

## Resultados anuales de 2022

- Un año de adaptación a las condiciones del mercado en rápida evolución
- Una estrategia reorientada para impulsar el crecimiento y lograr un EBITDA positivo en 2023

**Madrid, 28 de marzo de 2023 - Invibes Advertising, una empresa tecnológica avanzada especializada en publicidad digital, publica sus resultados anuales de 2022, un año marcado por una rápida adaptación a las condiciones del mercado que cambiaron radicalmente en tan solo unos meses.**

El informe financiero anual está disponible en el sitio web de la empresa:

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

Datos consolidados auditados, en miles de euros	2022	2021	Δ
<b>Volumen de negocio</b>	<b>27 966</b>	<b>23 201</b>	<b>+20,5 %</b>
Compras y gastos externos	(17 873)	(13 664)	+30,8%
Gastos de personal	(11 227)	(8 159)	+37,6%
<b>REBITDA<sup>1</sup></b>	<b>(1134)</b>	<b>1378</b>	<b>(2512 €)</b>
Gastos no recurrentes	(3374)	(11)	-
<b>EBITDA</b>	<b>(4508)</b>	<b>1367</b>	<b>(5875 €)</b>
Amortizaciones y provisiones	(1419)	(958)	+48,1 %
<b>Ingresos de explotación recurrentes (pérdidas)</b>	<b>(5927)</b>	<b>409</b>	<b>(6336 €)</b>
Depreciación excepcional	(1766)	-	n/a
<b>Ingresos de explotación (pérdidas)</b>	<b>(7693)</b>	<b>409</b>	<b>(8102 €)</b>
Resultado financiero	(469)	(353)	+32,9 %
Impuestos	190	314	-39,5 %
<b>Resultado neto (pérdidas)</b>	<b>(7972)</b>	<b>370</b>	<b>(8342 €)</b>

(1) REBITDA: EBITDA recurrente: Ingresos de explotación antes de la depreciación y provisiones y gastos no recurrentes, según se explica en el apartado «1.3 – Operaciones principales» de las cuentas sociales de 2022.

### La facturación aumentó un 20,5 % en 2022 en un contexto de desaceleración de las condiciones del mercado

Después de duplicar los ingresos en 2021, Invibes Advertising generó un crecimiento global del 20,5 % durante el 2022. En contexto, la empresa lo logró a pesar del rápido deterioro de las condiciones del mercado, causado por una importante desaceleración del mercado de publicidad digital durante el segundo semestre de 2022 vinculada a las incertidumbres y al endurecimiento del entorno económico en Europa.

La actividad se vio afectada en algunos de los mercados más establecidos de Invibes Advertising (Francia, España, Suiza y ML2Grow), donde la facturación creció un 12 %. En concreto, la actividad en Francia resultó decepcionante durante el periodo.

Los países de ampliación (Alemania, Reino Unido, Italia y Bélgica) rindieron mucho mejor con un sólido crecimiento del 40 %, lo que confirma su potencial.

## **Medidas de ajuste de costes sólidas para adaptarse a la evolución de las condiciones del mercado**

Los costes estructurales aumentaron en el primer semestre de 2022 para respaldar una ambiciosa aceleración comercial en consonancia con las perspectivas de la empresa de un fuerte crecimiento. La plantilla creció rápidamente y alcanzó los 230 ETC en junio de 2022, una subida con respecto a los 124 en diciembre de 2021.

Una gran desaceleración del mercado publicitario durante el verano llevó a Invibes Advertising a tomar medidas para adaptar rápidamente su estructura de costes al contexto económico degradado, reduciendo significativamente su personal de ventas y asistencia en el cuarto trimestre de 2022. En diciembre de 2022, el número de ETC de la empresa cayó a 195, una reducción del 15 % desde su máximo de seis meses antes. La flexibilidad de la empresa le permitió adaptarse a la situación cambiante, manteniendo al mismo tiempo las fuerzas comerciales necesarias para seguir creciendo en todos los países estratégicos.

Además, Invibes Advertising ha suspendido temporalmente el lanzamiento de Adspark, su plataforma de autoservicio dedicada a las pymes, ya que su despliegue habría generado demasiados gastos a corto plazo sin un retorno inmediato de la inversión.

Estas medidas generaron importantes gastos adicionales pero no recurrentes en 2022. A partir de 2023, la empresa se beneficiará del efecto de esta adaptación en su estructura de costes, ya que el crecimiento rentable sigue siendo el objetivo de la dirección.

