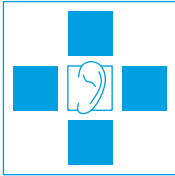




LETTRE D'INFORMATION SEMESTRIELLE

novembre 2001



**Alain et
Jean-Claude
Tonnard**

**Madame, Monsieur,
Chers actionnaires,**

Après un exercice 2000 ayant marqué un développement sans précédent pour Audika, nous nous sommes attachés au cours du premier semestre 2001 à poser les bases de notre développement futur. Comme prévu, nous avons donc marqué une pause dans notre stratégie de croissance externe et avons poursuivi notre politique de structuration du groupe.

Disposant de bases solides, nous sommes maintenant en mesure de poursuivre activement notre développement et d'accélérer, sans discontinuer, notre croissance future. En 2001, nous avons pour objectif de réaliser un chiffre d'affaires supérieur à 35 M€, en croissance de 20 % avec une rentabilité nette supérieure à 8 %.

Sur les neuf premiers mois de l'exercice 2001, conformément à nos objectifs, le chiffre d'affaires a progressé de 22,5 % à 23,4 M€. A périmètre constant, nous avons maintenu une croissance soutenue (+11,8 %).

Le mot des présidents

Pour l'exercice 2002, notre ambition est de continuer à gagner des parts de marché en maintenant une croissance interne supérieure à celle du marché. De plus, nous souhaitons poursuivre activement notre politique d'acquisition. Disposant d'un large portefeuille de cibles identifiées, nous devrions concrétiser les premières opérations dès le premier trimestre 2002. Les économies d'échelle et l'effet de levier sur les frais de structure devraient jouer pleinement et permettre une amélioration sensible de la rentabilité.

Fort de la confiance de nos actionnaires, nous affichons de grandes ambitions pour l'avenir : les opportunités de croissance sur notre marché sont nombreuses et nous disposons de tous les atouts pour en bénéficier.

activité du groupe

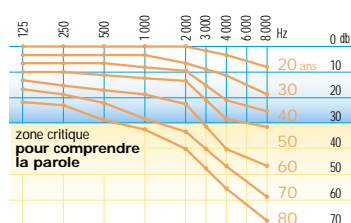
Avec plus de 200 centres répartis dans 67 départements et 10 % de parts de marché, Audika est le premier réseau français de centres spécialisés dans le conseil et les solutions en correction auditive. Positionné sur le marché des seniors (plus de 50 ans), Audika a vocation à renforcer son leadership sur un secteur encore très atomisé. Le groupe Audika prévoit de réaliser plus de 35 M€ de chiffre d'affaires en 2001.

Audika

N°1 FRANÇAIS
DE LA
CORRECTION
AUDITIVE

ACTIVITE DU GROUPE

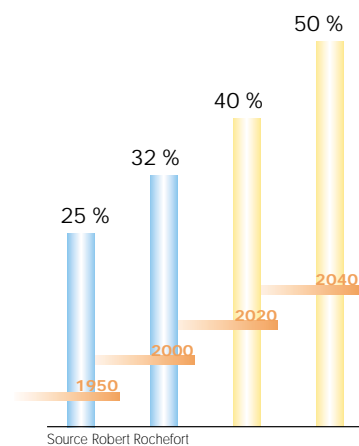
Perte de l'audition en fonction de l'âge



La presbyacousie, un phénomène progressif qui touche chacun de nous

La presbyacousie est une baisse naturelle de l'audition. Elle est issue d'un phénomène inéducable comparable à celui, mieux connu, de la presbytie, qui touche la vue. 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 de nous plus ou moins rapidement, en fonction de l'environnement sonore ou bruyant dans lequel on vit.

