



Résultats 2020

AVRIL 2021

# SOMMAIRE



## **Une année exceptionnelle de crise**

- Un marché en baisse de 28%
- Un arrêt brutal des consultations

## **Arrêté des comptes 2020**

- Un impact fort de la crise
- Un plan d'économies de 6,5 M€
- Une structure financière renforcée

## **Makheia prêt pour la relance**

- Une nouvelle offre autour de 3 marques fortes
- Une dynamique positive



## COVID : UNE CRISE EXCEPTIONNELLE

La crise du Covid 19 et l'arrêt de l'économie pendant le(s) confinement(s) ont engendré la « pire crise que le marché de la communication ait connu »<sup>1</sup>.

*1 (In Stratégies 18/03/21)*



# UNE CRISE SANS PRÉCÉDENT

## UNE BAISSÉ DU MARCHÉ DE 28%, MAIS DES SEGMENTS TRÈS HÉTÉROGÈNES

- Un tiers des agences ont enregistré une baisse de leurs revenus supérieurs à 40%
- Et 20% une baisse de plus de 50% *(Source Afdas Mars 2021)*
- Seuls 8% des entreprises affichent une baisse inférieure à 15%

13,3 milliards

De recettes publicitaires en  
2020 (digital compris)

- 22% vs 2019

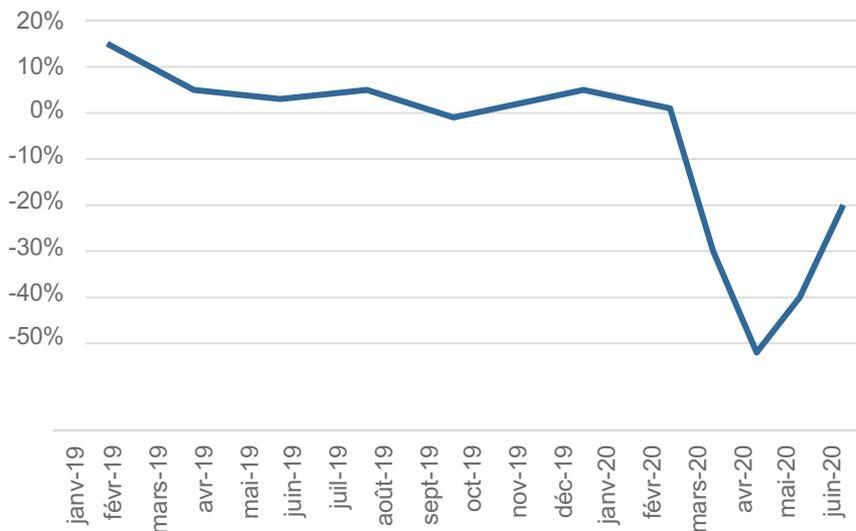
# UNE CRISE SANS PRÉCÉDENT



## UNE PERTE TRÈS CONCENTRÉE SUR LE 2<sup>ÈME</sup> SEMESTRE

Évolution des dépenses publicitaires des annonceurs sur les médias et le digital vs le même mois l'année précédente

Source : France Pub 09/20





# NEW BIZ 2020

Focus sur quelques nouveaux budgets gagnés en 2020



# NEW BUSINESS 2020

DANS UN MARCHÉ NEW BUSINESS EN BERNE (400 K€ TRAITÉS CONTRE 1980 K€ SUR LE S1 2019), MAKHEIA REMPORTE NÉANMOINS QUELQUES BEAUX SUCCÈS.



## SITE INTERNET

FAIRE DÉCOUVRIR ET  
PROMOUVOIR LA FILIÈRE  
NUMÉRIQUE FRANÇAISE.



## E LEARNING

SUR DEUX THÉMATIQUES  
CHÈRES AU PATRIMOINE  
DE LA MAISON :  
L'HISTOIRE DE SA  
MARQUE ET SA  
COLLECTION HORLOGÈRE  
ICONIQUE REVERSO.



## SITE

NOUVEL ECOSYSTÈME  
DIGITAL POUR  
L'ASSOCIATION  
D'UTILITÉ PUBLIQUE QUI  
ŒUVRE POUR LE  
DÉVELOPPEMENT DE  
COMPÉTENCES POUR  
UNE MEILLEURE GESTION  
DE L'EAU EN FRANCE ET  
DANS LE MONDE.



