

Communiqué de Presse
Paris, le 26 Juin 2017
19h

APRES UNE ANNEE COMPLEXE, MAKHEIA ANNONCE SON RETOUR A LA CROISSANCE ET REORGANISE SON OFFRE AUTOUR D'UNE MARQUE UNIQUE

A l'issue de l'assemblée générale, qui s'est tenue le 23 juin, l'ensemble des résolutions a été adopté. **MAKHEIA** est revenu sur le bilan de l'année 2016 et a présenté le nouveau positionnement du Groupe.

UNE ANNEE 2016 COMPLEXE

L'année 2016 s'est avérée complexe pour le Groupe. Alors que le 1er semestre 2016 s'est montré très satisfaisant, le 2nd semestre s'est révélé atone avec un arrêt en septembre des consultations et un report de décisions sur 2017 sur d'importants budgets. Pour autant, **MAKHEIA** a enregistré une très bonne année en terme de new business (+ 4 M€).

L'année 2016 a été marquée par deux nouvelles acquisitions : **LES ARGONAUTES** (en juillet 2016) et **MADemoiselle SCARLETT** (en octobre) qui ont renforcé le poids du digital dans l'activité du Groupe, qui a représenté en 2016 70% de l'activité (11 M€).

Enfin, **MAKHEIA** s'est vu décerné, au titre de son activité 2016, 14 nouveaux prix dont le Grand Prix de Communication & Entreprise, pour la réalisation du site FoBo d'**HEINEKEN**, la première bouteille connectée.

Ainsi, globalement **MAKHEIA** a réalisé en 2016 un chiffre d'affaires de 19,5 M€ et une marge brute de 16,1 M€ (en recul de 11% sur les clients historiques) pour un résultat net à -1 M€. La structure financière fait ressortir un gearing de 30%, après la renégociation des obligations convertibles et une augmentation de capital de 1,2 M€.

PERSPECTIVES 2017 : RETOUR A LA CROISSANCE

Face à une activité plus complexe sur la deuxième partie de l'année 2016, dans un marché en forte concentration, **MAKHEIA** a mené une réflexion profonde sur son positionnement et son offre :

> **Une marque unique pour accélérer la visibilité** : le Groupe se concentre sur une marque unique – **MAKHEIA** – afin de renforcer la visibilité, simplifier la communication externe, porter un discours plus homogène et fédérer l'ensemble des équipes. Cette décision s'accompagne de la création d'un nouveau territoire d'expression, d'une nouvelle charte graphique et d'un nouveau logo qui a été dévoilé à l'occasion de l'assemblée générale.

> **Une offre resserrée autour de 5 segments** : le Groupe a également souhaité repositionner son offre autour de 5 segments d'expertise : ingénierie de contenu – innovation digitale – activation publicitaire & social media – marketing affinitaire – transformation & changement. Cet « affinage » stratégique s'est accompagné d'un arrêt définitif de plusieurs métiers historiques dans un univers de plus en plus digitalisé.

➤ **L'optimisation de ses coûts** : dans le même temps, **MAKHEIA** a poursuivi les actions d'optimisation de ses coûts pour un abaissement de son point mort.

Fort de ses actions stratégiques concrètes, **MAKHEIA** repart dans une dynamique de croissance avec un objectif de marge brute de 17,5 M€ sur l'exercice 2017 et une amélioration attendue de la rentabilité. Le Groupe poursuit également l'étude de nouveaux dossiers de croissance externe, qui pourraient se concrétiser d'ici la fin de l'exercice 2017.

A PROPOS DE MAKHEIA :

Groupe de communication indépendant, coté sur Alternext et élu meilleur Groupe de communication indépendant (2015), **MAKHEIA** se revendique comme le premier groupe « post-publicitaire » et se place parmi les 5 plus importants groupes intégrés en France.

MAKHEIA, qui a remporté le Grand Prix Communication & Entreprise 2016, est organisé autour de cinq pôles stratégiques :

> **L'ingénierie de contenu** qui permet d'imaginer de nouveaux formats narratifs et piloter des dispositifs éditoriaux majeurs (Brand Content, Data Content...)

> **L'innovation digitale** pour élaborer sur tous les canaux des systèmes adaptés à chaque marque et profiter du foisonnement technologique (Expérience utilisateur UX, CRM, DMP, SEO...)

> **L'activation publicitaire** qui transforme une offre, un produit, en sujet de conversation et créer un « écho-système » médiatique (Discours de marque, newsjacking, social media...)

> **Le marketing affinitaire** : Activation promotionnelle et relationnelle au service du business (Marketing relationnel, communication réseau...)

> **Transformation et changement** : pour rendre durablement performante la relation collaborateur/entreprise et les accompagner dans leur évolution (Marque employeur, Réseaux Sociaux d'Entreprise...).

Notre conviction : dans le monde post-publicitaire qui est le nôtre, la communication de masse est devenue anachronique. C'est la raison pour laquelle, notre créativité est guidée par des faits, des données, des analyses sémio et sémantiques des contenus, des écoutes des publics, pour concevoir une communication fine, juste, précise, pour gagner la bataille de l'engagement.

MAKHEIA est certifié ISO 9001 et bénéficie de la qualification Entreprise innovante d'OSEO,

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



POUR TOUTE INFORMATION :

MAKHEIA GROUP : Isabelle Moneyron : imoneyron@makheia.com

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