

Organische groei houdt aan met +50% in het eerste halfjaar van 2022

Gent, 20 juli 2022 – De digitale advertentiespecialist Invibes Advertising heeft in het eerste halfjaar van 2022 een omzet van 13,1 miljoen geboekt. Dat is een organische groei van +50% ten opzichte van het eerste semester van 2021.

Uitsplitsing van de geconsolideerde omzet

Geauditeerde, geconsolideerde gegevens, in K€	S1 2022	S1 2021	Δ
Bestaande landen ⁽¹⁾	9 978	7 061	+41 %
Scale-up ⁽²⁾	2 926	1 633	+79 %
Nieuwe landen (start-up) ⁽³⁾	196	20	x10
TOTAAL 1^{ste} semester	13 100	8 714	+50 %

(1) Frankrijk, Spanje, Zwitserland en ML2GROW

(2) Duitsland, Verenigd Koninkrijk, Italië en België

(3) Sweden, Noorwegen, Denemarken, Zuid-Afrika, Nederland, Verenigde Arabische Emiraten, Polen en de Tsjechische Republiek

De sterke organische groei van Invibes Advertising is opmerkelijk, aangezien ook in het eerste semester van 2021 al een sterke groei werd opgetekend.

De groei van het eerste halfjaar is het resultaat van de prestaties in alle bestaande landen (Frankrijk, Spanje, Zwitserland en ML2Grow), en alle landen die in een scale-up fase zitten (Duitsland, Verenigd Koninkrijk, Italië, België).

Om de aanhoudende groei te ondersteunen, blijft Invibes Advertising investeren en salesmedewerkers aanwerven in deze landen. Daarnaast geraken de zes vestigingen die in 2021 geopend werden en op dit ogenblik dus in de opstartfase zijn, op toerenal. De samengestelde en operationele teams zijn de afgelopen zes maanden nog versterkt, om snel en aanzienlijk bij te dragen tot de algemene groei van de Groep.

Ten slotte heeft Invibes Advertising recent de opening van twee nieuwe kantoren aangekondigd in Centraal- en Oost-Europa (Warschau in Polen en Praag in de Tsjechische Republiek). Die nieuwe kantoren kadert in de internationale expansie, waar de ontwikkeling van Invibes sinds de oprichting op is gebaseerd.

De stabiele groei die de Groep elk halfjaar boekt, zou tijdelijk kunnen vertragen door de huidige macro-economische situatie indien die de komende maanden nog verslechtert. Het management van Invibes Advertising blijft vol vertrouwen aangezien de ontwikkeling van de Groep gebaseerd is op solide fundamenten zoals: de continue digitalisering van de reclamemarkt, de sterke toename van de internationale activiteiten, en zijn grote vermogen om zich aan te passen aan veranderingen in zijn segment. Die factoren hebben de Groep in het verleden al toegelaten veerkracht te tonen in moeilijke omstandigheden.

Volgende publicatie: halfjaarresultaten, op 7 september 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 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 Stock Exchange (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