## PLATEFORME CRM

DISPOSITIF « INSTANTS  
PLAISIR » QUI  
ENTRETIENT LA  
RELATION ENTRE COCA-  
COLA FRANCE ET SES  
FIDÈLES  
CONSOMMATEURS.



# NEW BUSINESS 2020



## CORPORATE

RAPPORT ANNUEL  
DIGITAL ET  
OPTIMISATION SEO.



## E LEARNING

RÉALISATION DE 8  
TUTORIELS APPLICATIFS.



## IDENTITÉ

BRANDING, IDENTITÉ  
GRAPHIQUE, TERRITOIRE  
DE MARQUE.



## STRATÉGIE DE COMMUNICATION

CRÉATION DU NOUVEAU  
TERRITOIRE DE  
COMMUNICATION.  
DISPOSITIF DE  
PROMOTION 360 -  
PUBLICITÉ, CAMPAGNE  
D'AFFICHAGE.

 **MAKHEIA**

A ÉTÉ ÉLU

GRUPE DE COMMUNICATION INDÉPENDANT DE L'ANNÉE, EN 2015,  
MEILLEUR GROUPE DE COMMUNICATION INDÉPENDANT, EN 2019

**ET AGENCY OF THE YEAR AUX AD WORLD MASTERS,  
EN 2020.**

 **MAKHEIA**

**UN CHIFFRE D'AFFAIRES FORTEMENT IMPACTÉ, ACCOMPAGNÉ  
D'UN PLAN MASSIF D'ÉCONOMIES.**

Impacté fortement par la crise, Makheia réduit ses pertes et consolide sa structure financière.

# 1. GESTION DE LA CRISE PAR UNE RÉDUCTION FORTE DES COÛTS



- Chiffre d'affaires à – 30% et MB à – 28%, conforme au marché
- Nette amélioration du résultat en 2020
- 2 entités avec un résultat d'exploitation positif
- Des économies de loyer pour 700 K€ (déménagement + gratuité de loyers sur Q3 2020)
- Près de 6,5 M€ d'économies au total pour faire face à la crise
- Pas de dépréciation du goodwill en 2020 (-4 M€ en 2019)

# 1. COMPTE DE RÉSULTAT CONSOLIDÉ 2020 – PAR BUSINESS UNIT



K€	MAKHEIA GROUP			AFFINITY			SEQUOIA			BIG YOUTH PARIS			CONSO		
	31/12/2020	31/12/2019	Δ	31/12/2020	31/12/2019	Δ	31/12/2020	31/12/2019	Δ	31/12/2020	31/12/2019	Δ	31/12/2020	31/12/2019	Δ 2019
<b>MARGE BRUTE</b>	2	8	-6	3 391	3 867	-541	2 130	2 653	-624	2 039	2 616	-644	7 676	10 749	-3 321
<b>RESULTAT D'EXPLOITATION</b>	-428	-1 469	1 041	119	-998	1 117	67	-254	322	-704	-223	-481	-1 219	-3 654	2 435
RESULTAT FINANCIER	-204	-12 587	-12 383	-30	-39	10	-31	-37	6	-7	-7	-0	-262	-4 687	4 424
RESULTAT EXCEPTIONNEL	-602	-439	163	-122	-307	185	-448	-128	-320	-170	-419	250	-1 479	-1 381	-98
<b>RESULTAT AVANT IMPÔT</b>	-1 233	-14 494	13 261	-32	-1 344	1 312	-412	-419	7	-881	-649	-232	-2 960	-9 722	6 762
IS	0	0	0	-1	0	1	0	1	1	0	0	0	-193	6	-199
<b>RESULTAT APRES IMPÔT</b>	-1 233	-14 494	13 261	-33	-1 344	1 311	-412	-418	6	-881	-649	-232	-3 153	-9 716	6 563

