

Verkoop stijgt met 8% in KW3 2023

Gent, 25 oktober 2023 – Het technologiebedrijf Invibes Advertising (Invibes), dat specialiseert in digitale reclame, publiceert zijn verkoopcijfers voor het derde kwartaal van 2023 en voor de eerste negen maanden van 2023.

<i>Niet-geauditeerde, geconsolideerde cijfers, in €K</i>	2023	2022	Δ
1ste kwartaal	5,419	5,766	-6%
2e kwartaal	7,023	7,501	-6%
3e kwartaal	5,985	5,523	+8%
TOTAAL 9 maanden	18,427	18,790	-2%

In het 3e kwartaal van 2023 boekte Invibes een geconsolideerde omzet van €6,0m, een stijging van 8% ten opzichte van dezelfde periode in 2022. Dankzij deze hernieuwde groei over het kwartaal, kende de cumulatieve omzet over de eerste 9 maanden van 2023 een beperkte daling van -2% tot €18,4m.

Na een algemene vertraging in de Europese digitale reclamesector sinds de tweede helft van 2022, is de markt de afgelopen maanden geleidelijk aan weer sterker geworden. Als gevolg daarvan kan Invibes opnieuw aanknopen met groei.

Die veerkracht bij gunstige marktomstandigheden is te danken aan Invibes' unieke waardepropositie en eigen technologieplatform. Daarmee differentieert Invibes zich in het bredere ecosysteem en het ligt ook aan de basis van een consistente innovatiestrategie die de grootste merken aanspreekt.

In deze periode zag Invibes ook de afname van Services & Solutions toenemen. Die zijn afgestemd op de specifieke behoeften van de sectoren van adverteerders. Het aandeel van deze diensten bedroeg 15% van de omzet in september. Het zorgde voor een stijging van de brutomarge met 5 punten over de eerste 9 maanden van 2023, wat neerkomt op een totale groei van 10,5% over de periode. Deze prestaties tonen dat Invibes er voortdurend in slaagt innovaties rendabel te maken. De trend zou zich de komende maanden moeten voortzetten.

Almaar meer adverteerders gebruiken het Invibes Carbon-Neutral label

Sinds begin 2023 biedt Invibes zijn klanten 100% CO2-neutrale campagnes aan. Het bedrijf wil een meer verantwoorde vorm van reclame ontwikkelen en de gebruiken in de reclamesector radicaal veranderen. Om de CO2-voetafdruk van zijn campagnes te compenseren en een CO2-neutrale balans te bereiken, investeert Invibes in Gold Standard-gecertificeerde installaties van zonnepanelen, zodat klanten werkelijk duurzame en verantwoordelijke actie kunnen ondernemen.

Dit alternatief is uniek op de markt en weerspiegelt het innovatievermogen van Invibes. Het wordt met name door grote retailers goed ontvangen. De adverteerder onderstreept zijn eigen MVO-verplichtingen en voldoet aan de sterke verwachting van consumenten, die zich steeds meer zorgen maken over het milieu.

Banque des Territoires (Caisse des Dépôts Group) lanceerde deze oplossing in het voorjaar met een "Carbon Neutral Advertising"-campagne met zeven in-feed formats, waaronder vijf video formats. Zo kon de bank met een boeiende campagne de aandacht trekken van partners en tegelijk haar rol en actie in de ecologische transformatie onderstrepen.

In het 3e kwartaal van 2023 heeft een reeks nieuwe adverteerders dit label overgenomen voor hun campagnes, waaronder: ENGIE, Neste, National Trust Scotland, Polestar, Cofidis, The Very Group, Zespri, MUSE, enz.

Invibes wijst erop dat de CO₂-uitstoot van zijn campagnes tot de laagste in de reclamebranche behoort, met 26,1 g CO₂-uitstoot per 1.000 impressies. Dat is 96% lager dan het gemiddelde in de branche.

