

N°1 FRANÇAIS DE LA
CORRECTION AUDITIVE

Audika



Rapport d'Activité
Exercice 2001



Le sommaire du Rapport d'Activité

01 Le mot des Présidents

02 La presbyacousie

03 Le marché

Le modèle Audika :

04 Les audioprothésistes

05 Les produits

06 Les services et le marketing

07 Les implantations

08 Les chiffres clés

10 Les données boursières



Le mot des Présidents

Audika

Madame, Monsieur, Chers actionnaires

L'exercice 2001 nous a permis de conforter notre place de N°1 français de la correction auditive. Comme nous l'avions annoncé, nous avons réalisé en 2001 un chiffre d'affaires de 35 M€, en croissance de plus de 18 % par rapport à l'exercice précédent. Après avoir posé les bases de notre développement futur au premier semestre, nous avons renoué, lors de la seconde partie de l'année avec notre stratégie de croissance externe : nous avons ainsi procédé à l'acquisition de 10 nouveaux centres et de 7 centres franchisés.

Parallèlement, et conformément aux objectifs, nous nous sommes attachés à améliorer sensiblement notre rentabilité. Ainsi nous avons enregistré au second semestre une marge opérationnelle supérieure à 16 %. Sur l'ensemble de l'exercice 2001, nous avons réalisé un résultat d'exploitation de 4,99 M€, soit une marge opérationnelle de 14,3 %. Le résultat net part du Groupe avant survaleurs ressort à 3,00 M€, soit une marge nette de 8,6 %.

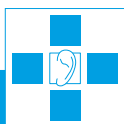
Ces résultats démontrent la pertinence du « modèle Audika » que nous avons construit au cours des dernières années.

Depuis le début de l'exercice 2002, nous avons poursuivi notre croissance en réalisant 5 nouvelles opérations de croissance externe. Le maillage du territoire se poursuit : avec 209 centres, nous sommes aujourd'hui implanté dans 67 départements.

Cette année sera d'ailleurs marquée par l'implantation dans une nouvelle région à fort potentiel. Avec la création d'un « emplacement N°1 » à Bordeaux (après ceux de Paris et Lyon), nous faisons nos premiers pas en Aquitaine. Les négociations en cours pour des acquisitions complémentaires devraient nous permettre, à moyen terme, de couvrir l'ensemble de cette région.

Sur le reste de l'exercice, nous entendons poursuivre cette stratégie liant croissance interne et externe. Nous ambitionnons de réaliser un chiffre d'affaires, sur la base du périmètre actuel, supérieur à 40 M€ avec une marge opérationnelle de l'ordre de 15 %.

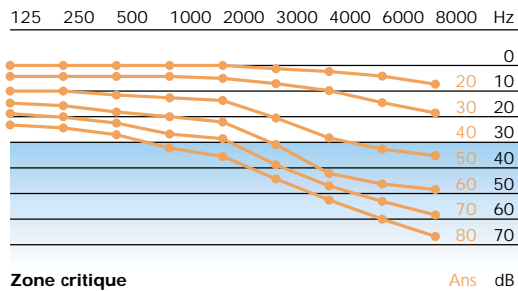
Disposant d'un réseau solide, d'un modèle de développement éprouvé sur un marché encore émergent et fort de la confiance de nos actionnaires, nous pouvons aborder sereinement les exercices à venir.



La presbyacousie

La presbyacousie est une baisse naturelle de l'audition.
Elle est issue d'un phénomène inéluctable comparable à celui,
mieux connu, de la presbytie, qui touche la vue.

Une baisse naturelle de l'audition
qui devient socialement «gênante»
à partir de 50 ans



**Zone critique
pour comprendre la parole**

Perte de l'audition
en fonction de l'âge

Ce phénomène d'usure naturelle du système auditif débute
à partir de 25 ans et devient gênant à partir de 50 ans.
Il s'agit donc d'une dégénérescence cellulaire très progressive
qui touche chacun d'entre nous plus ou moins rapidement,
en fonction de l'environnement sonore ou bruyant dans lequel on vit.