## 2. COMPTE DE RÉSULTAT CONSOLIDÉ 2020 - VISION COMPTABLE



COMPTE DE RÉSULTAT	31 décembre 2020	31 décembre 2019
Chiffre d'affaires	9 805	13 946
Achats consommés	- 2 376	- 3 175
Charges externes	- 1 544	- 3 889
Charges de personnel	- 6 488	- 9 930
Impôts et taxes	- 219	- 247
Amortissements et dépréciations	- 682	- 816
Autres produits & charges	- 142	143
<b>Résultat opérationnel courant</b>	<b>- 1 645</b>	<b>- 3 968</b>
Cession d'immobilisation	- 353	- 551
Autres produits & charges opérationnelles	- 700	- 515
<b>Résultat opérationnel</b>	<b>- 2 698</b>	<b>- 5 034</b>
Charges financières nettes	- 262	- 730
Dépréciation des goodwill		- 3 957
<b>Résultat avant impôt et avant résultat des activités arrêtées</b>	<b>- 2 960</b>	<b>- 9 721</b>
Charges et produits d'impôts	- 193	5
Quote-part de résultat net des sociétés mises en équivalence		
<b>Résultat net après impôt et avant résultat des activités arrêtées</b>	<b>- 3 153</b>	<b>- 9 716</b>
Résultat lié aux activités arrêtées		
<b>Résultat net après impôt</b>	<b>- 3 153</b>	<b>- 9 716</b>

## 2. UNE STRUCTURE FINANCIÈRE SOLIDE EN 2020



Le Groupe a également mené d'importantes opérations d'amélioration de sa situation financière afin d'assurer son financement à moyen terme.

- Réduction de la dette avec incorporation au capital de la créance issue de la première tranche des obligations convertibles détenues par Isatis Capital pour un montant de plus de 2,3 M€.
- Attribution gratuite de BSA-A et B. Les BSA-A avec un taux d'exercice particulièrement satisfaisant de 90% représente un produit brut de près de 3,4 M€. Les BSA-B, ont, à ce jour un taux d'exercice de 33% et ont permis de générer 674 K€ .
- Au total, l'opération BSA a rapporté, à fin Mars, à Makheia 4,1 M€ .

# 3. BILAN CONSOLIDÉ - ACTIF



## 1.1. Bilan Actif

ACTIFS	31 décembre 2020	31 décembre 2019
Actifs non courants :		
Goodwill	9 001	9 001
Immobilisations incorporelles	438	783
Droits d'utilisation relatifs aux contrats de location	149	270
Immobilisations corporelles	43	82
Autres actifs financiers	102	53
Impôts différés	1 724	1 918
Participation mise en équivalence		
<b>Total actifs non courants</b>	<b>11 456</b>	<b>12 107</b>
Actifs courants :		
Stocks	16	8
Clients	2 212	3 835
Autres débiteurs	627	1 516
Trésorerie	1 284	576
<b>Total actifs courants</b>	<b>4 139</b>	<b>5 935</b>
<b>Total des actifs</b>	<b>15 595</b>	<b>18 042</b>

- Taux de WACC de 11,6 %
- Croissance à l'infini de 1,6 %

# 4. BILAN CONSOLIDÉ - PASSIF



## 1.2. Bilan Passif

CAPITAUX PROPRES ET PASSIFS	31 décembre 2020	31 décembre 2019
Capitaux propres :		
Capital souscrit	3 489	7 400
Prime liée au Capital	8 464	6 047
Réserves consolidées	- 1 995	1 317
Résultat de la période	- 3 153	- 9 716
<b>Total des capitaux propres</b>	<b>6 804</b>	<b>5 048</b>
Passifs non courants :		
Emprunts à plus d'un an	922	457
Impôts différés	11	12
Provision à long terme	264	249
<b>Total passifs non courants</b>	<b>1 197</b>	<b>718</b>
Passifs courants :		
Provision à court terme	515	469
Fournisseurs	2 203	3 311
Emprunts à moins d'un an	1 058	5 029
Autres créditeurs	3 819	3 467
Subvention d'investissement		
<b>Total passifs courants</b>	<b>7 594</b>	<b>12 276</b>
<b>Total des capitaux propres et passifs</b>	<b>15 595</b>	<b>18 042</b>

