

Résultats 2021

Une année de stabilisation et retour à la rentabilité avec un ROC positif

Le conseil d'administration de Makheia du 21 Avril a arrêté les comptes de l'exercice 2021. Comme prévu, et en ligne avec le chiffre d'affaires publié le 8 Mars, Makheia affiche 9,7 M€ de Chiffre d'Affaires et une marge brute stable à 7,7 M€. Les résultats, quant à eux, sont en très forte amélioration avec un ROC positif de 215 K€ (contre une perte de 1 645 K€ en 2020, année marquée par la crise Covid et l'arrêt partiel de l'économie).

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

Les charges de personnel ressortent ainsi à 5,4 M€ à fin décembre 2021 contre 6,4 M€ à fin décembre 2020.

Les autres charges externes ressortent à 883 K€ contre 987 K€ l'année précédente sur la même période.

Ces efforts, poursuivis tout au long de l'année 2021 (gel des recrutements, poursuite de l'activité partielle...), ont permis à Makheia d'améliorer significativement ses résultats 2021 avec des cycles de rebond très différenciés selon les trois grands métiers : le digital, les contenus, la communication marketing (portés par ses trois agences : Big Youth, Sequoia et Mademoiselle Scarlett).

Ainsi Mademoiselle Scarlett après une année 2020 positive (malgré la crise) a enregistré de très bons résultats en 2021, (plus de 700 K€ de résultat d'exploitation) en se développant notamment, sur le marché des « belles » ETI françaises et avec de nombreux succès commerciaux. Sequoia a confirmé ses résultats également positifs (avec un Rex de plus 100 K€). Seul, Big Youth, encore impacté par le départ de son premier client et la crise, a connu un rebond plus long et demeure négatif (- 390 K€).

Makheia a donc également mis à profit l'année 2021 pour dynamiser son offre digitale avec le recrutement d'Amélie Ponchau, ex-directrice associée et head of new business de Tribal DDB Paris, qui a rejoint Big Youth au poste de Directrice Générale avec pour mission principale de donner une nouvelle ambition à l'agence en s'appuyant sur une offre déployée. A ce titre, elle pilote l'ensemble des équipes projet, UX/UI, créatives et production. La nouvelle offre intègre notamment des expertises en data performance, SEO et activations marketing.

Des fonds propres renforcés et un refinancement accompli pour le Groupe

Makheia a vu ses fonds propres augmentés passant de 6,8 M€ en 2020 à 9 M€ en 2021.

Ce renforcement étant lié directement à la poursuite du plan de refinancement, déployé pendant la crise, parmi lequel figurait 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 un désendettement quasi complet sans avoir recours à un PGE.

Une année active en termes de New Business

Malgré un début d'année 2021 difficile, marqué par la faiblesse du nombre de compétitions, Makheia a eu une année dynamique en New Business avec quelque 97 consultations (plus 24% par rapport à l'année 2020). Les agences du Groupe auront gagné 1,7 M€ de MB de nouveaux contrats avec un taux de réussite de 51 % (pour rappel le taux moyen des agences françaises est de 33 %).

Parmi les nouveaux clients, on peut citer :

- 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...)

Le Groupe et ses agences primés à 24 reprises

Indispensables de la dynamique commerciale (un tiers des appels d'offres étant généré par les prix remportés et la visibilité qu'ils procurent), Makheia et ses agences ont remporté 24 prix en 2021.

Parmi les trophées les plus représentatifs, on peut noter :

2 trophées aux Grands Prix Stratégies Digital pour les sites e-commerce de Picard et Eres.

4 prix aux Top Com Consumer et Corporate pour :

- Equilibre, le magazine de la Fédération Française des Diabétiques.
- Happy Mama, plateforme digitale panafricaine dédiée à la nutrition infantile pour Danone Nutricia Africa.
- Le site internet corporate du Gifem (Groupement des Industriels Français de l'Energie Nucléaire) pour promouvoir la filière nucléaire française.
- La refonte de l'identité visuelle de Conquest, gestionnaire d'actifs spécialisé dans l'investissement responsable.

Un début d'année 2022 dynamique

Le début d'année a été dynamique pour le Groupe qui remporte, après compétition, plus de dix nouveaux budgets. Avec plus d'une trentaine d'appels d'offres traités depuis le début de l'année, les équipes, notamment créatives et commerciales, ont été fortement mobilisées avec un rythme extrêmement soutenu : plus de deux consultations par semaine.

Makheia retrouve ainsi le niveau de compétition avant crise Covid, crise qui avait durement impacté le nombre de consultations en 2020 et 2021 en les faisant chuter de plus de 50%.

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.

Côté 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 100 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 FRO000072993 - 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/finances/>