

21% di crescita del fatturato nel 2022

Milano, 25 gennaio 2023 - Invibes Advertising, società tecnologica avanzata specializzata nella pubblicità digitale, ha pubblicato i ricavi del 4° trimestre e dell'esercizio 2022.

Ripartizione del fatturato consolidato per trimestre

Dati consolidati non sottoposti a revisione, in migliaia di €	2022	2021	Δ
1° trimestre	5.766	3.445	+67,4%
2° trimestre	7.501	5.338	+40,5%
3° trimestre	5.523	5.096	+8,4%
4° trimestre	9.190	9.322	-1,4%
TOTALE ANNUO	27.980	23.201	+20,6%

21% di crescita del fatturato nel 2022

Dopo un 3° trimestre caratterizzato da un rallentamento del mercato della pubblicità digitale e da una riduzione degli investimenti pubblicitari dovuta alle incertezze legate al contesto economico più difficile in Europa, la decelerazione del mercato è proseguita nel 4° trimestre. Secondo le ultime previsioni di Dentsu Global Ad Spend¹, la spesa per la pubblicità digitale nell'area EMEA crescerà del +4,3% nel 2022, rispetto al +15,9% del 2021.

Nel contesto, Invibes Advertising, nonostante una lieve flessione nel 4° trimestre, è riuscita a generare una crescita complessiva del +21% nel 2022.

Ripartizione del fatturato consolidato per fase di sviluppo dei paesi

Dati consolidati non sottoposti a revisione, in migliaia di €.	2022	2021	Δ
Paesi esistenti ⁽¹⁾	19.880	17.840	+12,0%
Paesi in fase di scale-up ⁽²⁾	7.512	5.398	+39,2%
Nuovi paesi (start-up) ⁽³⁾	588	23	n.a.
TOTALE ANNUO	27.980	23.201	+20,6%

(1) Francia, Spagna, Svizzera e ML2GROW

(2) Germania, Regno Unito, Italia, Belgio

(3) Svezia, Norvegia, Danimarca, Sudafrica, Paesi Bassi, Emirati Arabi Uniti, Polonia e Repubblica ceca

Una tecnologia proprietaria unica e contraddistinta

Per sostenere il suo sviluppo, Invibes Advertising può contare su una tecnologia unica basata su un ecosistema integrato denominato "**Connected Walled Garden**".

Questa piattaforma le consente di controllare l'intera catena del valore, dall'inserzionista all'editore, offrendo ai clienti tutti i vantaggi della pubblicità programmatica (sicurezza del marchio, *ad verification* trasparente, utilizzo di dati esterni), garantendo al contempo la stessa

¹ <https://www.dentsu.com/news-releases/growing-but-slowing-dentsu-ad-spend-forecast-2023>

qualità del servizio delle principali piattaforme di social network in termini di innovazione, efficienza e semplicità.

Basata su algoritmi proprietari, la tecnologia è un'importante risorsa e un punto di differenziazione che consente alla Società di distinguersi come attore unico nell'ecosistema della pubblicità digitale.

Tale sviluppo è una diretta conseguenza della politica di creazione di innovazione costante, con Invibes Advertising che investe in media il 10% del fatturato in R&S ogni anno, investimenti che la Società intende continuare.

Struttura dei costi ottimizzata per perseguire una crescita redditizia

Nel 2023, Invibes Advertising non dubita di generare ulteriore crescita in tutta l'attività, offrendo un rendimento più favorevole alle condizioni di mercato.

Tuttavia, tale crescita non sarà a scapito della redditività che la Società intende mantenere.

Dopo il primo semestre 2022 contrassegnato da un aumento dei costi strutturali a supporto della crescita commerciale a inizio anno, il rallentamento del mercato a partire dall'estate in poi ha spinto Invibes Advertising a ridurre il personale di vendita e assistenza nel 4° trimestre del 2022. Questa misura ha generato costi aggiuntivi nel 2022, ma produrrà un effetto favorevole sulle spese a partire dal 2023. Ciò non sarà a scapito dell'attività, in quanto la capacità di innovazione della Società e la sua capacità di continuare a differenziarsi e conquistare quote di mercato sono state salvaguardate.

Inoltre, Invibes Advertising ha sospeso il lancio di Adspark, la sua piattaforma completamente self-service dedicata alle PMI, poiché l'implementazione della piattaforma avrebbe generato troppe spese a breve termine senza un immediato rendimento del capitale investito.

Direzione strategica e priorità

Nell'evoluzione degli ultimi mesi volta ad allinearsi a un mercato più esigente, Invibes Advertising ha scelto di rifocalizzare la propria strategia in tre aree prioritarie, al fine di perseguire la crescita generando al tempo stesso redditività.

Il nuovo programma è costruito intorno a tre leve fondamentali che le consentiranno di distinguersi dalle offerte alternative disponibili sui mercati attivi, offrendo ai propri clienti una proposta di valore unica, ad alte prestazioni e su misura:

- **Capitalizzare sui fondamentali** che hanno generato il suo successo dalla sua creazione:
 - L'innovazione come fonte di risultati ed efficienza delle campagne pubblicitarie, e coinvolgimento degli utenti.
 - Una rete internazionale in 15 paesi, che consente un approccio cross-market e l'implementazione di sistemi paneuropei richiesti dai principali marchi internazionali.
 - Una rete di editori che offrono un raggio d'azione incomparabile per le campagne.
 - Team esperti e orientati al cliente.
- **Sviluppare offerte verticali**, *Soluzioni industriali*, adatte alle esigenze specifiche di determinati settori (automobilistico, aviazione e turismo, sostenibili).

- **Implementare servizi tecnologici a valore aggiunto** per clienti strategici, con l'obiettivo principale di sottoscrivere impegni contrattuali a lungo termine e aumentare i servizi che la Società fornisce a tali clienti.

Prossima pubblicazione: risultati annuali 2022 il 28 marzo 2023, dopo la chiusura delle contrattazioni.

Informazioni su Invibes Advertising

Invibes Advertising (Invibes) è una società tecnologica internazionale specializzata nell'innovazione della pubblicità digitale. Fondata dai CEO congiunti Kris Vlaemynck e Nicolas Pollet sulla filosofia che l'efficienza della pubblicità digitale deriva dall'essere realmente innovativi e coinvolgere in maniera naturale gli utenti, Invibes ha sviluppato una piattaforma tecnologica integrata per i marchi affinché raggiungano i consumatori attraverso esperienze pubblicitarie in-feed di alta qualità.

Invibes offre un coinvolgimento e un'attenzione elevati degli utenti per i marchi, sfruttando il potere dei big data, formati in-feed innovativi, ampia portata e servizi informativi estesi.

Per collaborare con alcuni dei più grandi marchi mondiali, come Amazon, Bacardi, Dell, IKEA e Toyota, ci affidiamo a persone anche più grandi. A Invibes ci sforziamo di mantenere un ambiente energetico e aperto, che promuova una cultura di ideazione, crescita e #GoodVibes, che traspare direttamente ai nostri clienti.

Dove trovare ulteriori informazioni su Invibes? Visitare: www.invibes.com

Invibes Advertising è quotata sulla borsa Euronext (Ticker: ALINV - ISIN: BE0974299316)

Leggere i nostri ultimi comunicati stampa su:

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

Seguire le ultime notizie relative a Invibes Advertising su:

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

Contatti finanziari e aziendali:

Kris Vlaemynck, CEO congiunto

kris.vlaemynck@invibes.com