Répartition des plus de 50 ans dans la population totale



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. Les seniors représentent actuellement environ 32 % de la population totale. 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). Source SOFRES

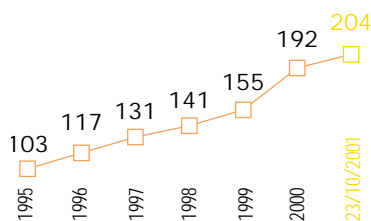
Au total, on dénombre actuellement plus de 5,5 millions de seniors malentendants. Néanmoins, le taux d'équipement est encore relativement faible : **seuls 15 % d'entre eux sont équipés**. Le potentiel de croissance du marché est donc très important, notamment au regard du phénomène de vieillissement de la population.

La croissance du marché bénéficie à l'évidence d'une excellente visibilité due à 3 paramètres incontournables :

- L'évolution démographique très favorable des tranches d'âge "seniors" (voir ci-contre).
- 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.

STRATEGIE DU GROUPE

□ Doublement du nombre de centres en 6 ans



Une enseigne nationale forte

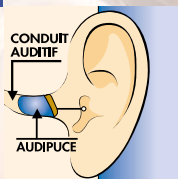
Alliant un positionnement de spécialiste, une stratégie de croissance offensive et une politique de communication nationale permanente (400 spots TV seront diffusés en 2001), Audika est parvenu à mettre en place une enseigne nationale forte : le groupe est d'ailleurs aujourd'hui en France le premier réseau structuré à dimension nationale (et le seul réseau à pouvoir faire une communication nationale).

Audika dispose désormais en France d'un réseau de plus de 200 centres qui couvre 67 départements.

Un mix produits/services adapté aux seniors

Chaque problème auditif demande une correction personnalisée. Audika propose une large gamme de produits innovants favorisant la banalisation des aides auditives. L'arrivée du numérique, techniquement plus performant et maintenant invisible, constitue un vecteur important de banalisation du produit.

De plus Audika propose un grand nombre de services spécifiques (extension de garantie, assurance, assistance nationale...).



Lancement de l'Abonnement Sérénité

Le 1^{er} septembre 2001, Audika a lancé l'Abonnement Sérénité. Cette formule exclusive a pour objectif de simplifier l'accès à l'appareillage auditif, notamment en facilitant le financement et en répondant aux attentes de sécurisation des seniors malentendants.

A partir de 330 francs par mois pendant quatre ans, cet abonnement offre une formule "tout compris", de l'appareil numérique dernière génération au contrôle régulier pour un confort auditif optimal, sans oublier piles et accessoires, produits d'entretien, assurances et garantie.

EVENEMENTS MARQUANTS 2001

Phase de test : nouveau type d'implantation

Un nouveau centre a été installé en mars 2001 à Paris 16^e (Passy) sur un emplacement N°1 afin de valider un nouveau type d'emplacement ayant pour objectif d'accroître le trafic, grâce à une meilleure visibilité. A cette occasion, Audika teste également un nouveau concept de magasin.



Franchissement du cap des 200 centres

Audika a renoué avec les opérations de croissance externe lors du second semestre 2001. Le groupe a ainsi déjà procédé à l'acquisition de 10 centres et à l'intégration de 7 centres franchisés. Ces acquisitions ont permis à Audika de franchir le cap des 200 centres et de poursuivre le maillage du territoire avec :

- l'acquisition de la chaîne "Audio Technologie" qui dispose de 5 centres dans les Côtes d'Armor. Audika élargit ainsi sa couverture à un département où il n'était pas encore implanté.
- l'acquisition des fonds de commerce de la société EMS qui regroupe 3 centres situés à Lyon et dans sa région. Grâce à cette opération, Audika complète ses implantations sur le département et conforte ainsi ses positions déjà solides sur la seconde ville française.
- L'acquisition à Menton et Roquebrune Cap Martin des deux centres de la société LPN qui permet au Groupe Audika de renforcer sa présence dans ce département à fort potentiel (8 centres à ce jour).

Une croissance maîtrisée avec l'intégration de franchisés

Le concept de la franchise ne constituant pas le cœur de la stratégie de développement du groupe, Audika a intégré deux chaînes franchisées à son réseau succursaliste : les fonds de commerce de la société "Joly" (5 centres situés en Bourgogne consolidés sur le second semestre 2001) et la société "Reims Surdité" (2 centres situés dans les Ardennes et dans la Marne consolidés à partir du dernier trimestre 2001). Outre une meilleure maîtrise de son réseau, ces intégrations doivent permettre à Audika de disposer d'une base de déploiement dans ces régions.