Seul l'appareillage auditif permet de traiter la presbyacousie

1 senior sur 3 a un problème d'audition
Un phénomène inéluctable
comparable à la presbytie pour la vue

Le marché

Audika

Un marché en pleine croissance

Le marché de la correction auditive s'adresse essentiellement aux seniors : un senior sur trois connaît des problèmes d'audition (Source SOFRES). Les seniors représentent actuellement environ **32 % de la population** totale. Mais l'arrivée du «papy-boom» va irrémédiablement entraîner une augmentation importante et rapide du nombre des plus de 50 ans qui devraient représenter plus de 50 % de la population en 2040, soit près de 30 millions de personnes (ou 1 français sur 2).

Un marché émergent

Au total, on dénombre actuellement plus de 5,5 millions de seniors malentendants. Néanmoins, le taux d'équipement est encore faible : **85 % des personnes concernées ne sont pas encore équipées**. Le potentiel de croissance du marché est donc très important, notamment au regard du phénomène de vieillissement de la population.

La croissance du marché bénéficie à l'évidence d'une excellente visibilité due à trois paramètres incontournables :

- L'évolution **démographique** très favorable des tranches d'âge «seniors»
- L'évolution **sociologique** qui amène les seniors à vouloir vivre une «vraie vie active» en vieillissant (impossible sans bonne audition)
- L'évolution **technologique** qui améliore l'efficacité des produits année après année et accentue leur miniaturisation, permettant de lever peu à peu les freins psychologiques à l'utilisation de l'aide auditive.

Un marché très atomisé

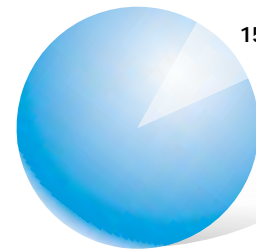
On compte en France environ **2 000 centres** de correction auditive. La moitié d'entre eux sont des centres indépendants. Indépendants et autres enseignes constituent donc pour Audika un large potentiel de cibles de croissance externe.

De fortes barrières à l'entrée

Exercer ce métier se base sur un certain nombre de **règles strictes** :

- le Diplôme d'Etat est obligatoire pour devenir audioprothésiste,
- l'appareillage auditif est soumis à une prescription médicale obligatoire,
- la profession doit s'exercer dans un local agréé par la Sécurité Sociale,
- et la VPC et la vente itinérante sont strictement interdites.

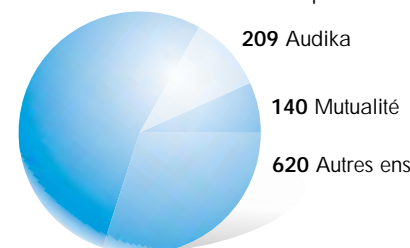
85 % Non équipés
15 % Equipés



2001

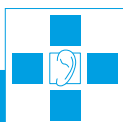
Taux d'équipement
chez les seniors concernés

1100 Centres indépendants



2001

Structuration
du marché en France



Le modèle Audika

Les audioprothésistes



Des spécialistes parfaitement qualifiés : les audioprothésistes

Les audioprothésistes constituent le support du modèle Audika. L'audioprothésiste est là lors de chaque étape de l'appareillage auditif. L'appareillage auditif du malentendant constitue un véritable métier d'accompagnement et de services, le succès d'un bon appareillage reposant sur les réglages plus que sur le type d'appareil.

L'appareillage auditif : une histoire qui s'écrit en 5 chapitres

1^{er} chapitre L'écoute

Bien comprendre les besoins pour trouver une solution vraiment personnalisée.

2^{ème} chapitre Le conseil

Conseiller la solution qu'il estime la plus appropriée.

3^{ème} chapitre L'adaptation

Adapter l'aide auditive choisie (moulage du conduit auditif, réglages personnalisés, contrôle du confort auditif)

4^{ème} chapitre Le suivi

Apprendre à utiliser l'aide auditive en fonction des différentes situations sonores, séances de réglages pour optimiser le confort auditif.

5^{ème} chapitre Le contrôle

Garantir le même confort au fil du temps.

Fort d'une **expérience de 25 ans**, le Groupe Audika dispose d'un réel savoir faire dans le recrutement et le management des audioprothésistes, éléments fondamentaux compte tenu de leur rareté. Le Groupe leur offre ainsi une **véritable formation technique et commerciale** permanente, et, grâce au développement de ses implantations, un plan de carrière très motivant.

