

Communiqué de Presse
Paris, le 22 Septembre 2016

PREMIER SEMESTRE 2016 : RÉSULTAT OPÉRATIONNEL EN PROGRESSION POUR MAKHEIA GROUP

MAKHEIA GROUP CONFIRME LA CROISSANCE DE SON RÉSULTAT OPÉRATIONNEL ET POURSUIT LA CONSOLIDATION DE SES ACTIVITÉS DIGITALES.

Le Chiffre d’Affaires consolidé du premier semestre 2016 s’établit à 11 254 K€ contre 11 557 K€ pour la même période 2015. Le Revenu Brut s’élève à 9 085 K€ (9 586 K€ au premier semestre 2015), en retrait de 5%, en raison d’un décalage de facturation attendu sur le second semestre, dû notamment au lancement d’importants projets digitaux.

Le Résultat Opérationnel s’élève à 588 K€ contre 357 K€ au premier semestre 2015, en progression de 68%.

Après retraitement des éléments non récurrents de la période, le Résultat Opérationnel progresse de 6% par rapport au premier semestre 2015. L’amélioration de la rentabilité du Groupe résulte du plan de réduction des coûts pratiqué en 2015 et traduit l’aptitude du groupe **MAKHEIA** à adapter ses ressources au niveau d’activité.

Le Conseil d’Administration du Groupe du 28 juin 2016 ayant décidé l’émission d’une nouvelle émission d’Obligations Convertibles en Actions Nouvelles (OCA 2016) pour rembourser les Obligations Convertibles émises en 2013 et décaler de plus de deux ans l’échéance de l’emprunt obligataire, la société a dû comptabiliser un montant de 500 K€ au titre de l’amortissement de la prime de non conversion (PNC) qui figure en résultat financier au 30 juin 2016. Le remboursement de cette prime est refinancé par les OCA 2016. Après impact de la restructuration de la dette, le Résultat Net du groupe pour le premier semestre 2016 s’élève à 68 K€ contre 150 K€ au premier semestre 2015.

UNE ACTIVITÉ COMMERCIALE SOUTENUE AU PREMIER SEMESTRE

En matière commerciale, l’activité du premier semestre s’est traduit par un nombre accru d’appels d’offre (+ 10%) sur des demandes clients de plus en plus digitalisées, faisant appel à l’ensemble des savoir-faire du Groupe : création de portails, stratégie de contenus, médias sociaux et performance digitale. A noter, pour la première fois, le Groupe a pu intégrer dans certaines de ses réponses sa nouvelle offre DataContent, intégrant son expertise liant data (sémantiques et sociales), production de contenu et flux multicanal.

Pour le premier semestre, le taux de réussite est supérieur à 40 % et la marge brute moyenne du nouveau business progresse de 12 %, la stratégie de **MAKHEIA** étant de se concentrer au maximum sur les appels d’offres majeurs.

Au cours du premier semestre 2016, **MAKHEIA GROUP** a remporté quelques beaux succès parmi lesquels :

- **EUROP ASSISTANCE** : refonte de l’écosystème digital monde et déploiement des médias sociaux dans 20 pays
- **CITROËN** : campagne e-crm 2016
- **MONABANQ** : refonte de l’écosystème digital et production de contenus
- **ALSTOM** : digitalisation des réponses aux appels d’offres

A noter également la croissance régulière du montant moyen des appels d’offre traités par le Groupe.



LA REPRISE DE L'AGENCE « LES ARGONAUTES » RENFORCE LA STRATÉGIE DIGITALE

Confirmant ses choix stratégiques de croissance externe dans les activités digitales, le groupe **MAKHEIA** a repris le 27 juillet 2016 le fonds de commerce de l'agence digitale « **LES ARGONAUTES** » et accroît son ancrage dans les dispositifs digitaux. **LES ARGONAUTES** apportent ainsi une maîtrise complémentaire sur certaines technologies (type Symfony 2, Twig, Drupal etc...) et viennent épauler les unités « historiques » (**SEQUOIA** et **AFFINITY**) en tant que métiers supports. **LES ARGONAUTES** vont également héberger l'offre DataContent et ses déploiements technologiques.

Pour **EDOUARD RENCKER**, Président du Groupe, **MAKHEIA** entend renforcer son nouveau modèle de communication et afficher clairement son ADN alliant digital et contenus au travers de ses trois pôles stratégiques et marques visibles sur le marché : innovation et stratégies digitales (**BIG YOUTH**), stratégies éditoriales et contenus (**SEQUOIA**), activation marketing et relationnelle (**AFFINITY**). Avec l'intégration des **ARGONAUTES**, la part des activités digitales du Groupe atteindra la barre des 60%.

A PROPOS DE MAKHEIA GROUP :

Groupe de communication indépendant, coté sur ALTERNEXT, MAKHEIA, se revendique comme le premier groupe de communication « post-publicitaire » et a été élu, fin 2015 Meilleur Groupe de Communication Indépendant. Son modèle inédit, singulier, fait le lien entre stratégies de communication et écosystèmes digitaux, entre innovation digitale et production de contenus à valeur ajoutée, entre plateformes sociales et stratégie relationnelles multicanales.

Le Groupe est organisé autour de trois pôles stratégiques : **DIGITAL** (avec les agences BIG YOUTH, MEGALO ET LES ARGONAUTES), **CONTENT** (avec l'agence SEQUOIA) et **BUSINESS** (avec l'agence AFFINITY) et intervient sur 4 secteurs d'expertises privilégiés : l'automobile, le luxe, la banque assurance et l'industrie. Notre credo est de faire rimer efficacement prise de parole et digitalisation dans un objectif ROIste mesurable. Notre positionnement va de l'idée à sa mise en oeuvre technique sur tous ses supports Et notre organisation, saluée par de nombreux baromètres de satisfaction* permet de faire rimer créativité, efficacité et compréhension stratégique. MAKHEIA accompagne ainsi les entreprises dans leurs mutations autant technologiques, économiques que symboliques.

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

A découvrir sur www.makheia.com

* Etude Limelight 2014

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/>

ALMAK