

# Audika passe sous pavillon danois

Par **Olivia Détrouyat**

Publié le 17/02/2015 à 19:55



La marque Audika bénéficie d'une forte notoriété en France. GARO/PHANIE/phanie

## Le n° 2 mondial des prothèses auditives va racheter l'enseigne des frères Tonnard.

On attendait le concurrent italien Amplifon. Ce sera finalement le danois William Demant. Mardi, le leader français de la correction auditive Audika et le numéro deux mondial des prothèses auditives ont annoncé être entrés en négociations exclusives pour le rachat de la majorité du capital du français. William Demant propose 17,78 euros par action pour acquérir les 53,9 % détenus par Holton, holding des frères Alain et Jean-Claude Tonnard, fondateurs de l'enseigne en 1976. Soit une prime de 32 % par rapport au cours de clôture de lundi 16 février et de 46 % sur la moyenne des trois derniers mois. En cas de réussite très probable des négociations, William Demant lancera ensuite une OPA sur le reste du capital, comme l'y oblige la réglementation boursière. Le prix valorise le distributeur de produits auditifs 168 millions d'euros, soit 1,7 fois son chiffre d'affaires 2014.

Les deux sociétés se connaissent bien, William Demant étant un important fournisseur d'Audika. Avec ce rachat, le groupe danois s'adjugerait, outre sept magasins en Belgique, les quelque 460 magasins d'Audika en France, soit 10 % du marché hexagonal en nombre de points de vente. La direction du groupe danois espère clore l'opération d'ici au troisième trimestre 2015, a-t-elle indiqué lors d'une conférence téléphonique. Elle gardera la marque Audika, qui bénéficie d'une forte notoriété en France.

## **Pénurie d'audioprothésistes en France**

Audika, au coude-à-coude avec son concurrent transalpin Amplifon en France, profite en effet du vieillissement de la population. Cependant, elle a connu ces dernières années une érosion de ses ventes et de sa rentabilité, pénalisées par l'attentisme de ses clients dans un contexte de crise. L'équipement de la population et le développement du réseau sont par ailleurs freinés par la pénurie d'audioprothésistes en France, dont la formation est encadrée par un *numerus clausus*. Enfin, contrairement à l'optique, l'équipement auditif suscite encore un frein psychologique chez les jeunes seniors. D'où le choix d'Audika de lancer l'an dernier une campagne avec l'actrice Anny Duperey pour rajeunir son cœur de cible, après des années de collaboration avec Robert Hossein.

L'enseigne mise sur cette nouvelle communication et sur les effets de la vente de sa filiale déficitaire en Italie l'an dernier pour redorer ses ventes et ses marges. Selon le consensus Thomson, sa marge d'Ebitda devrait remonter de 11,2 % en 2013 à 14,3 % en 2014. En janvier, le groupe avait déjà fait état d'une hausse de 2,9 % de ses ventes pour 2014, à 98,7 millions d'euros. Les frères Tonnard, qui garderont la coprésidence du groupe, estiment que le nouveau propriétaire dotera Audika «de nouveaux moyens pour poursuivre sur le long terme (son) développement». L'enseigne, qui s'est construite par acquisitions successives de petits indépendants, aura de quoi poursuivre ses emplettes en France, près d'un tiers du marché étant encore aux mains de boutiques indépendantes.