L'environnement médical

L'appareillage auditif étant soumis à une prescription médicale obligatoire, l'audioprothésiste se place comme véritable partenaire du médecin ORL.

Dans ce cadre, Audika a mis en place une démarche active d'information permanente du monde médical par le biais :

- d'une formation à la communication médicale de ses audioprothésistes à l'aide du « service médical Audika »,
- et d'une présence dans de nombreux congrès médicaux.

Les produits

Place au « tout numérique »

Disponibles depuis quelques années en France, les appareils à technologie numérique vont encore considérablement évoluer pour se rapprocher toujours plus de l'audition naturelle. Le **microprocesseur de l'aide auditive** analyse le son plusieurs milliers de fois par seconde, le modifie et le restitue en l'adaptant instantanément aux besoins auditifs du malentendant, en fonction de l'ambiance sonore où il se trouve. Le son restitué est pur, toutes les situations sonores deviennent confortables (bruit faible, rue bruyante, restaurant...).

Les produits phares

Le contour d'oreille : le classique

Encore utilisés dans de nombreux cas, les contours ont su gagner en design et en discrétion. Ils disposent désormais avec le numérique des technologies les plus avancées.

L'Audipuce : l'invisible

C'est le type de produits qui a le plus bénéficié des progrès des aides auditives : confort, invisibilité et donc discrétion. L'apport des technologies numériques en font un produit facilitant grandement le port d'une aide auditive.

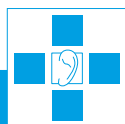


Un partenaire des plus grands fabricants

Audika collabore avec 4 des six plus grands fabricants ce qui lui confère un double avantage :

- être capable de proposer une large gamme de produits
- et de conserver son indépendance vis à vis des fabricants et de leurs produits.

Par ailleurs, le Groupe se positionne comme un **véritable partenaire** de ces fabricants et joue un rôle de conseil sur l'évolution des produits.



Audika



Le design discret du **Mini-contour** (placé derrière l'oreille)

L'emplacement invisible de l'**Audipuce** dans le canal auditif



Le modèle Audika

Les services et le marketing

L'appareillage auditif du malentendant constitue un véritable métier d'accompagnement. Dans ce cadre, Audika a mis en place une gamme complète de prestations de services liés à l'appareillage.

Des prestations de services sur mesure

Des services liés à l'appareillage

- Analyser les besoins et les attentes
- Conseiller la solution la plus appropriée
- Optimiser le confort auditif
- Suivre et contrôler régulièrement

De nombreux services associés

- Garantie satisfaction
- Extension de garantie
- Assurance «tous risques»
- Financement personnalisé
- Abonnement Sérénité

Un marketing de conquête et de fidélisation

Alliant un positionnement de spécialiste, une stratégie de croissance offensive et une politique de communication nationale permanente (TV, presse et mailings), Audika est parvenu à mettre en place une **enseigne nationale** bénéficiant d'une forte notoriété : le Groupe est en France le premier réseau structuré à dimension nationale et le seul à avoir accès à une communication nationale permanente et soutenue.

Une communication nationale permanente

Le Groupe consacre chaque année en moyenne plus de **2 M€ à la communication**. Cette stratégie lui permet de lever progressivement les freins psychologiques qui constituent encore le principal obstacle au développement du marché.

