

LE PROGRAMME DES BSA-A, BIENTÔT À SON TERME

Avec plus de 13 millions de BSA-A exercés, Makheia confirme l'attractivité de l'opération et informe de sa clôture au 31 Mars

Makheia Group informe que plus de 13 000 000 bons de souscription d'actions ont été exercés à ce jour sur un total de 17 775 131 bons, que portait le plan dit de « BSA-A ». Ce premier plan, lancé début Juillet, sera ainsi à son terme au 31 Mars, comme convenu. A ce jour, le capital est composé de 39 498 517 actions.

Makheia remercie de nouveau ses actionnaires pour leur confiance et leur mobilisation forte tout au long de la crise sanitaire qui tarde à se résorber.

Makheia a ainsi levé depuis le 1^{ER} juillet 2020 environ 3 500 000 €, (BSA-A et BSA-B) lui permettant de se désendetter très largement, de gérer la diminution programmée de ses encours bancaires mais aussi de mettre en oeuvre un plan de sortie de crise « Covid » avec un nouveau positionnement.

NOUVELLE OFFRE ET UNE NOUVELLE IDENTITÉ DEVOILÉES LA SEMAINE PROCHAINE

Cette information précède en effet le lancement, la semaine prochaine, de la nouvelle identité du Groupe en accompagnement de sa nouvelle offre autour d'une promesse : « *Simplifier ce qui est devenu complexe* ».

L'analyse du Groupe : dans un secteur sévèrement touché par la crise, où les agences 360 ont toutes été profondément secouées, la communication « créative » ne fait plus rêver et les annonceurs attendent désormais une efficacité de chacun de leurs investissements.

Fort de ce constat, Makheia, reconnu pour sa capacité de pilotage de dispositifs complexes, a revu son offre autour de trois pôles d'hyper-expertises portée par les trois marques phares du Groupe : Big Youth, Sequoia et Mademoiselle Scarlett.

Le Groupe se concentre désormais exclusivement sur les nouvelles « interfaces » consommateurs aujourd'hui prioritaires à savoir : le social-market, l'e-commerce et le corporate avec un engagement fort sur les résultats. Les détails seront prochainement dévoilés au marché.

MAKHEIA AGENCY OF THE YEAR

Enfin, Makheia rappelle que deux ans après avoir été élu meilleur Groupe de communication indépendant (2019 • Les Cas d'Or) et Groupe de communication indépendant de l'année (2015 • Grands Prix des Agences de l'année), le Groupe a remporté, en 2020, le titre Agency of the Year, décerné par les Ad World Masters.

A PROPOS DE MAKHEIA

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 combine plateformes digitales, médias sociaux, brand content, activations marketing, print et vidéo pour construire une nouvelle relation entre les marques, leurs différents publics et ce sur l'ensemble des canaux

Le Groupe, présidé par Edouard Rencker, se concentre sur trois marques et métiers Big Youth (Digital), Sequoia (Content) et Mademoiselle Scarlett (Marketing).

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

Pour toute information :

Makheia Group

Adeline Francart – actionnaires@makheia.com

MAKHEIA GROUP

32 rue de Monceau
75008 Paris
+33 (0)1 42 12 20 00
www.makheia.com

Les informations financières de **Makheia Group** sont accessibles ici :
<http://www.makheia.com/finance>