

Resultaten eerste halfjaar 2022: Invibes blijft investeren in periode van organische groei

Gent, 7 September 2022 – Het technologiebedrijf Invibes Advertising, specialist in digitale reclame, publiceert zijn halfjaarresultaten voor 2022. Invibes investeerde fors in de ontwikkeling van het bedrijf.

Het halfjaarlijks financieel verslag is beschikbaar op de website van het bedrijf:

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

Geconsolideerde, niet-geauditeerde, gegevens, in K€	H1 2022	H1 2021*	Δ
Omzet	13,265	8,715	+52%
Aankopen en externe uitgaven	(7,274)	(4,819)	+51%
Personeelskosten	(6,958)	(3,393)	+105%
EBITDA	(967)	503	(€1,470)
Afschrijvingen, waardeverminderingen en voorzieningen	(630)	(504)	+25%
Bedrijfsopbrengsten	(1,597)	(1)	(€1,596)
Financieel resultaat	(141)	(211)	-33%
Belastingen	(1)	(1)	-
Nettoresultaat	(1,739)	(213)	(€1,526)

* Gegevens H1 2021 gepresenteerd volgens de nieuwe IFRS-waarderingsmethode

Aanhoudende organische groei in H1 2022

In de eerste helft van 2022 onderhield Invibes Advertising een strak groeiritme, goed voor een geconsolideerde omzet van € 13,3 miljoen, een stijging met 52%. Dit is vergelijkbaar met een gemiddeld jaarlijks groeipercentage (CAGR) van 54% voor de periode 2016 tot 2021.

De sterke groei gebeurde volledig organisch. De bestaande landen Frankrijk, Spanje, Zwitserland en ML2Grow profiteerden van het huidige sterke momentum en gingen met 45% vooruit. De scale-up landen Duitsland, het Verenigd Koninkrijk, Italië en België bewezen met een groei van +73% hun hoge groeipotentieel.

Deze prestaties zijn het resultaat van de gunstige positionering van Invibes Advertising, ook in de landen waar het bedrijf het langst gevestigd is. Met zijn geïntegreerde technologieplatform biedt Invibes klanten innovatieve oplossingen voor aantoonbaar effectievere digitale reclamecampagnes

Nieuwe strategische investeringen om de toekomstige ontwikkeling van de Groep te stimuleren

In lijn met zijn groeiplan 2024 heeft Invibes Advertising nieuwe investeringen gerealiseerd zodat het zijn groeiambities op middellange termijn vorm kan geven. Die vertaalden zich meer bepaald in een sterke commerciële impuls.

Dankzij een ambitieus rekruteringsprogramma kon het Bedrijf:

- zijn salesteams in alle landen uitbreiden (+79% t.o.v. vorig jaar), in zowel scale-up als start-uplanden;
- zijn operationele team versterken (+76% t.o.v. vorig jaar);

- een sterk team samenstellen met transversale rollen op groepsniveau.

Het personeelsbestand breidde uit tot 198 VTE op 30 juni 2022, tegenover 115 een jaar eerder. Door het aanwervingsprogramma zijn de personeels- en ook de eenmalige aanwervingskosten aanzienlijk gestegen.

Invibes Advertising heeft nu operationele verkoopteams in 15 landen. Na de opening van 6 landen in 2021 (Nederland, de Scandinavische landen, de Verenigde Arabische Emiraten en Zuid-Afrika), zette de groep onlangs zijn internationale expansiestrategie voort in Centraal- en Oost-Europa (CEE) met de opening van twee nieuwe kantoren in Polen (Warschau) en in Tsjechië (Praag) in juni 2022.

Aanzienlijke kostenstijgingen zijn onder controle

De EBITDA in het eerste halfjaar van 2022 bedroeg -€967k vergeleken met €503k in het eerste halfjaar van 2021.

Het verschil tussen de EBITDA in de eerste helft van 2022 en de EBITDA in de eerste helft van 2021 (-€1,5 miljoen) is voor een groot deel toe te schrijven aan de sterke commerciële impuls, waarvan de impact wordt geraamd op ongeveer -€840k.

Ook de structurele algemene kosten zijn gestegen door de oprichting van een transversaal team op Groepsniveau en door de uitbreiding van het operationele team. Invibes verwacht dat deze kosten de volgende jaren grotendeels stabiel zullen blijven.

Zoals in het verleden heeft de onderneming haar uitgaven geconcentreerd op de posten die het meest kunnen bijdragen tot haar toekomstige ontwikkeling.

