

Audika

Acquisitions de 8 nouveaux centres

- Renforcement significatif des positions à Marseille
- Poursuite du maillage en Bretagne et en Bourgogne

Intensification de la politique marketing

5 nouveaux centres à Marseille et dans ses environs

Après avoir largement consolidé sa position sur Paris et sa région avec l'acquisition de la chaîne Revelson en juillet 2002, Audika accroît sensiblement sa part de marché dans la seconde agglomération française avec l'acquisition de 5 centres situés à Marseille et dans ses environs. Suite à cette opération, le Groupe Audika dispose désormais de 11 centres dans le département des Bouches du Rhône dont 5 à Marseille. Conformément à sa stratégie, et suite au succès de ce "modèle" à Paris, Lyon et Bordeaux, Audika a pour objectif de développer à Marseille plusieurs emplacements N°1.

Poursuite du maillage du territoire

■ 2 nouvelles implantations en Bretagne

Poursuivant activement son maillage du territoire, le Groupe Audika s'est implanté dans un nouveau département, le Morbihan, par le biais de l'acquisition de deux nouveaux centres (Vannes et Questembert).

Cette opération permet à Audika de disposer, à ce jour, de 15 centres en Bretagne.

■ 1 nouveau centre en Bourgogne

Avec l'acquisition d'un centre situé à Dijon, le Groupe Audika renforce encore ses positions en Bourgogne, et notamment dans le département de la Côte d'Or.

Grâce à cette croissance externe, complémentaire du centre de Beaune, Audika couvre désormais à plus de 80 % la zone de chalandise de ce département.

1,3 M€ de chiffre d'affaires supplémentaire

Ces 8 nouveaux centres devraient générer en 2003 un chiffre d'affaires de 1,3 M€. Ils seront consolidés à partir du 1^{er} janvier 2003.

Intensification de la politique marketing

Comme annoncé, Audika a d'ores et déjà commencé à intensifier sa politique marketing par le biais d'une nouvelle campagne publicitaire faisant appel à un senior "emblématique" comme porte parole : **Robert Hossein**.

L'acteur et metteur en scène prête sa personnalité à Audika pour interpeller les seniors et les sensibiliser aux bénéfices de la correction auditive. A l'avenir, Audika déclinera l'ensemble de ses moyens de communication autour de cette nouvelle image.

Avec plus de 400 spots diffusés sur l'année 2003 pour un budget de 600 K€, Audika entend ainsi convaincre de nouveaux seniors de l'utilité de s'équiper d'une aide auditive. Cette stratégie doit permettre à Audika d'accélérer la notoriété de l'enseigne, de dénouer la problématique psychologique liée à l'appareillage et de créer un nouvel effet de levier sur le chiffre d'affaires.

Perspectives

En 2003, Audika maintiendra une croissance interne supérieure à celle du marché complétée par plusieurs opérations de croissance externe. Compte tenu du nombre de cibles déjà identifiées, Audika dispose d'une forte visibilité sur son programme d'acquisitions.

Le Groupe Audika publiera son chiffre d'affaires 2002 le 11 février 2003



Recevez gratuitement toute l'information financière de Audika par e-mail en vous inscrivant sur www.equityinfos.com ou sur www.audika.com

A propos d'Audika :

Avec près de 250 centres répartis dans 69 départements et 11 % 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, peu sensible aux variations de la conjoncture économique, Audika a vocation à renforcer son leadership sur un secteur encore très atomisé.

Contact Audika,

Alain Tonnard
au +33 (0)1 55 37 30 30

Contact Equity Conseil,

Etienne Sirand-Pugnet
au +33 (0)1 45 22 22 30

Euroclear 6375
Reuters DIKA.PA
Bloomberg ADI
Nombre d'actions : 3 150 000

