

Chiffre d'affaires 2020

Évolution du CA conforme au marché

Situation financière maîtrisée et renforcée

Le chiffre d'affaires de l'année 2020 s'établit à 9,8 M€ sur la base de comptes 2020 non encore audités, en baisse de 30%, soit la baisse médiane du marché de la communication dans cette période de crise, estimée aujourd'hui à près de 35%.

Cette baisse se traduit également par une baisse de la marge brute à 7,7 M€ contre 10,7 M€ en 2019, soit une baisse de 28%.

- L'année 2020 a en effet été marquée par la contraction du marché de la communication due à la crise sanitaire et spécifiquement aux deux confinements de mars et octobre. Dans ce contexte, les investissements publicitaires traditionnels ont chuté de 35%, et l'ensemble de la communication de 30%.
- Des consultations à l'arrêt : l'activité de Makheia a été naturellement affectée par le ralentissement des commandes clients mais également par un fort ralentissement des consultations du secteur, un nombre divisé par deux pour Makheia (78 compétitions traitées vs 130 en 2019) malgré un taux de réussite positif de 30%. Le Groupe a néanmoins remporté de beaux comptes tels Danone Nutrition Afrique, Syntec Numérique, Jaeger-Lecoultre ou encore Crédit Agricole / CIB.
- Makheia a par ailleurs, dû faire face à la perte de son premier client représentant 6% du chiffre d'affaires, celui-ci ayant décidé de centraliser mondialement son marketing digital dans un autre pays que la France.

SUCCÈS DU PLAN D'ÉCONOMIES MASSIF DE PRÈS DE 5 MILLIONS D'EUROS

Pour faire face à la crise, le Groupe a mis en place dès le début de la crise un plan d'économies drastiques sur principalement trois postes :

- Une diminution de la masse salariale de 3,5 M€ entre 2019 et 2020 (soit une baisse de 35%)
- Une réduction des charges externes de 1,2 M€ dont 700 K€ d'économie sur le poste immobilier
- Un recours aux freelances en forte baisse dans la dynamique entamée l'année dernière.

Ces fortes réductions de coûts permettront à Makheia d'amoindrir l'impact de la crise sur le résultat. La fin de l'année ayant été marquée par des signes de reprise et une amélioration du résultat. (Nb : les résultats seront publiés le 14 avril prochain).

UNE SITUATION FINANCIÈRE RENFORCEE

Parallèlement aux mesures d'économies et au plan de réduction des coûts, Makheia rappelle qu'un plan de refinancement a également été déployé pendant la crise.

Notamment :

- La réduction de la dette par incorporation au capital en juillet 2020 de la créance issue de la première tranche des obligations convertibles détenues par Isatis Capital pour un montant de 1,6 M€.
- La mise en place d'un plan d'attribution gratuite de BSA A et B qui a permis à Makheia de lever, à ce jour, un total de 3 382 210 € permettant au Groupe de se désendetter en grande partie et également de mettre en oeuvre un plan de sortie de crise « Covid » - (communiqué du 16 février).
- La poursuite de la réduction de la dette avec une seconde incorporation de 700 K€ d'Isatis Capital.

Ce plan de financement permet à Makheia d'envisager les prochains mois avec sérénité, d'autant que le Groupe a poursuivi son plan de réduction des coûts sur le second semestre.

MAKHEIA AGENCY OF THE YEAR AUX AD WORLD MASTERS

Enfin, deux ans après avoir été élu meilleur Groupe de communication indépendant (2019 • Les Cas d'Or) et Groupe de communication indépendant de l'année (2015 • Grands Prix des Agences de l'année), Makheia remporte le titre Agency of the Year décerné par les Ad World Masters. Compétition internationale, qui scanne les agences de 75 pays, seules 38 agences ont été primées en France pour l'édition 2020.

ISIN FR0000072993 - ALMAK - REUTERS : ALMAK.PA - BLOOMBERG : ALMAK:FP

Pour toute information :

Makheia Group

Adeline Francart – actionnaires@makheia.com

Les informations financières de **Makheia Group** sont accessibles ici :

<http://www.makheia.com/finance/>

MAKHEIA GROUP

32 rue de Monceau
75008 Paris
+33 (0)1 42 12 20 00
www.makheia.com