

Persbericht

Invibes Advertising presenteert nieuw strategisch plan en internationale ambities

Gent, 17 november 2021 – Het technologiebedrijf Invibes Advertising, specialist in digitale advertenties, heeft een nieuw strategisch plan gepresenteerd en ook zijn internationale ambities om een belangrijke marktpositie te claimen. In dit verband heeft de vennootschap een internationaal boekhoudkantoor onder de arm genomen. Voortaan zal het kosten in verband met internationale investeringen volgens een nieuwe methode verwerken.

De sterke groei van Invibes Advertising in 2021 weerspiegelt het succes van de nieuwe landen die in 2019 en 2020 zijn gelanceerd. Ook de tevredenheid van klanten en mediapartners en de goede resultaten van zijn technologieplatform dragen daartoe bij. Invibes combineert krachtige advertentiealgoritmen en geavanceerde machine learning-tools.

De medeoprichters Nicolas Pollet en Kris Vlaemynck voorspellen een zeer sterk potentieel voor Invibes. Statista raamt de Europese digitale reclamemarkt op meer dan 70 miljard euro voor 2021 en verwacht een blijvende groei door de opmars van digitalisering in alle sectoren.

Invibes Advertising wil profiteren van deze gunstige context om zijn groei te versnellen, door een offensief commercieel plan na te streven dat gebaseerd is op verschillende strategische hefboomen:

1. Versnelling in bestaande markten

Het bedrijf heeft nu 6 landen in scale-upfase (Duitsland, Engeland, Spanje, Frankrijk, Italië en Zwitserland), met:

- dagelijks nieuwe reclamecampagnes;
- een maandelijks bereik van meerdere miljoenen internetgebruikers;
- een omzet van ten minste enkele tienduizenden euro's per maand.

Hoewel deze landen al vergevorderd zijn, hebben zij nog een groeimarge van enkele tientallen miljoenen euro's per jaar. Invibes Advertising is dan ook van plan om te blijven investeren in deze markten, met name door nieuw talent aan te werven ter versterking van de lokale teams.

Parallel is Invibes Advertising in 2021 van start gegaan in enkele nieuwe landen (België, Nederland, de Scandinavische landen, Zuid-Afrika en de VAE), die zich momenteel in een start-upfase bevinden. Een aantal daarvan bevindt in zijn ontwikkeling al dichtbij de scale-uplanden. In deze nieuwe landen werft Invibes Advertising momenteel voornamelijk commerciële profielen aan.

2. Opening van nieuwe markten

Na een succesvolle lancering in meer dan 10 landen is Invibes Advertising nu in staat de ROI na de opening van een nieuwe markt in kaart te brengen: na een paar maanden begint een nieuw land bij te dragen aan de omzet van het bedrijf.

Naast deze directe bijdrage leveren de nieuwe landen een toegevoegde waarde aan het *cross-market* aanbod van Invibes Advertising, dat steeds interessanter wordt voor grote adverteerders die op zoek zijn naar een wereldwijd aanbod.

3. De verdere ontwikkeling van zijn technologie

Sinds zijn oprichting heeft Invibes Advertising gemiddeld 10% van zijn omzet in O&O geïnvesteerd. Deze strategie van technologische investeringen is een essentiële succesfactor voor het bedrijf. Klanten verwachten immers almaar betere prestaties van hun reclamecampagnes. Invibes Advertising zal dit investeringsbeleid dus voortzetten, met focus op 3 strategische assen:

- **REACH**, waaronder investeringen in *Header Bidding*, waarmee het media-aanbod in real time kan worden gekocht tijdens een veiling;
- **FORMAT**, met de lancering van nieuwe innovatieve reclame-ervaringen voor het meest volledige aanbod op de markt met meer dan 50 exclusieve formats;
- **DATA**, met het Invibes ID Network dat dankzij *Hash emails* dezelfde targetingvoordelen biedt als de grote platformen.

