier semestre 2005, un semestre marqué par l'impact de facteurs exogènes aussi bien dus aux conditions climatiques (vague de froid en février, canicule en juin) qu'aux incertitudes liées à la mise en place du médecin traitant, facteurs auxquels notre clientèle senior est particulièrement sensible.

Dans ce contexte peu favorable, le groupe Audika a su faire preuve d'une bonne résistance au niveau de ses marges, validant une nouvelle fois le positionnement et le modèle économique du groupe. Notre marge opérationnelle est ainsi ressortie proche de 15 %.

Malgré cela, Audika n'est pas resté inactif et a poursuivi ses efforts sur la préparation de la croissance future.

Nous avons ainsi continué de proposer des nouveautés comme nous l'avons toujours fait depuis 30 ans. Nous avons lancé en septembre une offre novatrice destinée à faciliter l'accès à l'appareillage, en proposant à nos clients le paiement en 10 fois sans frais. Cette offre, accompagnée d'un plan marketing lancé avec un mois d'avance, sera dynamisée par la mise à disposition d'une nouvelle génération d'aides auditives toujours

plus performantes. Tout cela devrait nous permettre de retrouver un bon niveau de croissance au second semestre.

A moyen terme, notre marché présente toujours un potentiel exceptionnel, seulement 15 % des malentendants sont en effet aujourd'hui équipés. Ce marché continue comme chaque année d'attirer de nouveaux entrants, et nous restons bien sur attentifs aux nouveaux concepts émergents.

Audika dispose d'atouts différenciateurs forts aussi bien au travers de sa couverture géographique, la plus complète du marché, que de sa notoriété très largement supérieure à celle de nos concurrents comme vous pourrez le voir dans les pages suivantes.



Fort de ces différents éléments, nous sommes plus que jamais confiants sur notre capacité à générer une croissance dynamique au cours des prochaines années tout en délivrant une rentabilité élevée. Nous vous remercions de partager avec nous cette confiance.

**Jean-Claude Tonnard
et Alain Tonnard**
Fondateurs et Co-Présidents

Une année 2005 de transition

> Résultats semestriels 2005

En M€ IFRS	S1 2004	S2 2004	2004	S1 2005
Chiffre d'affaires	33,52	31,22	64,75	35,13
Résultat opérationnel courant	5,75	4,32	10,07	⁽¹⁾ 5,25
Marge opérationnelle (en %)	17,1 %	13,8 %	15,6 %	14,9 %
Résultat net part du groupe	3,38	2,51	5,89	3,12
Marge nette part du groupe (en %)	10,1 %	8,0 %	9,1 %	8,9 %

(1) Intègre la participation pour la première fois à hauteur de 0,3 M€

> + 4,5 % de croissance au premier semestre 2005

Le groupe Audika a généré au second trimestre un chiffre d'affaires de 19,1 M€ en croissance de + 7,0 % (+ 2,4 % en organique), confirmant la reprise progressive de l'activité après un premier trimestre perturbé par les conditions climatiques difficiles.

Le chiffre d'affaires semestriel s'établit à 35,1 M€, soit une croissance de + 4,5 % (stable à périmètre constant).

Toutefois, en raison d'un cumul de facteurs exogènes (conditions climatiques difficiles, perturbation liée

à la mise en place du médecin traitant), cette performance est inférieure d'environ 1,5 M€ à nos prévisions initiales.

Par ailleurs, le groupe a poursuivi au second trimestre le renforcement de sa couverture géographique en France avec 5 nouveaux centres : 1 acquisition en région Poitou-Charentes, et 4 créations visant à densifier sa présence dans des régions à fort potentiel telles que Rhône-Alpes, PACA et Aquitaine.

> Un premier semestre prometteur en terme de marges

Le groupe Audika a poursuivi l'optimisation de sa marge brute qui ressort désormais à 73,5 % du chiffre d'affaires (contre 73,1 % au S1 2004).

Toutefois, par rapport à un premier semestre 2004 particulièrement fort (hausse du chiffre d'affaires de + 35 % dont + 16 % en organique), l'effet de levier de la croissance sur une structure

de coûts fixes a été atténué par le manque de chiffre d'affaires.

