

Resultados semestrales 2020

- Crecimiento superior al mercado
- Innovación continua para dinamizar las ventas
- Mejora del EBITDA pese a la situación sanitaria
- Estructura financiera sólida para apoyar el desarrollo
- Nuevas contrataciones estratégicas para densificar la oferta paneuropea

Madrid, 29 de septiembre de 2020 – Invibes Advertising, empresa especializada en publicidad integrada en contenidos editoriales en los sitios de medios de comunicación (in-feed), anunció hoy la publicación de sus cuentas del primer semestre de 2020.

El informe financiero semestral está disponible en el sitio web de la Empresa

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

<i>Datos consolidados, no auditados, en miles de € Normas NIIF</i>	S1 2020	S1 2019	Δ
Cifra de negocios	3.663	3.610	+ 1 %
Compras y gastos externos	(1.942)	(2.038)	- 5 %
Gastos de personal	(1.672)	(1.715)	- 3 %
EBITDA ¹	(58)	(135)	na
Resultado operativo	(427)	(398)	na
Resultado neto atribuible al Grupo	(515)	(415)	na

Crecimiento superior al mercado

En el 1^{er} semestre de 2020, Invibes Advertising registró una cifra de negocios consolidada de 3,7 M€, lo que representa un crecimiento orgánico del 1,6 %, un resultado muy notable teniendo en cuenta que el mercado francés del display y el vídeo se contrajo un 17 % durante el mismo período², al igual que los otros mercados europeos en los que el Grupo está presente.

Este resultado es el fruto de una dinámica comercial activa que se apoya en dos palancas estratégicas: la continuación de la conquista comercial gracias a la obtención de numerosas marcas internacionales importantes y la renovación de la confianza de los clientes actuales.

Innovación continua para dinamizar las ventas

Con el fin de mantener el fuerte dinamismo de sus ventas, Invibes Advertising siguió innovando durante el 1^{er} semestre mediante la creación de numerosos formatos publicitarios no intrusivos innovadores que permiten generar un mayor compromiso por parte del usuario y aumentar la eficacia de las campañas publicitarias realizadas por cuenta de sus clientes.

¹ EBITDA = resultado operativo corriente antes de dotaciones para amortizaciones y provisiones.

² SRI – 24^a edición del observatorio de la publicidad electrónica

En particular, Invibes Advertising creó Invibes Chatbot, un nuevo formato que permite a los usuarios comunicarse a través de mensajes predeterminados, lo que ofrece experiencias únicas e interactivas.

Mejora del EBITDA pese a la situación sanitaria

En el 1^{er} semestre, el EBITDA de Invibes Advertising aumentó 77.000 € elevándose a -58.000 € frente a -135.000 € en el 1^{er} semestre de 2019, gracias al control de sus gastos de explotación durante este periodo, una notable evolución ya que se inscribe en un contexto de continuación de la estructuración de los equipos para acompañar su expansión en Europa. Cabe recordar que la empresa está presente actualmente en ocho países (Francia, España, Alemania, Suiza, Reino Unido, Italia, Bélgica y Luxemburgo).

En el 1^{er} semestre, la empresa contrató 11 nuevos colaboradores, con lo que la plantilla total a finales de junio aumentó a 84 empleados.

Tras contabilizar las dotaciones para amortizaciones por un valor de 349.000 €, Invibes Advertising registró una pérdida operativa de -427.000 €, un resultado prácticamente estable respecto al 1^{er} semestre de 2019.

La pérdida neta se elevó a -515.000 €.

Estructura financiera sólida para apoyar el desarrollo

Aunque sigue invirtiendo para acelerar su desarrollo, el Grupo sigue estando respaldado por una sólida estructura financiera, caracterizada por fondos propios de 6,8 M€ y una caja neta de deudas de 2,4 M€ a finales de junio de 2020.

Nueva contratación estratégica para lanzar la oferta paneuropea

Para responder a las expectativas de las marcas internacionales que buscan dispositivos de campaña a escala paneuropea, Invibes Advertising nombró a Yuri Loburets al cargo de Director de Ventas del Grupo. Su misión consistirá en desplegar rápidamente un equipo comercial y estructurar un dispositivo paneuropeo, respaldado por las implantaciones del Grupo en ocho países europeos. Este enfoque transversal pone de relieve la oferta verticalizada por sector destinada a las grandes empresas internacionales, ya sean o no clientes del Grupo. El próximo lanzamiento de estos dispositivos paneuropeos deberá favorecer el aumento natural de los presupuestos medios de las campañas.



