

*Paris, le 28 Février 2014*

## MAKHEIA AFFICHE UN CHIFFRE D'AFFAIRES CONSOLIDÉ

### DE 19,4 MILLIONS D'EUROS ET ACCELERE SA MUTATION DANS LE DIGITAL

#### LE GROUPE ACCELERE SON RECENTRAGE VERS LES ACTIVITÉS DIGITALES ET ENVISAGE UNE ANNEE 2014 DYNAMIQUE

MAKHEIA GROUP a réalisé en 2013 un Chiffre d'Affaires consolidé de 19 389 K€ et un Revenu Brut de 14 793 K€ dans un contexte économique et de mutation de métiers toujours difficile. La baisse du revenu brut de 2% (dans un marché en recul de 5,9% sur les neuf premiers mois de l'année selon l'Irep) est due principalement à des réductions budgétaires des budgets de communication de quelques grands clients survenues sur le troisième trimestre. Néanmoins, avec 7 397 K€, le Revenu Brut du second semestre s'est amélioré par rapport au premier semestre, ce qui n'était pas le cas l'année précédente, en 2012, conforté par un quatrième trimestre extrêmement dynamique. Par ailleurs, le taux de marge brute à savoir CA/RB s'améliore et passe de 73% à 76%.

#### LE SECOND SEMESTRE A PERMIS DE DEVELOPPER UNE DYNAMIQUE SPECIFIQUE SUR LE DIGITAL

Le groupe a mis à profit le second semestre pour accélérer le déploiement de sa stratégie dans le digital, une mutation qui portera ses fruits en 2014. Ainsi, on peut noter, la négociation de la reprise de l'agence en innovation digitale Big Youth (annoncée début janvier 2014) et le gain de grands budgets sur des éco-systèmes digitaux complets. Ainsi le groupe accompagnera plusieurs grands acteurs dans leur stratégie digitale France ou internationale, notamment :

- MICHELIN : création d'un écosystème digital de marque, la stratégie s'appuiera également sur une politique de contenus ambitieuse.
- VINCI CONCESSIONS : refonte du site corporate et également des sites pays.
- CARAC : refonte du site carac.fr à l'occasion des 90 ans de la mutuelle, ou encore Safran.

Conformément à la stratégie de mutations de ses activités et au déploiement des métiers à plus forte valeur ajoutée, notamment le conseil en innovation de marque et le développement de grands éco-systèmes digitaux, le



digital représentera désormais en 2014 plus de 50% du Revenu Brut du groupe contre moins de 10%, quatre ans auparavant.

Pour **ÉDOUARD RENCKER**, Président du groupe qui avait fixé l'année dernière comme « *prochaine étape significative l'obtention de 50% du revenu brut début 2014 dans le digital* », une partie importante et complexe de la mutation du groupe s'achève. « *Le groupe est désormais solidement implanté sur trois activités à forte valeur : l'innovation digitale, les stratégies éditoriales et de contenu ainsi que l'activation business au travers de trois marques visibles sur le marché : Big Youth, Sequoia et Affinity* ».

## **MAKHEIA DÉCROCHE DEUX TOP COM D'OR AU GRAND PRIX CORPORATE 2014 ET AINSI QUE LE PREMIER TROPHÉE DE LA CAMPAGNE CROSS MEDIA**

Makheia group a, par ailleurs, eu un début d'année vertueux avec pas moins de trois prix déjà obtenus : Un Top Com d'Or, catégorie événement externe corporate, grâce à l'opération « *Mon premier vote pour la république* » pour La Poste et un second Top Com d'or, catégorie édition, pour le « *Guide des épiceries sociales* » des Banques Alimentaires.

Le jury a également décerné à Makheia le Prix Spécial RSE et a salué une nouvelle fois les Banques Alimentaires et Makheia en les nominant pour le « *Guide des épiceries sociales* ».

Enfin, les premiers trophées de l'innovation cross media qui se sont déroulés le 28 janvier à Paris, ont récompensé les meilleurs dispositifs plurimédia de l'année 2013. Six catégories de prix ont salué les réalisations où l'harmonisation du message sur plusieurs supports -print, digital, on line, off line - est exemplaire. Dans ce cadre, Makheia a remporté le trophée de la campagne cross média publishing pour le dispositif « *Inspiration* » de Spie.

### **A PROPOS DE MAKHEIA GROUP :**

Groupe de communication indépendant, **MAKHEIA GROUP** est le premier groupe français de création de contenus pour les entreprises et le 10<sup>ème</sup> groupe en notoriété dans le classement de l'étude OpinionWay 2012. **MAKHEIA** évoque l'art de combattre en grec ancien, racine que l'on retrouve aujourd'hui dans taumachie. Autour du nouveau concept de « *marque-media* » (ou Brand Content) et son optimisation par une méthodologie originale associant analyse des carrefours d'audience et études sémantiques, autour de la chaîne de valeur marque – contenus – publics, **MAKHEIA GROUP** permet aux entreprises de dynamiser leurs relations avec leurs publics sensibles, clients, collaborateurs, actionnaires. Présidé par **ÉDOUARD RENCKER**, **MAKHEIA GROUP** est organisé autour de trois pôles stratégiques : l'innovation digitale (Big Youth), les contenus corporates et les stratégies éditoriales (Sequoia), les contenus business (*Affinity*). Coté sur Alternext, **MAKHEIA** a été labellisé entreprise innovante par Oseo.

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

### **POUR TOUTE INFORMATION :**

**MAKHEIA GROUP** : Chantal Decamps : [decamps@makheia.com](mailto:decamps@makheia.com)

Les informations financières de **MAKHEIA GROUP** sont accessibles sur : <http://www.makheia.com/finances/>

