

Opmerkelijke resultaten voor 2020

Hoge EBITDA laat verdere investeringen toe

Versterkte financiële structuur als basis voor toekomstige groei

Gent, 22 maart 2021 – Invibes Advertising, gespecialiseerd in *in-feed* reclame op mediawebsites, presenteert vandaag zijn geauditeerde jaarresultaten voor 2020.

Geconsolideerde en geauditeerde cijfers, in K€	2020	2019	Δ
Omzet	11 530	9 699	+19%
Aankopen en externe lasten	(6 285)	(5 460)	+15%
Personeelskosten	(3 861)	(2 869)	+36%
EBITDA ¹	1 384	1 370	Stable
Afschrijvingen en provisies	(814)	(656)	+24%
Operationeel resultaat	570	717	-21%
Financieel resultaat	(262)	(133)	na
Uitzonderlijk resultaat	-	23	na
Nettoresultaat	274	591	-54%

Omzet 2020 gaat met +19% vooruit, beduidend hoger dan de Europese markt

In 2020 boekte Invibes Advertising een geconsolideerde omzet van 11 530 K€, met een organische groei van +19%.

Deze prestatie is des te opmerkelijker omdat de Europese display- en videomarkten erop achteruitgingen.

Commerciële dynamiek versterkt ondanks de gezondheidscrisis

Ondanks de gezondheidscrisis die zich met name in het 2e kwartaal liet gevoelen, herstelde de commerciële dynamiek zich snel. Het resulteerde in sterke resultaten vanaf het 3e kwartaal: talrijke grote internationale merken kozen voor het aanbod van Invibes Advertising om hun communicatie op te voeren tijdens deze uitzonderlijke crisis.

In totaal heeft Invibes Advertising in 2020 meer dan 400 adverteerders aangetrokken. Zij geloven in het niet-intrusieve advertentieformat dat de betrokkenheid van de gebruiker verhoogt. Dat komt het merk en het imago van onze klanten ten goede. Internationale merken uit verschillende sectoren hebben een beroep gedaan op Invibes Advertising voor hun reclamecampagnes:

- Autofabrikanten: Audi, BMW, Honda, Mercedes, Toyota, Volkswagen, ... ;
- Verdelers: Carrefour, Decathlon, ebay, lego, Metro, Monoprix, ... ;
- Voedingsbedrijven : Barilla, Coca-Cola, Domino's Pizza, Ferrero, McDonalds, Nestlé, ... ;
- IT : Asus, Canon, Dell, IBM, HP, Samsung, ... ;

¹ EBITDA = Operationeel bedrijfsresultaat voor afschrijvingen en provisies

- Financiële diensten: Allianz, Axa, ING, Mastercard, Orange Bank, Visa, ... ;
- Mode/Luxe : Cartier, Chanel, H&M, Lacoste, Levis, Moncler, Swarovski, ... ;
- Beauty/Gezondheid: Bayer, Bioderma, Estée Lauder, Johnson & Johnson, Sephora, The Body Shop, ... ;
- Transport : Air France, Emirates, Japan Airlines, Lufthansa, SNCF, ... ;
- Entertainment : Amazon, Blizzard Entertainment, Disney, HBO, Netflix, Playstation, ... ;
- Huis/Tuin: BoConcept, DeLonghi, Ikea, Leroy Merlin, Nexity, Velux, ... ;
- Diensten: Aegon, Facebook, O2, Tinder, Randstad, Vodafone, ... ;
- Dranken : Bacardi, Campari, Jägermeister, Negrita, The Macallan, Champagne Palmer&Co,

Om die dynamiek te ondersteunen, heeft Invibes Advertising zoals aangekondigd een pan-Europees aanbod gelanceerd. Twee nieuwe klanten, Moncler en Blizzard Entertainment, pionierden met campagnes in verschillende landen tegelijk. Het bevestigt de ambities van grote internationale merken om reclamecampagnes op Europese schaal te voeren, met een enkele leverancier.

Vervolg Europese expansie

In 2020 heeft de Groep zijn geografische verankering in Europa vergroot met de opening van drie nieuwe markten: Italië, de Benelux en het Verenigd Koninkrijk.

In totaal is Invibes Advertising nu present in zeven van de voornaamste markten in Europa (Frankrijk, Spanje, Duitsland, Zwitserland, het Verenigd Koninkrijk, Italië, Benelux).