Une fidélisation axée sur le service client

Un budget annuel moyen supérieur à **2 M€**

Un savoir-faire de **25 ans**

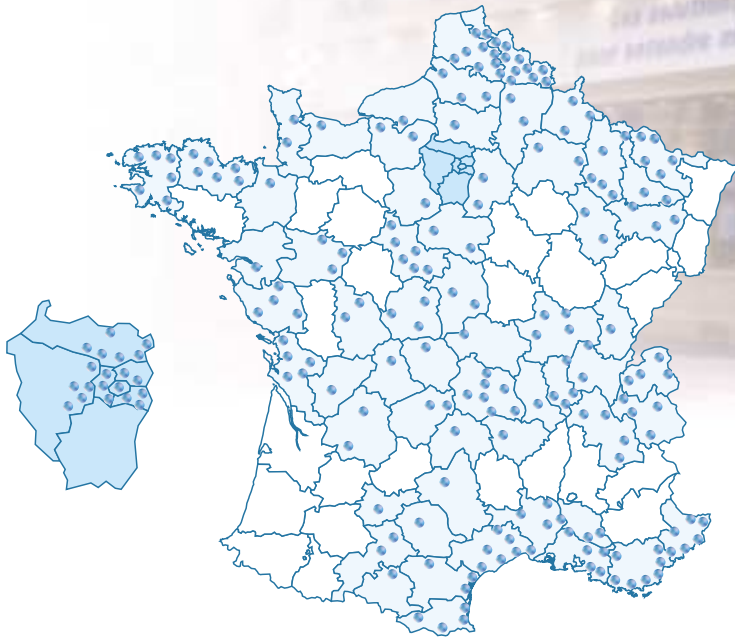
Les implantations

Une stratégie de croissance externe à effet de levier

Fort d'un réseau de **209 centres**, le Groupe Audika continue à se développer en multipliant les opérations de croissance externe. L'objectif du Groupe, déjà implanté dans près de **70 départements**, est de compléter le maillage du territoire.

Audika procède ainsi régulièrement à l'acquisition de centres à forte notoriété régionale. Cette stratégie lui permet de dégager un **rendement immédiat** par le rachat d'une clientèle existante et par l'intégration immédiate de nouveaux audioprothésistes.

Après chaque acquisition, Audika applique son modèle dans les nouvelles structures. L'effet de levier de la publicité, des normes et de la marque facilitent les économies d'échelle et permet une **parfaite intégration** des nouvelles structures dans une période de 6 à 12 mois.



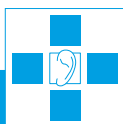
Un réseau de 209 centres
avec 63 centres acquis depuis 1998

Audika

Des emplacements N°1

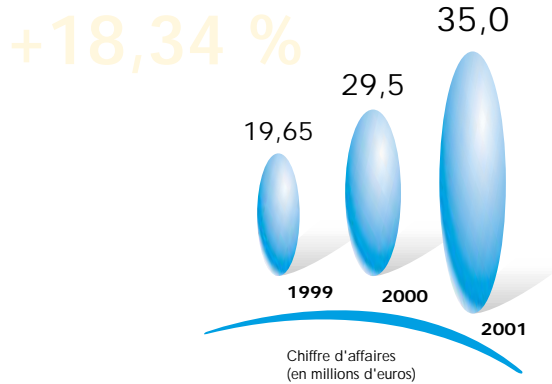
Parallèlement à son développement par croissance externe, Audika teste également un nouveau concept : l'emplacement n°1. Les centres sont alors placés stratégiquement dans des zones à plus grande visibilité. L'objectif étant d'accroître le trafic, grâce à une meilleure visibilité et de disposer de « vitrines » commerciales.

Testé avec succès dans le 16^{ème} arrondissement de Paris (Passy) depuis mars 2001, ce concept est maintenant développé à Lyon (Quai des Célestins) et depuis peu, à Bordeaux (barrière du Médoc).



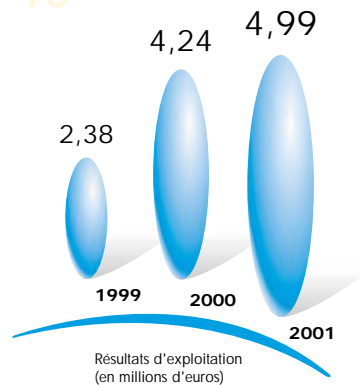
Les chiffres clés 2001

35 M€ de chiffre d'affaires en 2001



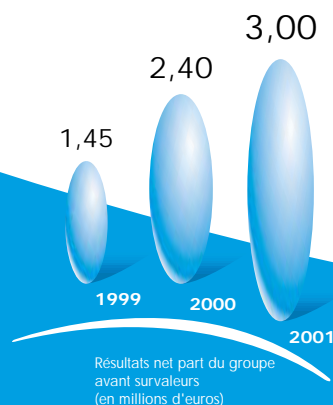
Sur l'ensemble de l'exercice 2001, le Groupe Audika a enregistré, un chiffre d'affaires de 34,96 M€, en hausse de 18,34 % par rapport à l'exercice précédent. A périmètre constant, Audika a maintenu une croissance de son activité de près de 10 %.