Verdere innovatie en de lancering van unieke slimme targetingoplossingen

In het 3e kwartaal van 2023 bleef Invibes zich onderscheiden van zijn concurrenten door de voortdurende integratie van technologische Services & Solutions op maat van adverteerders en hun sectoren. Het bedrijf biedt almaar meer nieuwe, slimme targetingoplossingen op basis van big data en innovatieve, impactvolle in-feed formats.

Om de betrokkenheid van gebruikers zo hoog mogelijk te houden, innoveert Invibes voortdurend. Het ontwikkelt oplossingen die targeting op basis van context en gedrag combineren, die de effectiviteit van campagnes verhogen en meerwaarde creëren voor klanten. Dankzij deze aanpak bereiken klanten steeds weer de juiste mensen met de juiste reclamecampagnes, in de juiste omgeving en op het juiste moment, op de meest effectieve manier.

Opmerkelijke interactieve targetingoplossingen die het voorbije kwartaal gelanceerd zijn:

- **Drive-to-Dealership:** deze oplossing vergroot de impact van nationale campagnes. We integreren lokaal relevante creatieve elementen en boodschappen, zoals het adres van de dichtstbijzijnde winkel, lokale voorraadbeschikbaarheid en de Invibes Call-functie, waarmee gebruikers hun lokale winkel rechtstreeks vanuit de advertentie kunnen bellen. Volkswagen heeft deze oplossing gebruikt als onderdeel van een online advertentiecampagne om zijn nieuwe reeks VW ID elektrische voertuigen te promoten. Ruim 100 dealers van het bedrijf zijn daarbij aangesproken.
- **Eyewear:** deze oplossing richt zich op gebruikers die waarschijnlijk een bril nodig hebben en connecteert met hen. Dankzij Invibes ID Network kunnen we het gedragspatroon van gebruikers analyseren. Zo detecteren we actieve gebruikers die vaak inzoomen tijdens het lezen van online content. Dat kan duiden op een nood aan producten en diensten die het zicht verbeteren. Specsavers, een Britse keten van opticiens, heeft deze nieuwe oplossing gecombineerd met *Drive-to-Dealership*, en kon zo het aantal bezoekers in zijn winkels verhogen.

Vooruitzicht: bevestiging van de terugkeer naar een positieve EBITDA in 2023

In S1 wist Invibes opnieuw aan te knopen met een positieve EBITDA, dankzij het effect van de kostenbesparingen die de Groep eind 2022 doorvoerde. Met ook de forse groei in het derde kwartaal bevestigt Invibes opnieuw zijn vertrouwen in de doelstelling om een positieve EBITDA te behalen voor het volledige boekjaar 2023.

Volgende publicatie: jaarmozetcijfers 2023 op 1 februari 2024, na het sluiten van de beurs.

Over Invibes Advertising

Invibes Advertising (Invibes) is een internationaal technologiebedrijf gespecialiseerd in digitale reclame-innovatie.

Gebaseerd op de filosofie dat de efficiëntie van advertising voortkomt uit echte innovatie en natuurlijke betrokkenheid van gebruikers, heeft Invibes een geïntegreerd technologieplatform ontwikkeld voor merken om consumenten te bereiken via impactvolle in-feed advertising.

Invibes levert digital advertising die positieve aandacht creëert door gebruik te maken van de kracht van big data, innovatieve in-feed formaten, een groot bereik en uitgebreide intelligence diensten.

Als pionier op het gebied van duurzame reclame biedt Invibes ook een unieke oplossing om de uitstoot van campagnes te compenseren via het Carbon-Neutral label.

Om samen te werken met enkele van de grootste merken ter wereld, zoals Amazon, Bacardi, Dell, IKEA en Toyota, vertrouwen we op nog grotere mensen. Bij Invibes streven we naar een energieke, open omgeving die een cultuur van ideevorming, groei en #GoodVibes bevordert, die rechtstreeks doorstraalt naar onze klanten.

Meer weten over Invibes? Bezoek: www.invibes.com

Invibes Advertising is genoteerd aan de Euronext Stock Exchange (Ticker: ALINV - 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](#) [X @Invibes_adv](#)

Financial & Corporate Contacts:

Kris Vlaemynck, co-CEO

kris.vlaemynck@invibes.com