La marge opérationnelle fait ainsi preuve d'une bonne résistance en s'établissant à 14,9 % (soit 15,8 % à base comparable, hors participation mise en place pour la première fois en 2005). Le résultat net par groupe ressort à 3,1 M€ soit une marge nette de 8,9 %.

> Croissance de + 4,7 % au troisième trimestre

Le groupe Audika a enregistré au troisième trimestre un chiffre d'affaires de 12,5 M€ en croissance de + 4,7 % par rapport à l'exercice précédent. A périmètre constant, le chiffre d'affaires progresse de + 1,7 %.

Après 2 mois d'été traditionnellement peu significatifs en raison de la fermeture saisonnière de nombreux centres, le groupe Audika a constaté

en septembre une nette reprise de la fréquentation de ses centres, fruit du plan marketing et du lancement de la nouvelle offre de financement (paiement en 10 fois sans frais).

Cependant, compte tenu du cycle traditionnel de facturation, ce regain d'activité n'est pas encore visible de manière significative dans le chiffre d'affaires réalisé en septembre.

> Reprise de l'activité en octobre

En revanche, le mois d'octobre confirme cette reprise de l'activité avec une croissance à deux chiffres.

Au vu de l'activité actuelle dans les centres, cette tendance devrait se poursuivre au cours des mois de novembre et décembre.

Poursuite de notre stratégie de dé Cap vers les 500 centres

> Audika pôle fédérateur, générateur de croissance

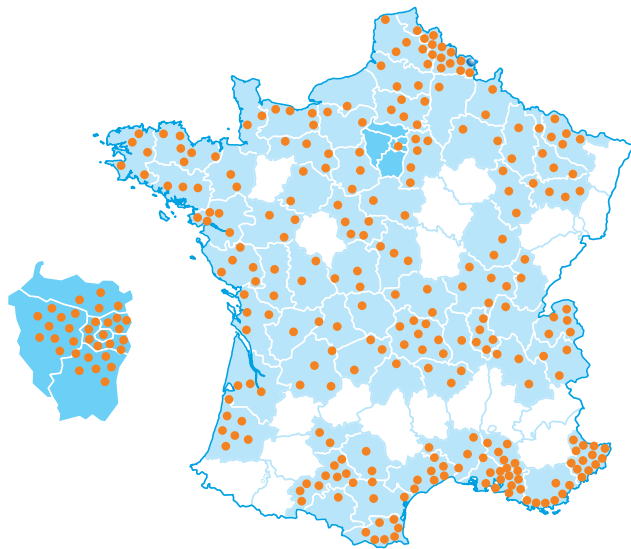
Le marché de la correction auditive en France est estimé aujourd'hui à environ 2 500 centres, dont 1 000 indépendants et 700 centres indépendants sous enseigne coopérative. Audika est aujourd'hui présent dans 75 départements, une présence nationale qui devrait se renforcer au cours des prochains mois. Nous allons en effet poursuivre notre maillage de plus en plus fin du territoire. A titre d'exemple, en région parisienne, nous sommes passés de 15 centres en 1998 à 48 en 2004.

	Nombre de centres	Départements couverts
Réseaux succursalistes		
Audika	283	73
Amplifon	262	57
Indépendants sous enseigne coopérative		
Audition Santé	231	70
Audition Conseil	210	63
Entendre	179	65
Audio 2000	125	-
Indépendants		
Indépendants	964	-
Mutualistes		
Audition Mutualiste	201	69
Marché global	2 455	-

Au 1^{er} avril 2005 (source : Audika)

Notre stratégie de croissance par acquisitions nous permet de dégager un rendement immédiat par le rachat d'une clientèle existante et par l'intégration immédiate de nouveaux audioprothésistes. Après chaque acquisition, nous appliquons notre modèle dans les nouvelles structures. L'effet de levier de la publicité, des normes et de la marque engendrent des économies d'échelle et permet une parfaite intégration des nouvelles structures après une période de 6 à 12 mois.

veloppement



Entre 1998 et juin 2005, nous avons acquis, en moyenne, un nouveau centre tous les 15 jours ! Cela représente un total de 144 centres acquis et 22 centres franchisés

intégrés. Le groupe Audika dispose aujourd'hui d'un réseau de plus de 300 centres.

