

Croissance de +21% du chiffre d'affaires en 2022

Paris, le 25 janvier 2023 – Invibes Advertising, société de technologie avancée spécialisée dans la publicité digitale, publie son chiffre d'affaires du 4^{ème} trimestre et de l'exercice 2022.

Ventilation du chiffre d'affaires consolidé par trimestre

Données consolidées non auditées, en K€	2022	2021	Δ
1 ^{er} trimestre	5 766	3 445	+67,4%
2 ^{ème} trimestre	7 501	5 338	+40,5%
3 ^{ème} trimestre	5 523	5 096	+8,4%
4 ^{ème} trimestre	9 190	9 322	-1,4%
TOTAL ANNUEL	27 980	23 201	+20,6%

Croissance de +21% du chiffre d'affaires en 2022

Après un 3^{ème} trimestre marqué par un ralentissement du marché de la publicité digitale et une réduction des investissements des annonceurs en raison des incertitudes liées au durcissement de l'environnement économique en Europe, la décélération du marché s'est poursuivie au 4^{ème} trimestre. Selon le dernier rapport de « Dentsu Global Ad Spend Forecast¹ », les dépenses de publicité digitale sur la zone EMEA ont ainsi progressé de seulement +4,3% en 2022, contre +15,9% en 2021.

Dans ce contexte plus difficile, Invibes Advertising, bien qu'enregistrant un léger repli au 4^{ème} trimestre, est parvenu à générer une croissance globale de +21% sur l'année 2022.

Ventilation du chiffre d'affaires consolidé par maturité de pays

Données consolidées non auditées, en K€	2022	2021	Δ
Pays existants ⁽¹⁾	19 880	17 840	+12,0%
Scale-up ⁽²⁾	7 512	5 398	+39,2%
Nouveaux pays (start-up) ⁽³⁾	588	23	na
TOTAL ANNUEL	27 980	23 201	+20,6%

(1) France, Espagne, Suisse et ML2GROW

(2) Allemagne, Royaume-Uni, Italie, Belgique

(3) Suède, Norvège, Danemark, Afrique du sud, Pays-Bas, EAU, Pologne, République Tchèque

Une technologie propriétaire unique et différenciante

Pour accompagner son développement, Invibes Advertising peut s'appuyer sur une technologie unique qui s'articule autour d'un écosystème intégré appelé « **Connected Walled Garden** ».

Cette plateforme lui permet de maîtriser l'ensemble de la chaîne de valeur, depuis l'annonceur jusqu'à l'éditeur et de proposer à ses clients tous les avantages de la Publicité Programmatique (sécurité de la marque, transparence de la vérification des publicités,

¹ <https://www.dentsu.com/fr/fr/nos-dernieres-actualites/dentsu-ad-spend-janvier-2023-blog>

utilisation de données externes), tout en leur offrant la même qualité de service que sur les grandes plateformes de réseaux sociaux en matière d'innovation, d'efficacité et de simplicité.

Basée sur des algorithmes propriétaires, cette technologie est un atout de différenciation majeur qui permet à la Société de se distinguer comme un acteur unique dans l'écosystème de la publicité digitale. Elle est le résultat d'une politique d'innovation constante depuis sa création, Invibes Advertising investissant chaque année en moyenne 10% de son chiffre d'affaires en R&D et que la Société entend poursuivre.

Une structure de coûts optimisée pour poursuivre une croissance rentable

En 2023, Invibes Advertising prévoit de générer une nouvelle croissance de ses activités, sous réserve que des conditions de marché plus favorables soient de nouveau réunies.

Mais cette croissance ne se fera pas au détriment de la rentabilité opérationnelle que la Société entend préserver.

Pour y parvenir, après un 1^{er} semestre marqué par une augmentation des frais de structure pour accompagner la montée en puissance commerciale de début d'année, la décélération du marché à compter de l'été a conduit Invibes Advertising à diminuer ses effectifs commerciaux et support au 4^{ème} trimestre 2022. Cette mesure engendrera des coûts supplémentaires sur l'année 2022 et produira ses premiers effets favorables sur les charges à compter de 2023, tout en préservant la capacité d'innovation de la Société afin de continuer à se différencier et à gagner des parts de marché.

Par ailleurs, Invibes Advertising a suspendu le lancement Adspark, sa plateforme 100% self-service dédiée aux PME, qui aurait engendré des dépenses de déploiement trop important à court-terme sans retour sur investissement immédiat.

Une priorisation des axes stratégiques

Evoluant ces derniers mois dans un marché plus exigeant, Invibes Advertising a décidé de recentrer sa stratégie autour de trois axes prioritaires en vue de poursuivre une dynamique de croissance tout en générant de la rentabilité.

Sa nouvelle feuille de route s'articule autour de trois leviers clés pour lui permettre de se distinguer des offres disponibles sur ses marchés en apportant à ses clients une proposition de valeur unique, performantes et sur-mesure. :

- **Capitaliser sur les fondamentaux** qui ont bâti son succès depuis sa création :
 - L'innovation, source de performances et d'efficacité des campagnes publicitaires et d'engagement utilisateurs ;
 - Le maillage international dans 15 pays, permettant une approche transversale, et la mise en place de dispositifs pan-européens recherchés par les grandes enseignes internationales ;
 - Un réseau d'éditeurs offrant une puissance de diffusion inégalée de ses campagnes (reach) ;
 - Des équipes expérimentées et orientées satisfaction clients.
- **Développer des offres verticalisées** – *Industry Solutions* – adaptées aux besoins spécifiques de certaines industries (automobile, aérien et tourisme, à impact) ;
- **Déployer des services technologiques à valeur ajoutée** pour ses clients stratégiques, avec l'objectif de signer avec eux des engagements contractuels et d'accroître les services que la Société leur délivre.

Prochaine publication : résultats annuels 2022 le 28 mars 2023, après la clôture de bourse.

A propos d'Invibes Advertising

Invibes Advertising (Invibes) est une entreprise technologique internationale spécialisée dans l'innovation publicitaire numérique. Fondée par les co-CEO Kris Vlaemynck et Nicolas Pollet, et partant du constat que l'efficacité de la publicité numérique passe par une réelle innovation et un engagement naturel des utilisateurs, Invibes a développé une plateforme technologique intégrée permettant aux marques d'atteindre les consommateurs par des expériences publicitaires in-feed de haute qualité.

Invibes offre aux marques un engagement et une attention élevés des utilisateurs en exploitant la puissance du big data, des formats in-feed innovants, un reach puissant et des services d'intelligence avancés.

Afin de collaborer étroitement avec certaines des plus grandes marques du monde, comme Amazon, Bacardi, Dell, IKEA et Toyota, nous nous appuyons sur d'incroyables talents. Chez Invibes, nous nous efforçons continuellement de maintenir un environnement dynamique et ouvert qui favorise une culture de l'innovation, de la croissance et des #GoodVibes, qui se répercute directement sur nos clients.

Vous voulez en savoir plus sur Invibes ? Visitez : www.invibes.com

Invibes Advertising est cotée à la Bourse Euronext (Ticker : ALINV - ISIN : BE0974299316).

Retrouvez nos derniers communiqués de presse sur :

<https://www.invibes.com/fr/fr/investors.html>

Suivez en direct les dernières actualités d'Invibes Advertising :

LinkedIn [@Invibes Advertising](#) **Twitter** [@Invibes_adv](#)

Financial & Corporate Contacts:

Kris Vlaemynck, co-CEO

kris.vlaemynck@invibes.com