# 3. TABLEAU DE FLUX DE TRÉSORERIE



RUBRIQUES	31 décembre 2020	31 décembre 2019
Résultat net des sociétés intégrées	- 3 153	- 9 716
Amortissements et provisions	194	1 335
Dépréciation des goodwill		3 957
Variation des impôts différés	192	- 5
Plus-values de cession, nettes d'impôts		
Autres produits et charges calculées	353	551
<b>Capacité d'autofinancement</b>	<b>- 2 414</b>	<b>- 3 878</b>
<b>Impact variation du besoin en fonds de roulement</b>	<b>1 765</b>	<b>1 891</b>
<b>Flux net de trésorerie générés par l'activité</b>	<b>- 649</b>	<b>- 1 987</b>
Acquisition d'immobilisations <sup>(1)</sup>	- 75	- 595
Cession d'immobilisations, nettes d'impôts	41	3
Incidence des variations de périmètre		
<b>Flux net de trésorerie lié aux opérations d'investissement</b>	<b>- 34</b>	<b>- 592</b>
Variation sur actions autocontrôle		
Comptes courants		
Augmentation de capital	2 485	872
Prime d'émission <sup>(2)</sup>	2 407	570
Variation d'intérêts courus	37	
Gain sur cession d'actions propres		
Souscription d'emprunt <sup>(3)</sup>	528	392
Remboursements d'emprunts	- 2 995	- 571
<b>Flux net de trésorerie lié aux opérations de financement</b>	<b>1 463</b>	<b>1 262</b>
<b>Variations de trésorerie</b>	<b>1 079</b>	<b>- 1 317</b>
<b>Trésorerie d'ouverture</b>	<b>- 499</b>	<b>818</b>
<b>Trésorerie de clôture</b>	<b>1 080</b>	<b>- 499</b>



## UN REPOSITIONNEMENT AUTOUR DE 3 MARQUES DÉDIÉES À LA GESTION DE DISPOSITIFS COMPLEXES.

Le Groupe a mis à profit la crise pour revoir son modèle et travailler un positionnement autour de ses trois marques fortes : Big Youth, Sequoia et Mademoiselle Scarlett, et propose un modèle spécifique dans la maîtrise des dispositifs marketing-communication.

A long-exposure photograph of a city at night, showing vibrant light trails from traffic in various colors (red, yellow, blue, green) across a road. In the background, several modern buildings are illuminated, including one with a distinctive diamond-patterned facade.

**MAKHEIA**

Un modèle unique dans la gestion de dispositifs  
Marketing - Communication

DIGITAL CONTENT **MARKETING**



NOTRE MISSION

« SIMPLIFIER CE QUI EST DEvenu COMPLEXE »

Rendre cohérente et structurée une prise de parole qui peut se perdre dans l'hyper-offre de contenus et des multiples points de contacts.

Nous ne transigeons pas sur l'expertise et coordonnons nos métiers  
pour vous offrir une communication  
**PRAGMATIQUE, EFFICACE ET MESURÉE.**



LA COMMUNICATION  
« TRANSGRESSIVE »  
EST MORTE !

La crise a laissé des traces durables, tant chez les consommateurs que dans la gestion des stratégies et dispositifs de communication.

**NOUS PORTONS  
UN REGARD SINGULIER  
SUR LA COMMUNICATION  
ET SES ENJEUX**

**Nous militons pour une communication raisonnée, mesurable, porteuse de sens et pour une nouvelle approche des dispositifs de communication.**

An aerial photograph of a forest with trees in shades of brown and orange. A road with white dashed lines runs vertically on the right side. A vibrant, multi-colored light trail, resembling a rainbow or a spectrum of colors, is superimposed over the road, extending from the bottom towards the top of the frame.

# MAKHEIA

## UN MODÈLE HYBRIDE

Depuis plus de 15 ans,  
**nous imaginons, optimisons, organisons et déployons**  
des dispositifs de communication,  
sous toutes leurs formes et pour tous les canaux :  
plateformes digitales, médias sociaux, brand content,  
activations marketing, print et vidéo.



## PARIS

32 rue de Monceau  
75008 Paris

## LYON

6 quai Jules Courmont  
69002 Lyon

## INFORMATION

**01 53 23 35 35**

[com@makheia.com](mailto:com@makheia.com)

[www.makheia.com](http://www.makheia.com)