Een record Reach in de belangrijkste doelgroepen in Frankrijk

Met een netwerk van 800 webbedrijven voor 200 miljoen unieke bezoekers, kan Invibes Advertising in 2020 een record Reach² van 46,2 miljoen unieke bezoekers (UB) voorleggen in Frankrijk, volgens de laatste ranglijst van de Globale Internetmediameting //Netratings die in december 2020 werd gepubliceerd.

Met zo'n uitstekende Reach zit Invibes Advertising in het zog van giganten als Facebook en YouTube, die in hetzelfde klassement respectievelijk 48,1 miljoen UB en 46,9 miljoen UB behaalden.

Deze sterke resultaten tonen de kracht van Invibes' innovatieve reclameformats op de belangrijkste internetkruispunten. Ze versterken de strategie van het bedrijf om opnieuw te versnellen en vernieuwen, zodat klanten de interactie en betrokkenheid van de internetgebruiker verhogen.

Meer dan 100 medewerkers in Europa

Om de sterke groei en internationale expansie vorm te geven, heeft Invibes Advertising zijn teams opnieuw versterkt. Door in heel Europa de beste talenten aan te werven, is het in staat die dynamiek aan te houden.

In het 3e kwartaal van 2020 rondde Invibes Advertising de kaap van 100 werknemers.

Over alle vestigingen heen heeft Invibes Advertising in 2020 24 nieuwe werknemers aangetrokken, in hoofdzaak commerciële medewerkers. Het totale personeelsbestand telde eind 2020 106 mensen, tegenover 86 eind 2019.

² De Reach is het vermogen om een zeer groot publiek te bereiken. Met het platform van Invibes Advertising kunnen klanten de realtime weergave van verschillende advertenties regelen, goed voor tientallen miljoenen page-views per dag.

Behoud van een hoge EBITDA om verdere, internationale investeringen mogelijk te maken

Door de bijkomende aanwerving van medewerkers voor de internationale ontwikkeling van Invibes zijn in de onderhavige periode de personeelsuitgaven met 36% en de externe uitgaven met 15% gestegen.

Ondanks de hogere investeringen om de langetermijngroei te verzekeren, is de Vennootschap er toch in geslaagd een hoge EBITDA van 1.384 K€ te handhaven, stabiel ten opzichte van 2019.

Na aftrek van de afschrijvingen voor een totaalbedrag van € 814K heeft Invibes Advertising een bedrijfswinst van € 570K geboekt. Het nettoresultaat is positief bij 214 K€.

Een versterkte financiële structuur als basis voor toekomstige groei

Om de ontwikkeling te financieren en te blijven investeren in toekomstige groei, heeft Invibes Advertising in 2020 zijn financiële structuur versterkt. In maart voltooide het bedrijf de tweede schijf van de geplande kapitaalverhoging van in totaal 1,5 miljoen euro. De nettokaspositie bedroeg eind december 2020 3,9 miljoen euro, tegenover 2,4 miljoen euro eind juni 2020.

Vertrouwen dat Invibes in 2021 weer aanknoopt met duurzaam groeiritme

Ondanks de gezondheids crisis als gevolg van de Covid-19-pandemie wist Invibes Advertising in 2020 een omzetgroei met twee cijfers te realiseren.

Voor het boekjaar 2021 vertrouwt Invibes Advertising op een geleidelijke terugkeer naar een meer duurzaam groeitempo, zoals de groep vóór de crisis kende. Om dit te bereiken zet Invibes Advertising fors in op zijn sterkere Europese aanwezigheid, met enerzijds een belangrijke dynamiek in de nieuwe markten (Verenigd Koninkrijk, Italië, Benelux) en anderzijds het sterke ontwikkelingspotentieel van reeds gevestigde landen zoals Duitsland.

De Groep zal ook blijven voortbouwen op zijn basisprincipes:

- Advertentie-oplossingen met de beste resultaten op de markt;
- Een commerciële aanwezigheid in de 7 belangrijkste Europese landen, waardoor een transversale en pan-Europese aanpak van de reclamecampagnes mogelijk is, die beantwoordt aan de verwachtingen van de grote internationale merken;
- Een constante innovatie in het aanbod van niet-intrusieve formats die voortdurend vernieuwd en steeds doeltreffender worden;
- Een netwerk van Europese uitgevers dat steeds omvangrijker wordt met een ongeëvenaarde distributiekraacht voor campagnes (*reach*);
- Een steeds groter portefeuille van trouwe klanten die overtuigd zijn van de oplossingen van Invibes Advertising, omdat ze resultaten genereren die ver boven de marktstandaard liggen.

Volgende publicatie: omzet eerste kwartaal 2021, op 28 april 2021 na sluiting van de 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 verspreiding op een gesloten netwerk van mediawebsites 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