

RESULTATS DU 1^{ER} SEMESTRE 2019

Très forte croissance, rentabilité
et investissements R&D pour le futur

- **Accélération de la croissance : doublement du chiffre d'affaires à 3,9 M€ (+84% à périmètre constant)**
- **Amélioration de l'EBITDA dans un contexte de structuration des équipes**
- **Poursuite des investissements R&D pour accompagner le développement**
- **Anticipation d'une croissance soutenue en 2019**

Paris, 26 septembre 2019, - **INVIBES ADVERTISING, société technologique du secteur de la publicité digitale, annonce ce jour la publication de ses comptes pour le premier semestre 2019.**

Le Conseil d'administration qui s'est réuni le 19 septembre 2019 a arrêté les comptes semestriels 2019. Le rapport financier semestriel est à disposition sur le site internet de la Société (<https://www.invibes.com/fr/fr/investors.html>).

<i>Données consolidées, non audité, en K€ Normes IFRS</i>	S1 2019	S1 2018	Δ
Chiffre d'affaires	3 863	1 813	+113%
Achats et charges externes	(2 030)	(1 077)	+88%
Charges de personnel	(1 715)	(694)	+147%
EBITDA ¹	119	42	+183%
Dotations aux amortissements et provisions	(264)	(171)	+54%
Résultat opérationnel	(145)	(129)	-12%
Résultat net (part du groupe)	(162)	(157)	-3%

• **Accélération de la croissance**

Au premier semestre 2019, INVIBES ADVERTISING accélère sa croissance et affiche un doublement de son chiffre d'affaires à 3,9 M€. A périmètre constant, la croissance organique ressort à +84%.

Cette excellente performance s'explique par la haute qualité des solutions proposées par INVIBES ADVERTISING aux annonceurs qui se distingue des autres acteurs du marché en plusieurs points :

- un catalogue de solutions intégrant des formats publicitaires innovants sans cesse renouvelés ;
- Des formats non intrusifs générant une efficacité bien supérieure aux autres offres disponibles sur le marché et un engagement fort des utilisateurs ;
- Un inventaire sélectionné auprès d'un réseau d'éditeurs intégrant la plupart des grands groupes média ;
- L'utilisation d'algorithmes propriétaires pour déterminer le meilleur ciblage à chaque campagne.

INVIBES ADVERTISING a bénéficié sur la période de l'effet conjugué de plusieurs moteurs qui ont porté la croissance du semestre :

- **Le renouvellement de la confiance des clients existants** qui reconduisent leurs campagnes publicitaires, satisfaits des résultats générés, au-dessus des standards du marché. Ainsi, le Groupe compte parmi ses

¹ EBITDA = Résultat opérationnel courant avant dotations aux amortissements et provisions.

clients réguliers de grandes marques telles que Air France, Dyson, Jacob Douwe Egberts, Leclerc, Mc Donald's, Mercedes, Nespresso, Nissan, Seat, Toyota, Volkswagen ;

- **La conquête de nouvelles grandes marques** qui sont convaincues par la puissance de l'offre d'INVIBES ADVERTISING. Ainsi, au 1^{er} semestre 2019, de nouveaux grands annonceurs ont été séduits, dont notamment : Accenture, AXA, BNP Paribas, Beiersdorf, Chanel, Fuji, Honda, Lufthansa, Mastercard, Puma, Yoplait ;
- **L'enrichissement de l'offre** avec la création de nouveaux formats offrant toujours plus de visibilité et d'engagement de l'utilisateur ;
- **La croissance du réseau d'éditeurs** se traduisant par une audience record (Reach) en France avec 43 millions de visiteurs uniques², en constante progression ;
- **L'expansion internationale** avec l'accroissement de l'empreinte géographique sur les marchés allemand, suisse et espagnol permettant de proposer un dispositif d'accompagnement paneuropéen ;
- **La croissance externe** avec l'acquisition de Dreicom, qui renforce sa présence sur le marché suisse, et de ML2Grow spécialisé dans l'analyse de données via l'intelligence artificielle.

- **Amélioration de l'EBITDA dans un contexte de structuration des équipes**

Au 1^{er} semestre, INVIBES ADVERTISING affiche un EBITDA en forte hausse à 119 K€ (contre 42 K€ au S1 2018), avec une marge EBITDA qui progresse de près d'un point à 3,1%.

Cette évolution est d'autant plus notable qu'elle s'inscrit dans un contexte de structuration des équipes pour accompagner son fort développement à l'international et la croissance de ses marchés.