Cette stratégie de croissance externe sera complétée par la création de nouveaux centres pour parfaire le maillage du territoire et exploiter le potentiel régional. En effet, dans une même zone, un audioprothésiste, qui gère son emploi du temps uniquement sur rendez-vous, peut travailler dans deux centres proches l'un de l'autre et ainsi renforcer notre présence locale.

> 15 nouveaux centres au troisième trimestre 2005

Conformément à sa stratégie qui vise à renforcer son leadership en France, le groupe Audika a poursuivi au troisième trimestre sa politique dynamique d'expansion géographique. Audika vient ainsi d'acquérir 10 centres, renforçant sa présence en Bretagne (4 centres à Brest), en Région Parisienne avec 1 centre à Houilles, en région PACA

(1 centre à Nice et 2 à Saint Raphaël).

Le groupe s'implante également pour la première fois dans le département des Pyrénées Atlantique avec 2 centres acquis à Bayonne et Biarritz. Ces 10 centres, auxquels

s'ajoute l'intégration d'un franchisé à Montreuil, apporteront un chiffre d'affaires additionnel cumulé d'environ 2,0 M€ en 2006.

Parallèlement à ces acquisitions, le groupe a également poursuivi sa politique de création afin de densifier son maillage du territoire avec 4 nouveaux centres dans les régions Aquitaine, Midi-Pyrénées, PACA et Rhône Alpes.

Depuis le 1^{er} janvier 2005, le groupe Audika a ainsi renforcé son réseau de 26 centres (17 acquisitions, 9 créations), un rythme similaire aux exercices précédents. En s'appuyant sur un réseau de plus de 300 centres répartis dans 75 départements, Audika dispose aujourd'hui de la couverture la plus complète du marché.



Audika news

> Poursuite de la success story Robert Hossein

Depuis 2003, Robert Hossein est le porte parole de nos campagnes de communication. Cette stratégie s'est révélée très efficace dans la mesure où elle nous a permis d'accroître fortement notre avance en terme de notoriété comme le montre le tableau ci dessous :

Notoriété globale chez les + de 60 ans	2002	2004	2005
Audika	27 %	36 %	44 %
Audio 2000	16 %	17 %	14 %
Audition Conseil	5 %	5 %	6 %
Audition Santé	4 %	6 %	6 %
Amplifon	-	3 %	6 %
Entendre	5 %	4 %	4 %

Source IFOP

Fort de ces excellents résultats et confortés par des tests consommateurs, nous avons décidé de reconduire Robert Hossein dans son rôle d'ambassadeur en nous appuyant sur son dynamisme, sa force de conviction et sa notoriété auprès des seniors, cœur de cible du groupe.



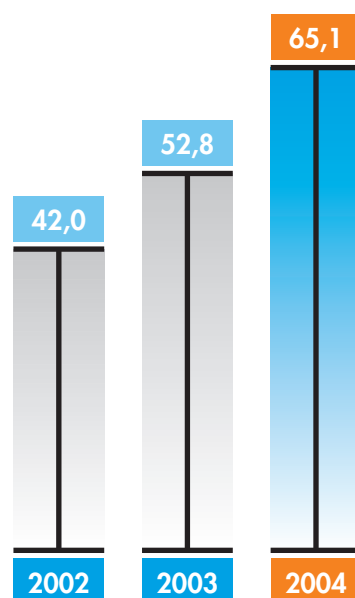
La nouvelle campagne marketing qui débutera début 2006, s'attachera à démontrer la complexité de la correction auditive (un suivi de 3 mois pour un appareillage performant) qui nécessite un véritable savoir-faire et une compétence professionnelle irréprochable. Ces éléments forts de services sont au cœur de la valeur ajoutée apportée par Audika, une valeur ajoutée cultivée tous les jours au travers d'une politique rigoureuse de formation de l'ensemble de nos collaborateurs.

> Le paiement en 10 fois sans frais : nouveauté de la rentrée

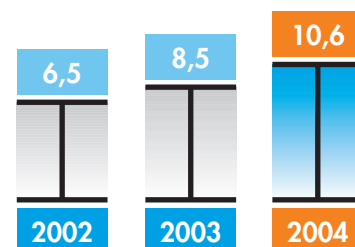
Nous venons de lancer en septembre une offre novatrice exclusive destinée à faciliter l'accès à l'appareillage. Spécialement étudiée pour répondre à notre typologie de clientèle, cette offre, testée avec succès (avec notamment une amélioration du taux de transformation des prospects) dans une vingtaine de centres pilotes au premier semestre 2005, est déployée dans tout le réseau depuis septembre-octobre. De plus, cette offre attractive accompagnera nos opérations de mailing sur nos fichiers clients et prospects.