4. Het inzetten van technologische diensten voor zijn strategische klanten

Met zijn eigen technologieplatform en directe toegang tot gegevens uit verschillende bronnen, is Invibes Advertising in staat om *Strategic Value Services (SVS)* aan te bieden aan zijn strategische klanten. Met zo'n partnership kan de onderneming contractuele relaties aangaan met zijn klanten. Het is een interessante evolutie in een markt waar klanten reclamecampagnes traditioneel via losse opdrachten bestellen.

5. Een nieuw 100% self-service platform voor kmo's

De grote platformen halen het grootste deel van hun omzet uit het kmo-segment, dat ook voor Invibes Advertising een groot potentieel vormt.

Invibes Advertising heeft daarom besloten zijn volledige aanbod ter beschikking te stellen van deze dynamische markt: een technologisch platform voor de distributie van campagnes, exclusieve advertentieformats, rechtstreekse toegang tot het aanbod van partnermedia, overeenkomsten met dataleveranciers, enzovoort.

De kmo-markt zou op termijn een aanzienlijk deel van de omzet van de Groep kunnen vertegenwoordigen. Invibes is al gestart met de aanwerving van het team dat deze activiteit moet dragen. Ook het bijbehorende merk is geregistreerd. Invibes zal meer informatie geven bij de officiële lancering van dit *self-service* platform.

6. De verdere ontwikkeling van ML2Grow, zijn dochteronderneming (voor 57%) dat gespecialiseerde diensten levert met Big Data en artificiële intelligentie

ML2Grow zal gebruikmaken van enkele hefboomen van de Groep om zijn ontwikkeling te versnellen:

- de door de twee bedrijven ondertekende overeenkomsten over targeting-algoritmen op basis van Big Data;
- vragen van klanten van Invibes Advertising in het kader van SVS ;
- de sterke internationale positie van de Groep.

Dit nieuwe bedrijfsplan en de geplande investeringen onderstrepen de ambitie van Invibes Advertising om een van de belangrijkste spelers in zijn branche te worden. Invibes Advertising

onderzoekt op dit ogenblik verschillende financieringspistes om die sterke ambities te ondersteunen.

In het licht van deze sterke groeiambities heeft de Raad van Bestuur van de vennootschap, op voorstel van de auditoren, beslist om de IFRS-waarderingsmethode te wijzigen voor de verwerking van kosten voor de opstart van nieuwe activiteiten en landen. Invibes volgde tot nu de Belgische GAAP-methode en verrekende die uitgaven met de resultaten die door deze activiteiten en landen werden gegenereerd. Omdat de geplande groeiversnelling de kosten naar waarschijnlijkheid zal opdrijven, heeft de Raad van Bestuur besloten de boekhoudkundige verwerking te wijzigen (IFRS 15).

Voortaan zal Invibes deze uitgaven onmiddellijk als lasten boeken. Met de vroegere waarderingsmethode stonden de openingskosten op de balans en werden ze afgetrokken van de initiële inkomsten van het desbetreffende land. Het is belangrijk op te merken dat Invibes Advertising deze boekhoudkundige aanpak voor internationale investeringen wijzigt maar dat die verder geen invloed heeft op de kasstroom.

Herziening van de rekeningen voor de jaren 2019 en 2020

Deze wijziging in de financiële verslaggeving zal toegepast worden in de jaarrekening van 2021. Ook de jaarrekeningen van 2019 en 2020 worden met terugwerkende kracht aangepast om correcte vergelijkingen mogelijk te maken. In de onderstaande tabellen worden de financiën met deze boekhoudkundige correctie getoond voor de boekjaren 2019 en 2020, zodat de rekening van het lopende boekjaar 2021 correct vergeleken wordt.