Los cambios implementados han sido cuidadosamente elegidos para permitir a Invibes Advertising conservar su fuerte capacidad de innovación, lo que es esencial para su habilidad para diferenciarse en el ecosistema de la publicidad digital y ganar cuota de mercado. De hecho, la plataforma tecnológica propia totalmente integrada de la empresa es la piedra angular de su futuro desarrollo y crecimiento, así como un importante punto de diferenciación, ya que permite a Invibes Advertising controlar toda la cadena de valor, desde el anunciante hasta el editor.

## **El EBITDA de 2022 se vio afectado por las sucesivas fases de aceleración y desaceleración**

El EBITDA de la empresa en 2022 fue de -4,5 millones de euros, frente a 1,4 millones de euros en 2021.

El EBITDA de 2022 incluye 762 000 € de costes de reestructuración, 278 000 € de comisiones de contratación y 498 000 € en departamentos de negocios que se terminaron en 2022. Estos costes no volverán a producirse en 2023. El correspondiente REBITDA (ingresos de explotación antes de la depreciación y provisiones y gastos no recurrentes) asciende a (1 134 000) € en comparación con 1 378 000 € en 2021.

El EBITDA de 2022 también incluye un coste no recurrente de una retribución no monetaria basada en acciones mediante la emisión de planes de opciones sobre acciones fundamentalmente para el personal sénior de 1 837 000 € según un informe de valoración de 8Advisory con fecha de 27 de marzo de 2023.

En el marco de las compras y los gastos externos, en un entorno inflacionista general, ciertos costes operativos, como los gastos de oficina, han aumentado más rápido que los ingresos. Sin embargo, el principal impacto en el EBITDA de 2022 está relacionado con la evolución de los gastos de personal de la empresa durante todo el año en un contexto de endurecimiento de las condiciones del mercado.

Las medidas de ajuste de costes afectaron a los márgenes de EBITDA tanto a nivel del Grupo como a nivel de país. Dicho esto, el EBITDA se mantuvo fuerte en los países existentes (Francia, España, Suiza y ML2GROW) con una contribución del 25,8 %. Esto demuestra la resiliencia del modelo cuando un mercado está desarrollado y establecido y donde se activan todos los fundamentales clave, a pesar de las condiciones más difíciles.

El desglose del EBITDA por madurez del país es como sigue:

<i>Datos consolidados auditados, en miles de euros</i>	<b>2022</b>	<b>2021</b>	<b>Δ</b>
<b>Países existentes *</b>			
Volumen de negocio	19 892	17 802	+12 %
Contribución EBITDA	5131	5080	
EBITDA	25,8 %	28,5 %	
<b>Países de ampliación **</b>			
Volumen de negocio	7538	5379	+40 %
Contribución EBITDA	(640)	579	
EBITDA	n/a	10,8 %	
<b>Nuevos países (lanzamiento) ***</b>			
Volumen de negocio	536	19	x 28
Contribución EBITDA	(1529)	(479)	
EBITDA	n/a	n/a	
<b>Gastos generales del grupo, excl. inversiones</b>	<b>(7470)</b>	<b>(3813)</b>	
<b>EBITDA consolidado</b>	<b>(4508)</b>	<b>1367</b>	

\* Francia, España, Suiza y ML2GROW

\*\* Alemania, Reino Unido, Italia y Bélgica

\*\*\* Suecia, Noruega, Dinamarca, Sudáfrica, Países Bajos, EAU, Polonia y República Checa

Los ingresos de explotación incluyen una depreciación excepcional de 1,8 millones de euros en relación con las amortizaciones puntuales de parte de la plataforma tecnológica. Parte de los desarrollos pasados se depreciaron debido a la falta de valor económico futuro.

## Una estructura de balance sólida

Con 20,4 millones de euros en efectivo (que incluye 6,2 millones de euros de financiación por factores desconsolidada) y una posición de tesorería neta de 13,6 millones de euros a 31 de diciembre de 2022, el Grupo tiene la capacidad de financiar su desarrollo futuro y mantener un alto nivel de inversiones en I+D, ya que la innovación sigue siendo esencial para el enfoque de Invibes Advertising.

La dirección gestiona cuidadosamente el flujo de caja. Las medidas adoptadas durante el segundo semestre de 2022 con el fin de reducir la base de costes de la empresa sustancialmente y su consumo de efectivo a partir de 2023.