Tableau de bord

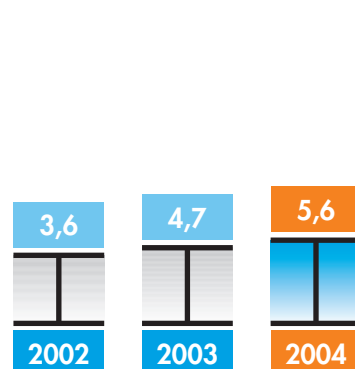
> Données clés



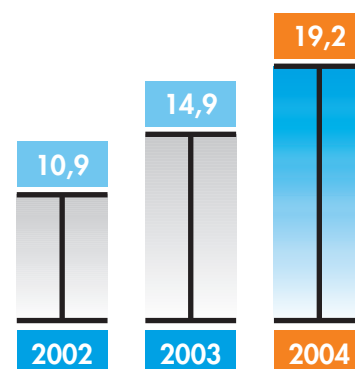
Chiffre d'affaires
(en millions d'euros)



Résultat d'exploitation
(en millions d'euros)



Résultat part du groupe
(en millions d'euros)

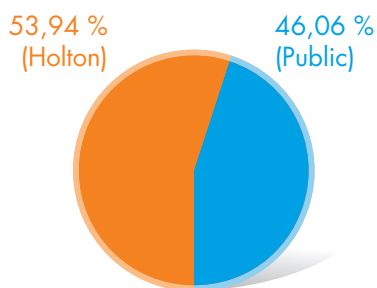


Évolution des capitaux propres
(en millions d'euros)

Le carnet de l'actionnaire

> Actionariat

Répartition du capital et des droits de vote au 31/12/04 :

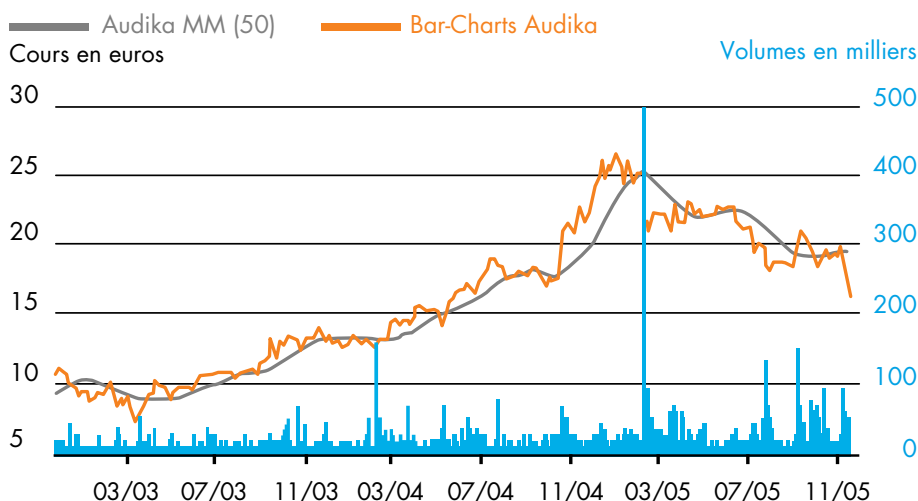


> Une politique de dividendes confirmée

Le groupe Audika, depuis son introduction au second marché en 1998, a développé une politique constante de distribution de dividende.

Le montant du dividende distribué correspond à environ 25 % du résultat net consolidé. Nous avons ainsi versé au titre de l'exercice 2004 un dividende de 0,15 € par action.

> Évolution du cours de bourse



> L'action Audika

Nombre d'actions : 9 450 000

Capitalisation boursière au 17 novembre 2005 : 157,3 M€

Audika est coté sur l'Eurolist SMALL 90, compartiment B.

ISIN FR0000063752-ADI - Reuters DIKA.PA - Bloomberg ADI



Recevez gratuitement toute l'information financière par email en vous inscrivant sur www.audika.com ou www.kaparcafinance.com