

Communiqué de presse  
Paris, le 8 mars 2022

.....

## **Chiffre d'affaires 2021**

### **Une année de stabilisation en terme de CA et un New Business en ligne avec les objectifs**

Après une année de restructuration et la mise en place d'un nouveau positionnement, les agences du Groupe Makheia auront gagné 1,7 M€ de MB de New Business en 2021 et affichent un taux de réussite aux compétitions de 51 % (versus 30 % en 2020).

Le chiffre d'affaires de l'année 2021 s'établit ainsi à 9,7 M€ sur la base de comptes 2021 non encore certifiés, versus 9,8 M€ en 2020, avec une marge brute également stable à 7,7 M€ (identique à l'an passé).

Malgré le contexte difficile et un marché incertain, Makheia a su entretenir ses relations avec ses clients historiques mais aussi conquérir de nouveaux comptes clients parmi lesquels :

- Vins Richard : Site institutionnel
- Forum de Paris sur la Paix : Plateforme digitale
- Audemars Piguet : E-learning
- Recyclivre : Plateforme digitale
- Juratoys : Stratégie de marque
- Laboratoires Synergia : Stratégie de marque
- Enfin le Groupe a signé des collaborations avec de nouvelles marques du Groupe Pierre Fabre (Eludril, Dexeryl, Ducray...)

Autant de clients pour lesquels le Groupe a su se différencier et mettre au service des marques les expertises de ses trois agences : Big Youth (Digital), Sequoia (Corporate & Content) et Mademoiselle Scarlett (Communication Marketing).

### **AMÉLIORATION SIGNIFICATIVE DES RÉSULTATS**

Le Groupe avait mis en place dès le début de la crise un plan d'économies drastiques permettant de réduire largement les coûts. Trois natures de postes étaient concernés : la masse salariale, le recours aux freelances, les charges externes (poste immobilier principalement).

Ces efforts, poursuivis tout au long de l'année 2021 (gel des recrutements, poursuite de l'activité partielle...), permettront à Makheia d'améliorer significativement ses résultats 2021, qui seront communiqués fin avril.

### **UN REFINANCEMENT DU GROUPE SUITE AU PLAN DE BSA LANCÉ PENDANT LA CRISE**

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, parmi lequel figure la mise en place d'un plan de BSA dont le succès s'est caractérisé par 91 % d'exercice des BSA-A et 95 % d'exercice des BSA-B.

Avec une levée de fonds totale de 5,3 M€, ce plan a permis au Groupe Makheia d'envisager sa phase de reconstruction avec plus de sérénité.

A ce jour, aucun PGE n'a été activé.



## A propos de Makheia

### Un modèle unique dans la gestion de dispositifs Marketing-Communication

Fort de 15 années d'expertise, le Groupe Makheia s'est hissé parmi les principaux acteurs indépendants du marché de la communication. Coté sur Euronext Growth, élu groupe de communication indépendant de l'année en 2015, et meilleur groupe de communication indépendant en 2019, Makheia imagine, optimise, organise et déploie des dispositifs de communication sous toutes leurs formes et pour tous les canaux : plateformes digitales, médias sociaux, brand content, activations marketing, print et vidéo.

L'offre du Groupe est portée par ses trois agences : Big Youth (Digital), Sequoia (Corporate & Content) et Mademoiselle Scarlett (Communication Marketing).

Avec 120 collaborateurs, implanté à Paris et Lyon, Makheia compte plus de 100 clients parmi lesquels : Picard, Biocoop, Piaget et aussi Bouygues, Pierre Fabre, Radio France, Renault ou encore Veolia. A découvrir sur <https://makheia.com>

**ALMAK**  
**EURONEXT**  
**GROWTH**

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

Pour toute information • Makheia Group

Adeline Francart – [actionnaires@makheia.com](mailto:actionnaires@makheia.com)

Les informations financières de Makheia Group sont accessibles ici :

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