RESULTATS SEMESTRIELS 2001

Objectifs 2002

Pour l'exercice 2002, Audika a pour ambition de continuer à gagner des parts de marché en maintenant une croissance interne supérieure à celle du marché. De plus, le groupe entend poursuivre activement sa politique d'acquisition, Audika disposant d'un large portefeuille de cibles identifiées. Les premières opérations devraient se concrétiser dès le premier trimestre 2002. Les économies d'échelle et l'effet de levier sur les frais de structure devraient jouer pleinement et permettre une amélioration sensible de la rentabilité.

Données consolidées, en M€	1S 2000	1S 2001
Chiffre d'affaires	13,8	16,9
Résultat d'exploitation	2,07	2,07
<i>Marge d'exploitation</i>	<i>15 %</i>	<i>12,2 %</i>
Résultat net part du groupe	1,17	1,13
<i>Marge nette</i>	<i>8,5 %</i>	<i>6,7 %</i>

Conformément aux objectifs annoncés, le groupe Audika a réalisé au cours du premier semestre de l'exercice 2001 un chiffre d'affaires de 16,88 M€, en progression de 22,44 % par rapport à l'exercice précédent. Audika a maintenu une croissance interne soutenue (+ 10,2 %).

Chiffre d'affaires semestriel :
+ 22,4 % à 16,9 M€

Au cours du premier semestre, Audika s'est consacré, comme prévu, à parfaire l'intégration des acquisitions réalisées en 2000 en marquant une pause dans sa stratégie de croissance externe.

Sur l'ensemble du premier semestre, Audika a dû supporter des charges supplémentaires mais non récurrentes (mise à niveau de personnel, déménagement de la société Elstar) qui ont temporairement impacté sa rentabilité. Le résultat d'exploitation ressort à 2,07 M€, stable par rapport au premier semestre 2000. La marge opérationnelle s'élève à 12,2 %. Audika a réalisé un résultat net part du groupe de 1,13 M€, soit une marge nette de 6,7 %.

Des résultats semestriels impactés par des charges non récurrentes

Audika a poursuivi ses efforts de structuration (régionalisation de la direction commerciale, intégration d'un directeur des opérations responsable des investissements, renforcement du contrôle de gestion) qui lui permettent de disposer de bases solides pour accélérer son développement futur.

Des efforts de structuration pour accélérer la croissance future

Cette stratégie, conjuguée à un meilleur amortissement des frais de structure, portera ses fruits dès le second semestre 2001 : Audika devrait, comme annoncé, réaliser un chiffre d'affaires supérieur à 35 M€, en croissance de 20 % avec une rentabilité nette supérieure à 8 %.

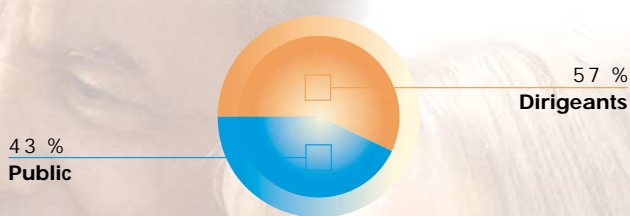
Maintien des objectifs annuels

AUDIKA EN BOURSE

Evolution du cours de Bourse



Répartition de l'actionariat




Nombre de titres :	787 500
Capitalisation :	77 M€



N°1 FRANÇAIS DE LA
CORRECTION AUDITIVE

Audika :
Alain Tonnard
Tél. : +33 (0)1 55 37 30 30

Equity Conseil :
Etienne Sirand-Pugnet
Tél. : +33 (0)1 45 22 22 30

 Recevez gratuitement toute l'information financière par e-mail en vous inscrivant sur : www.equityinfos.com