

COMPTE-RENDU DE L'ASSEMBLÉE GÉNÉRALE MIXTE du 30 juin 2021

Structure financière renforcée et amélioration des comptes de l'entreprise

L'assemblée générale de la société s'est tenue au siège social, sous la présidence de Mr Edouard Rencker, Président du conseil d'administration.

Le bureau était également composé d'un scrutateur désigné par le Président Directeur Général : Mr Matthieu Buttet, Directeur Général de l'agence Sequoia et actionnaire.

Mme Adeline Francart Touron a été désignée en qualité de secrétaire du bureau.

Le bureau a constaté, que les actionnaires présentés, représentés ou ayant voté par correspondance, possèdent 13 536 207 actions sur les 48 630 652 actions formant le capital et ayant le droit de vote.

L'assemblée représentant plus du quart des actions et ayant le droit de vote, a pu valablement délibérer.

Aucune question écrite d'actionnaires n'a été reçue par la société.

L'ensemble des résolutions qui avaient été soumises ont été approuvées par l'assemblée.

A l'issue de l'assemblée, Makheia est également revenu sur des informations importantes enregistrées depuis le début de l'année, notamment :

UNE STRUCTURE FINANCIÈRE RENFORCÉE EN 2020, QUI SE POURSUIT EN 2021 AVEC LA RÉUSSITE DE SON PLAN DE BSA

Makheia confirme le renforcement de sa situation financière sous l'effet de trois facteurs complémentaires :

- La réduction forte des coûts, entreprise tout au long de l'année 2020, et poursuivie en début d'année, qui a permis de réaliser un total d'économies de - 6,5 M€,
- La diminution également très forte de son endettement avec un taux passant de 97 % en 2019 à 10 % à la fin de l'exercice 2020 en incorporant une partie de sa dette au capital,
- Enfin une situation financière également renforcée par son plan de BSA, qui a démarré en juillet 2020, ayant permis de lever 2,7 M€ en 2020 et 5,1 M€ à la fin du mois de mai 2021. Le plan de BSA-A s'est clos au 31 Mars avec un taux de participation de 91%. Le plan de BSA-B, encore en cours jusque décembre 2021, a néanmoins déjà enregistré une participation de 81%.

UN RE- POSITIONNEMENT DE SON OFFRE PERMETTANT D'ASSURER UN RENFORCEMENT DE SA VISIBILITÉ SUR LE MARCHÉ DE LA COMMUNICATION EN 2021

Makheia a également profité de la crise Covid et du bouleversement du marché de la communication pour se réorganiser et affiner son offre. Elle est ainsi désormais portée par trois marques fortes complémentaires : Big Youth, Sequoia et Mademoiselle Scarlett ayant toutes comme objectif commun d'intervenir sur les points de communication aujourd'hui majeur pour les marques à savoir : le marketing et le social media, les contenus et le e-design.

Ces trois marques imaginent, organisent, optimisent et déploient des dispositifs de communication sur tous les canaux : plateformes digitales, media sociaux, brand content, activation marketing, print, vidéo...et interviennent principalement en tant d'acteurs de dispositifs avec une promesse : « simplifier ce qui est devenu complexe en matière de communication ».

Makheia a également renforcé ses équipes commerciales pour affronter un marché qui n'a pas encore retrouvé le niveau d'avant Covid. Néanmoins, avec un taux de réussite de près de 50% des consultations à fin juin, et un total de newbiz de près de 900 K€, Makheia souligne être dans ses objectifs commerciaux de début d'année.



DES PERSPECTIVES 2021 CONFIRMÉES

Enfin, Makheia confirme également ses deux enjeux majeurs de l'année 2021 :

- Accélérer un retour au profit en renforçant la rentabilité des projets et en poursuivant la réduction des coûts,
- Opérer un rapprochement industriel susceptible d'accompagner le développement de Makheia et lui permettre d'atteindre la taille nécessaire pour être dans le top ten des agences indépendantes françaises et gagner de nouvelles parts de marché

Comme convenu, et selon les obligations réglementaires, le Groupe communiquera en juillet sur le CA du premier semestre et d'ici la fin du mois d'octobre sur ses résultats du S1.

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.

Le Groupe est organisé autour de trois pôles - Digital, Content et Marketing - portés par trois agences : Big Youth, Sequoia et Mademoiselle Scarlett.

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>

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/>