Le Groupe a ainsi réalisé au 1^{er} semestre le recrutement de 11 nouveaux collaborateurs, portant l'effectif total à fin juin à 81 personnes, ce qui s'est traduit par une hausse de 147% des charges de personnel à 1,7 M€ sur la période.

Les achats et autres charges externes, intégrant principalement des dépenses de communication et de marketing, ont progressé de 88% à 2 M€, en ligne avec la croissance de l'activité.

L'ensemble de ces charges opérationnelles pèsent temporairement sur la rentabilité de la société mais devraient, à compter des prochains mois, produire leur plein effet et contribuer à la croissance et à la rentabilité future de l'entreprise.

Le résultat opérationnel, quasiment stable à (145) K€ contre (129) K€ au S1 2018, est pénalisé par des dotations aux amortissements qui progressent du fait d'investissements élevés en R&D afin de poursuivre l'amélioration du produit pour préparer le futur.

Après comptabilisation du résultat financier et de la charge d'impôt, le résultat net part du groupe s'établit à (162) K€ également quasiment stable par rapport au S1 2018.

- **Structure financière solide au 30 juin 2019**

Malgré les importants investissements en R&D pour accompagner son fort développement, le Groupe s'appuie toujours sur une structure financière solide caractérisé par des capitaux propres de 4,3 M€ et une trésorerie nette de 1,2 M€ à fin juin 2019.

- **Perspectives : Anticipation d'une croissance soutenue en 2019**

Les perspectives de croissance des prochains mois s'annoncent favorables pour le Groupe, portées par une stratégie commerciale offensive qui s'appuie sur 3 leviers stratégiques majeurs :

- **La poursuite de l'expansion européenne** avec le déploiement de l'offre dans 3 nouveaux pays à fort potentiel d'ici la fin d'année : Royaume-Uni, Italie et Autriche en vue de proposer à ses clients de dimension internationale des dispositifs de campagnes pan-européennes ;

² Données Médiamétrie//Netratings, juillet 2019

- **L'accélération du développement commercial sur ses marchés existants.** Avec des équipes aujourd'hui étoffées et des moyens renforcés, INVIBES ADVERTISING est en ordre de marche pour y renforcer sa pénétration ;
- **L'investissement continu en R&D** afin de proposer à ses clients annonceurs des solutions toujours plus innovantes, au plus près de leurs besoins et générant des résultats supérieurs à ceux du marché.

Au total, INVIBES ADVERTISING est confiant dans la poursuite au deuxième semestre d'une croissance qui reste soutenue, portée par la conquête de nouvelles parts de marché en Europe, fort de solutions en parfaite adéquation avec les besoins actuels du marché.

Prochaine publication :

chiffre d'affaires du 3^{ème} trimestre 2019, le 14 novembre 2019

A propos d'INVIBES ADVERTISING

Créée en 2011, INVIBES ADVERTISING est une société technologique du secteur de la publicité digitale. Elle a développé une solution publicitaire non intrusive et efficace, qui s'appuie sur un format in-feed, intégré dans les contenus média, inspiré des réseaux sociaux et optimisé pour une diffusion sur un réseau fermé de sites média : Bertelsmann, Hearst, Lagardère et beaucoup d'autres. Ses clients sont par ailleurs de grandes marques telles que Mercedes, Samsung, Air France et IBM. INVIBES ADVERTISING est cotée sur Euronext Growth à Paris (Mnémorique : ALINV – ISIN : BE0974299316).

Retrouvez nos derniers communiqués de presse sur :

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

Suivez en direct les dernières actualités d'INVIBES ADVERTISING:

Linkedin: [@Invibes advertising](#) Twitter: [@Invibes_adv](#) Facebook: [@Invibes advertising](#)

Financial & Corporate Contacts

INVIBES ADVERTISING

Kris VLAEMYNCK, CFO
kris.vlaemynck@invibes.com

ACTIFIN, Investor Relations

Alexandre COMMEROT
acommerot@actifin.fr
+33 (0)1 56 88 11 11

ATOUT CAPITAL, Listing Sponsor

Rodolphe OSSOLA
rodolphe.ossola@atoutcapital.com
+33 (0)1 56 69 61 80

INVIBES ADVERTISING, Group PR

Alexandra GEORGESCU
alexandra.georgescu@invibes.com

ACTIFIN, Financial Media Relations

Jennifer Jullia
jjullia@actifin.fr
+33 (0)1 56 88 11 19