

Organische groei van +67% in eerste trimester van 2022

Gent, 20 april 2022 – Het technologiebedrijf Invibes Advertising, specialist in digitale advertenties, boekte in het eerste kwartaal van 2022 een omzet van 5,8 miljoen euro, goed voor een organische groei van 67% in vergelijking met het eerste kwartaal van 2021.

Geconsolideerde, niet-geauditeerde, gegevens, in K€	T1 2022	T1 2021	Δ
Omzet	5 766	3 445	+67 %

De resultaten van het voorbije kwartaal zijn des te opmerkelijker aangezien de omzet in het eerste kwartaal van 2021 al verdubbeld was. Over twee jaar realiseert Invibes zo een omzetgroei van 332% voor het kwartaal. Het weerspiegelt eens te meer de kracht van het geïntegreerde model dat Invibes Advertising ontwikkelde, waarvan de prestaties gebaseerd zijn op:

- **Een technologieplatform van eigen algoritmen dat adverteerders en uitgevers samenbrengt.**

Deze "Connected Walled Garden"-positionering biedt adverteerders alle voordelen van de grote sociale netwerken: eenvoud, innovatie en efficiëntie vanwege de koppeling met toonaangevende media. Dit geïntegreerde model heeft Invibes Advertising in staat gesteld om digitale reclamecampagnes te lanceren voor 's werelds grootste merken via een netwerk van toonaangevende Europese uitgevers.

De keuze voor technologie op basis van eigen algoritmen garandeert de strategische onafhankelijkheid en het sterke innovatievermogen van Invibes Advertising. Sinds zijn oprichting heeft Invibes Advertising jaarlijks gemiddeld 10% van zijn omzet in R&D geïnvesteerd en dat zal het ook blijven doen.

- **Het Invibes ID Network**

Dankzij zijn continue focus op innovatie heeft Invibes geanticipeerd op de verdwijning van cookies van derden. De afgelopen twee jaar ontwikkelde het zijn eigen targeting-technologie. Die is gebaseerd op een eigen "ID Network", aangevuld door partners die eigenaar zijn van de gegevens.

Zo'n systeem is enkel mogelijk dankzij de directe partnerschappen van Invibes Advertising met meer dan 1.000 uitgevers die de *e-mail hashes* van internetgebruikers kunnen synchroniseren. Via zijn netwerk van toonaangevende mediawebsites bereikt Invibes Advertising elke maand tot 200 miljoen unieke bezoekers in Europa. Het is één van de krachtigste ID Netwerken op basis van e-mail hashing. Bovendien levert het dezelfde voordelen als de op gebruikersconnecties gebaseerde sociale netwerken.

- **De Invibes Data Cloud**

Ook heeft Invibes Advertising overeenkomsten gesloten met grote dataverkopers en -eigenaars zoals e-commercesites. Deze partnerships maken een nieuwe manier van targeting mogelijk, die zelfs in het tijdperk van third-party cookies ondenkbaar was. Dankzij steeds betere Big Data algoritmes haalt Invibes Advertising relevante informatie uit enorme hoeveelheden ruwe data.

Deze unieke voordelen zijn kenmerkend voor Invibes Advertising, en overhalen steeds meer adverteerders om hun reclamecampagnes aan Invibes Advertising toe te vertrouwen –



vanzelfsprekend ook door de goede resultaten van zijn niet-intrusieve reclameformats. Tot dusver hebben meer dan 500 merken ervoor gekozen om Invibes Advertising te integreren in hun digitale communicatiestrategie.

Kaap van de 200 werknemers bereikt in Europa

Om de sterke groei en internationalisering te ondersteunen, blijft Invibes advertising inzetten op het versterken van zijn teams en de aanwerving van talenten uit heel Europa.

Tegen het einde van het eerste kwartaal van 2022 heeft Invibes Advertising de mijlpaal bereikt van 200 werknemers die actief zijn binnen de Groep.

Perspectieven

De aanhoudende dynamiek van de globale, digitale reclamesector, in combinatie met de aantrekkingskracht van Invibes Advertising voor adverteerders, moet de sterke groei van de groep in de komende jaren blijven stuwten. Het doel is een omzet van € 100 miljoen te bereiken tegen 2024, grotendeels via organische groei, maar ook door externe groei.

Volgende publicatie: omzetcijfers van Q1 2022, op 20 juli 2022, 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 reclame 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](#)

Financial & Corporate Contacts:

Audry Mela, VP Investor Relations

audry.mela@invibes.com