

## Résultats S1 2021

### Un chiffre d'affaires stable et un retour à la rentabilité

*Le chiffre d'affaires consolidé du premier semestre s'établit à 4,9 M€, quasi stable par rapport au premier semestre de l'année dernière (5,2 M€ au 30 juin 2020) et le résultat opérationnel courant s'enregistre à + 265 K€ (contre une perte de - 798 K€) conséquence des réductions importantes des coûts réalisées en 2020.*

La reprise attendue dès le début de l'année 2021 a été plus longue que prévue, et a eu un impact direct sur la reprise des activités de communication. En effet, celles-ci ont été mises une nouvelle fois à rude épreuve avec un troisième confinement dès le début du mois d'avril 2021. Le second trimestre a été plutôt dynamique en termes de consultations, et certains éléments favorables à une reprise semblent s'annoncer sur le second semestre.

Ainsi Makheia a gagné sur le premier semestre plus d'un million d'euros de marge brute en new business et a enregistré un taux de réussite de 51 % aux compétitions (contre 30 % sur le S1 2020). La majorité de ces dossiers seront produits sur le second semestre, et devraient permettre d'accroître le niveau de chiffre d'affaires sur la deuxième partie de l'année.

Le S1 2021 est dans la lignée du plan d'économies réalisé en 2020, qui avait représenté 6,5 M€ (dont 3,5 M€ de masse salariale) et qui a permis de limiter les impacts de la baisse significative de l'activité liés à la crise sanitaire.

Les charges de personnel ressortent à - 2,7 M€ contre - 3,8 M€ à fin juin 2020, soit 1 M€ d'économies. Les charges externes ressortent à - 682 K€ contre - 887 K€ l'année précédente sur la même période (effet loyer principalement).

Le résultat opérationnel courant s'enregistre à + 265 K€ contre une perte de - 798 K€ sur le S1 2020 grâce notamment à l'importante réduction des charges réalisée en 2020.

Le résultat après impôt s'établit à - 97 K€ contre - 1 678 K€ l'an passé sur la même période.

Les compétitions gagnées sur la fin du premier semestre devraient permettre d'accroître la performance des trois agences (Big Youth, Sequoia et Mademoiselle Scarlett) sur le second semestre.

### Un désendettement quasi complet du Groupe

Le premier semestre est également marqué par la poursuite du plan de BSA lancé en juillet 2020 et le désendettement du Groupe.

Plus de 16 millions de bons de souscription d'actions ont été exercés à ce jour sur un total de 17 millions de bons, que portait le plan de BSA A, représentant un taux de participation de 91 %.

Ce premier plan a été clôturé comme convenu au 31 mars 2021. Il aura permis de lever au total 3,4 M€. Le plan de BSA B, quant à lui, a démarré le 6 janvier 2021.



Au 30 juin 2021, le taux de participation est de 82 % ce qui représente 10,6 millions de BSA B pour un apport de 1,7 M€ supplémentaires.

A fin juin, le plan de BSA aura permis d'apporter 5,1 M€ de trésorerie.

Le Groupe est ainsi quasiment désendetté. Makheia remboursera la dernière tranche d'OC sur 2021 et 2022 (2 fois 680 K€). Le solde de la dette bancaire représentant 385 K€.

Le Groupe et sa direction remercient une nouvelle fois ses actionnaires et investisseurs pour leur soutien pendant la crise qui a permis de renforcer les perspectives encourageantes de l'entreprise. Makheia rappelle que le plan de BSA B arrivera à maturité le 31 décembre prochain.

### **Un retour à l'équilibre sur un marché en mutation**

La crise sanitaire de 2020 est venue achever les mutations des métiers de la communication avec une chute historique de la marge brute des agences et la disparition de plusieurs petits acteurs. On estime ainsi que près de 25% des « petites » agences ont disparu durant la crise. Aujourd'hui le secteur est en phase de rebond et, derrière les mastodontes internationaux, une dizaine d'indépendants de taille intermédiaire (entre 10 et 100 M€ de marge brute) - dont Makheia - sont appelés à repenser leur stratégie et à se concentrer.

### **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](mailto:actionnaires@makheia.com)

Les informations financières de Makheia Group sont accessibles ici :

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