<i>Geconsolideerde gegevens, in K€</i>	2019 aangepast	2020 aangepast
<u>Bestaande landen*</u>		
Omzet	9 684	10 504
EBITDA-bijdrage	2 631	2 969
% EBITDA	27 %	28 %
<u>Nieuwe landen**</u>		
Omzet	14	1 026
EBITDA-bijdrage	(410)	(685)
% EBITDA	(2 841) %	(67) %
Algemene kosten Groep***	(1 432)	(2 049)
EBITDA (aangepast)	788	235

* Bestaande landen: Invibes in Frankrijk, Spanje en Zwitserland, ML2GROW

** Nieuwe landen: Invibes in Duitsland, het Verenigd Koninkrijk, Italië, België, en Invibes International

*** Algemene kosten behoudens CAPEX

Volgende publicatie: omzet KW4 2021, op 26 januari 2022, na beurs

Over Invibes Advertising

Invibes Advertising maakt geavanceerde technologie voor de publicatie van digitale reclame. Zijn vernieuwende publicitaire aanbod is gebaseerd op een in-feed reclameformat, tussen online persartikels.

Invibes heeft zijn format geïnspireerd op sociale netwerken en zijn technologie helpt merken beter communiceren met consumenten. Ze is geoptimaliseerd voor online verspreiding via een gesloten netwerk van mediagroepen zoals Bertelsmann, Hearst, Unify, Groupe Marie Claire, Axel Springer en vele andere. Onder zijn klanten vinden we grote merken zoals Mercedes, Samsung, Levis en IBM.

Invibes Advertising is opgericht in 2011 en staat genoteerd op Euronext Growth in Parijs (ticker: ALINV – ISIN: BE0974299316). Voor meer informatie, bezoek www.invibes.com

De meest recente persberichten vindt u hier:

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

Volg het laatste nieuws van Invibes Advertising op sociale media:

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

Financiële & bedrijfscontacten:

Invibes Advertising

Kris Vlaemynck, CFO
kris.vlaemynck@invibes.com

Listing Sponsor

Atout Capital
Rodolphe Ossola
rodolphe.ossola@atoutcapital.com
+33 (0)1 56 69 61 80

Group Investor Relations

Actifin
Alexandre Commerot
acommerot@actifin.fr
+33 (0)1 56 88 11 11

Financial Media Relations

Actifin
Jennifer Jullia
jjullia@actifin.fr
+33 (0)1 56 88 11 19

Media Relations, Belgium

Factivity
Rafaël Tirmarche
rafael@factivity.be
+32 476 68 94 92

Bijlagen: gedetailleerde weergave van de IFRS 15-herziening

<i>Geconsolideerde gegevens, in K€</i>	Publicatie 2020	Herziening 2020
Omzet	11 530	11 530
Aankopen en externe lasten	(6 285)	(6 873)
Personeelkosten	(3 861)	(4 422)
EBITDA	1 384	235
Afschrijvingen en voorzieningen	(814)	(814)
Operationeel resultaat	570	(579)
Financieel resultaat	(262)	(262)
Uitzonderlijk resultaat	-	-
Belastingen	(34)	(35)
Nettoresultaat	274	(876)

<i>Geconsolideerde gegevens, in K€</i>	Publicatie 2020	Herziening 2020
Vaste activa	5 793	5 793
Vlottende activa	12 535	10 808
Totaal activa	18 328	16 601
Eigen kapitaal	7 602	5 875
Vaste passiva	3 066	3 066
Vlottende passiva	7 660	7 660
Totaal passiva	18 328	16 601

<i>Geconsolideerde gegevens, in K€</i>	Publicatie 2019	Herziening 2019
Omzet	9 699	9 699
Aankopen en externe lasten	(5 458)	(5 778)
Personeelkosten	(2 869)	(3 133)
EBITDA	1 372	788
Afschrijvingen en voorzieningen	(656)	(656)
Operationeel resultaat	716	132
Financieel resultaat	(110)	(110)
Uitzonderlijk resultaat	-	-
Belastingen	(15)	(15)
Nettoresultaat	591	7

<i>Geconsolideerde gegevens, in K€</i>	Publicatie 2019	Herziening 2019
Vaste activa	5 426	5 426
Vlottende activa	7 136	6 550
Totaal activa	12 562	11 976
Eigen kapitaal	6 876	6 290
Vaste passiva	988	988
Vlottende passiva	4 698	4 698
Totaal passiva	12 562	11 976