Hoewel de kostenstijgingen hoofdzakelijk het gevolg zijn van de proactieve groeistrategie, is een deel van deze stijgingen ook te wijten aan de huidige inflatie. De hogere energieprijzen hebben evenwel slechts een marginaal effect hebben op de kostenstructuur van het Bedrijf.

De uitsplitsing van de EBITDA per land is als volgt:

<i>Geconsolideerde, niet-geauditeerde, gegevens, in K€</i>	H1 2022	H1 2021	Δ
Bestaande landen*			
Omzet	10,148	7,014	+45%
EBITDA	3,316	2,078	
EBITDA marge	33%	30%	
Scale-uplanden**			
Omzet	2,918	1,691	+73%
EBITDA	(446)	(283)	
EBITDA marge	-15%	-17%	
Nieuwe landen (start-up) ***			
Omzet	199	10	x 20
EBITDA	(753)	(40)	
EBITDA marge	-	-	
Overheadkosten van de Groep excl. CAPEX	(3,084)	(1,252)	
Geconsolideerde EBITDA	(967)	503	

* Frankrijk, Spanje, Zwitserland en ML2GROW

** Duitsland, VK, Italië en België

*** Zweden, Noorwegen, Denemarken, Zuid-Afrika, Nederland, VAE, Polen en Tsjechië

Na boeking van de afschrijvingen voor 630k€, realiseerde Invibes Advertising een operationeel verlies van -€1.597k voor het eerste halfjaar van 2022. Het nettoverlies voor dezelfde periode bedroeg -€1,739k.

Een gezonde balans

Met € 21,1 miljoen cash en een nettokaspositie van € 15,4 miljoen op 30 juni 2022, heeft de Groep de capaciteit om zijn commerciële ontwikkeling te financieren en zijn investeringen in onderzoek en ontwikkeling op peil te houden. Zo kan het zijn geïntegreerde technologieplatform verder versterken, en nieuwe producten en innovatieve diensten met toegevoegde waarde ontwikkelen.

Technologische innovatie is sterk verankerd in het DNA van Invibes Advertising en blijft essentieel voor zijn duurzame succes.

Vooruitzichten

In de eerste helft van 2022 heeft Invibes Advertising aanzienlijke investeringen gedaan om toekomstige groei te boosten, zoals ook voorzien in het groeiplan dat het eerder presenteerde. Daardoor kan het bedrijf de groeikansen in de digitale advertentiemarkt grijpen. Als de macro-economische situatie echter achteruitgaat, kan het management beslissen om het tempo van de investeringen tijdelijk te vertragen.

Volgende publicatie: Omzetcijfers Q3 2022 op 19 oktober 2022, na beurs.

Over Invibes Advertising

Invibes Advertising is een internationaal technologiebedrijf dat gespecialiseerd is in digitale reclame-innovatie. Invibes Advertising, opgericht in 2011 door co-CEO's Kris Vlaemyck en Nicolas Pollet, heeft een geïntegreerd technologieplatform ontwikkeld dat is ontworpen om de relatie tussen merken en consumenten te versterken door middel van in-feed advertenties.

Bij Invibes Advertising geloven we in de kracht van verbindingen.

- De kracht van het rechtstreeks verbinden van merken met consumenten om zinvollere interacties mogelijk te maken.
- De kracht van het verbinden van big data, innovatieve in-feed formats, een groot bereik en uitgebreide informatiediensten in één holistisch platform om merken en consumenten naadloos en efficiënt samen te brengen.
- De kracht van het verbinden van een unieke groep van gepassioneerde, dynamische en deskundige in-feed specialisten van over de hele wereld om het buitengewone team te vormen dat Invibes Advertising is.

Om samen te werken met enkele van de grootste merken ter wereld, zoals Amazon, Bacardi, Volkswagen, Dell, IKEA en Toyota, vertrouwen we op nog betere mensen om onze innovaties met de wereld te delen. Naast ons onwrikbare geloof in technologisch potentieel, geloven we fundamenteel in het potentieel van onze mensen. Bij Invibes Advertising streven we er actief naar om een energieke, open omgeving te behouden die een cultuur van ideeënvorming, groei en #GoodVibes bevordert, die rechtstreeks doorschijnt naar onze klanten.

Meer weten over Invibes Advertising? Neem dan een kijkje op: www.invibes.com

Invibes Advertising is genoteerd op de Euronext Stock Exchange (Aandelensymbool: PALINV – ISIN: BE0974299316)



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:

Audrey Mela, VP Investor Relations

audry.mela@invibes.com