16,2 % de marge opérationnelle
+16,2 % au second semestre 2001



Les efforts de structuration engagés au cours du premier semestre ont porté leurs fruits et ont permis une très nette amélioration de la rentabilité au cours du second semestre 2001. Audika a réalisé sur cette période une marge opérationnelle de 16,2 %.

Résultats 2001 conformes aux prévisions



Conformément aux objectifs, sur l'ensemble de l'exercice, le Groupe a réalisé un résultat d'exploitation de 4,99 M€, soit une marge opérationnelle de 14,3 %. Le résultat net part du Groupe avant survaleurs ressort à 3,00 M€, soit une marge nette de 8,6 %.

Compte de résultat consolidé simplifié

En millions d'euros	1999	2000	2001
Chiffre d'affaires	19,65	29,54	34,96
Résultat d'exploitation	2,38	4,24	4,99
Marge opérationnelle	12,10 %	14,35 %	14,28 %
Résultat courant av. impôt société	2,23	4,06	4,72
Résultat net part du Groupe ⁽¹⁾	1,45	2,40	3,00
Marge nette ⁽¹⁾	7,39 %	8,12 %	8,58 %
Résultat net part du Groupe	1,32	2,21	2,79
Marge nette part du Groupe	6,71 %	7,49 %	7,97 %

(1) Avant survaleurs

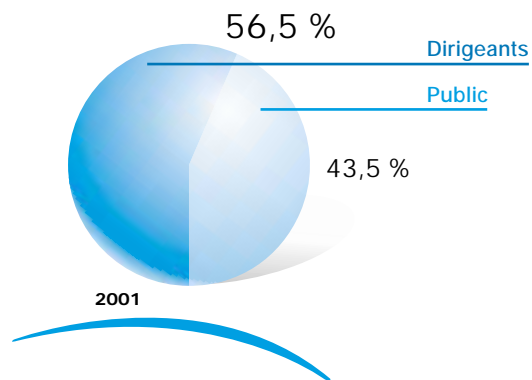
Bilan consolidé simplifié

En millions d'euros au 31/12	1999	2000	2001
Capitaux propres	3,88	5,7	8,49
Endettement net	2,62	3,7	4,9
Gearing	67,5 %	64,7 %	57,4 %
Cash-flow	2,04	3,66	4,18



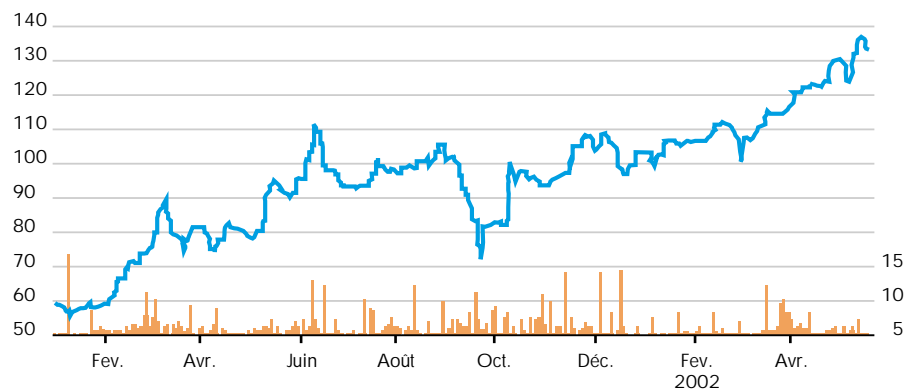
Les données boursières

Répartition du capital



Evolution du cours et des volumes

Cours en euros et volume en milliers



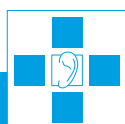
Audika

L'action Audika

L'action Audika au Second Marché d'Euronext

Nombre d'actions	787 500
Dividende par action (hors avoir fiscal)	0,9 €
Capitalisation boursière (au 20/03/02)	91,4 M€

Audika fait partie
de l'indice du Second Marché et du Midcac

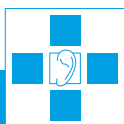




Notes

N°1 FRANÇAIS DE LA
CORRECTION AUDITIVE

Audika



Rendez-vous sur :
www.audika.com

N°1 FRANÇAIS DE LA
CORRECTION AUDITIVE

Audika

24, avenue de Friedland - 75008 Paris
Tél. : 01 55 37 30 30 - Fax : 01 55 37 30 36
Société Anonyme au capital de 241 000 euros