## Perspectivas para 2023: impulsar el crecimiento y lograr un EBITDA positivo

En 2022, Invibes Advertising experimentó un fuerte aumento de las campañas de múltiples mercados para marcas de fama mundial, entre ellas: Club Med, Michael Kors, UGG, Max Mara,

Saudi Aramco, Fender, Wimbledon, Bacardi, Facebook Gaming, Energizer, Benetton, Dell, Slack, Nestle, Lenovo, LEGO, Versace, Workplace, Siemens, Audi, LiuJo.

El aumento se ha debido sobre todo a la presencia geográfica de Invibes en Europa, pero también está relacionado con su capacidad y estrategia incesante para innovar. Invibes Advertising ha seguido desplegando su Invibes ID Network para ofrecer una alternativa a las cookies de terceros (que se interrumpirán progresivamente), a través de correos electrónicos con codificación *hash*, lo que proporciona el mismo beneficio y ventajas objetivo de los entornos registrados de las grandes plataformas.

Aprovechar los correos electrónicos con codificación *hash* con Invibes ID Network permite una orientación más precisa y, lo que es más importante, permite a Invibes generar las perspectivas necesarias que prueban la estrategia empresarial y el impacto de sus campañas.

Invibes Advertising anunció los detalles de su nueva hoja de ruta diseñada en torno a tres catalizadores clave, lo que mejorará el producto y le permitirá destacar entre las demás ofertas del mercado, proporcionando a sus clientes una propuesta de valor única, de alto rendimiento y a medida:

- **Sacar el máximo rendimiento de los fundamentales** que han construido el éxito de Invibes Advertising desde su creación:
  - o La innovación como fuente de rendimiento y eficiencia en las campañas publicitarias y el compromiso de los usuarios.
  - o Una red internacional presente en 15 países que permite un enfoque cruzado y la implantación de sistemas paneuropeos que buscan las principales marcas internacionales.
  - o Una red de editores que ofrecen un alcance inigualable para las campañas.
  - o Equipos experimentados y orientados al cliente.
- **Continuar desarrollando nuestras *soluciones industriales***, adaptadas a las necesidades específicas de determinados sectores. Hoy en día existen soluciones industriales para el sector del automóvil, aviación y el turismo, así como sostenibilidad.
- **Ofrecer servicios tecnológicos de valor añadido** para clientes estratégicos con el objetivo clave de firmar contratos a largo plazo e incrementar los servicios que la empresa presta a dichos clientes.

En un contexto económico que sigue siendo difícil, el Grupo no podrá alcanzar su objetivo de facturación de 2024 previamente anunciado. Sin embargo, una estrategia reorientada, combinada con los ajustes de costes aplicados en los últimos meses, ha sentado las bases adecuadas y situado a Invibes Advertising en una posición privilegiada para lograr un crecimiento y un EBITDA positivo en 2023.

### **Acerca de Invibes Advertising**

Invibes Advertising (Invibes) es una empresa tecnológica internacional especializada en la innovación de la publicidad digital. Fundada por los directores ejecutivos Kris Vlaemyck y Nicolas Pollet sobre la filosofía de que la eficiencia en la publicidad digital proviene de ser verdaderamente innovadora y naturalmente atractiva para los usuarios, Invibes ha desarrollado una plataforma tecnológica integrada para que las marcas lleguen a los consumidores a través de experiencias publicitarias *in-feed* de alta calidad.



Invibes ofrece un elevado compromiso y atención de los usuarios para las marcas valiéndose del poder de los macrodatos, los innovadores formatos *in-feed*, un gran alcance y amplios servicios de inteligencia.

Con el fin de asociarnos con algunas de las marcas más importantes del mundo, como Amazon, Bacardí, Dell, IKEA y Toyota, confiamos en personas todavía más importantes. En Invibes nos esforzamos por mantener un entorno enérgico y abierto que fomente una cultura de ideas, crecimiento y #BuenRollo que llegue directamente a nuestros clientes.

¿Desea más información sobre Invibes? Visite: [www.invibes.com](http://www.invibes.com)

Invibes Advertising cotiza en la bolsa de valores Euronext (en el teletipo: ALINV - ISIN: BE0974299316)

**Lea nuestras últimas notas de prensa en:**

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

**Manténgase al tanto de las últimas noticias sobre Invibes Advertising en:**

**LinkedIn** [@Invibes Advertising](#) **Twitter** [@Invibes\\_adv](#)

**Contactos financieros y corporativos:**

**Kris Vlaemynck, codirector ejecutivo**

[kris.vlaemynck@invibes.com](mailto:kris.vlaemynck@invibes.com)