Yuri Loburets cuenta con 15 años de experiencia en publicidad, medios de comunicación y tecnologías de mercado publicitario con especialización en ventas estratégicas y desarrollo de acuerdos de cooperación internacionales. Antes de incorporarse a Invibes Advertising, trabajó en EGTA, una organización profesional con sede en Bruselas que representa a más de 150 grandes empresas de publicidad en televisión, vídeo, radio y audio en todo el mundo. Anteriormente, Yuri ocupó cargos de dirección comercial en grandes empresas de televisión, radio y medios de comunicación en línea, como el grupo Communicorp e International Commercial Television (ICTV).

Nombramiento de un director comercial en Hamburgo para apoyar el desarrollo en Alemania

Presente desde 2018 en Alemania, Invibes Advertising está implantado actualmente en 4 ciudades (Múnich, Düsseldorf, Frankfurt y Hamburgo) para cubrir este mercado tan estratégico para el Grupo, ya que el país ocupa uno de los primeros puestos en Europa en inversión publicitaria.

Con el fin de reforzar su fuerza de ataque comercial, Invibes Advertising nombró a Ravi Ahluwalia al cargo de Director Comercial de la Oficina de Hamburgo.



Ravi Ahluwalia cuenta con más de 20 años de experiencia en desarrollo comercial, en particular en los campos publicidad, marketing y redes sociales. Antes de incorporarse a Invibes Advertising, Ravi ocupó el cargo de Director Comercial de Emetriq, filial del grupo Deutsche Telekom especializada en reorientación publicitaria (retargeting) y monetización de datos. Anteriormente fue Director y miembro del comité de dirección de Facelift, uno de los líderes mundiales en gestión de medios sociales. Ravi también dirigió Rosenweig & Schwarz, un especialista en gestión de marcas, antes de cofundar y dirigir CleverFox, una empresa de servicios de marketing a la carta.

Perspectivas para 2020

Aunque todavía es difícil evaluar con precisión el impacto de la epidemia en su actividad, Invibes Advertising sigue desarrollándose activamente, con el fin de beneficiarse plenamente del repunte del mercado publicitario, dado que la situación parece normalizarse progresivamente. Siempre y cuando se establezca la situación sanitaria, la empresa dispone de todas las palancas y medios necesarios para seguir obteniendo buenos resultados en el futuro e inscribir su trayectoria en un crecimiento a largo plazo.

Acerca de Invibes Advertising

Fundada en 2011, Invibes Advertising es una empresa de tecnología especializada en publicidad digital. Ha desarrollado una solución publicitaria no intrusiva y eficaz, utilizando un formato in-feed, integrado en el contenido de los medios, inspirado en las redes sociales y optimizado para su difusión en una red cerrada de sitios de medios: Bertelsmann, Hearst, Unify, Groupe Marie Claire, Axel Springer y muchos más. Entre su clientela figuran grandes marcas como Mercedes, Samsung, Levis e IBM. Invibes Advertising cotiza en la bolsa de valores Euronext Growth de París (Ticker: ALINV – ISIN: BE0974299316).

Para ver nuestros últimos comunicados de prensa, visite:

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

Siga en directo las últimas novedades de Invibes Advertising:

LinkedIn @Invibes Advertising **Twitter** @Invibes_adv **Facebook** @Invibes Advertising

Contactos financieros y corporativos:

Invibes Advertising

Kris Vlaemynck, CFO

kris.vlaemynck@invibes.com

Listing Sponsor

Atout Capital

Rodolphe Ossola

rodolphe.ossola@atoutcapital.com

+33 (0)1 56 69 61 80



Relaciones con Inversores

Actifin

Alexandre Commerot

acommerot@actifin.fr

+33 (0)1 56 88 11 11

Relaciones con Medios

OD Comunico

Beatriz Chapaprieta

bchapaprieta@odcomunico.com

+34 667 30 66 24