

Risultati semestrali 2020

- Crescita superiore al mercato
- Proseguo dell'innovazione per dinamizzare le vendite
- Miglioramento dell'EBITDA, nonostante un contesto sanitario difficile
- Struttura finanziaria solida, per sostenere lo sviluppo
- Nuove assunzioni strategiche per una più densa offerta pan-europea

Milano, 29 settembre 2020 - Invibes Advertising, società specializzata nella pubblicità integrata nei digital media content (in-feed), annuncia oggi la pubblicazione dei conti relativi al primo semestre 2020.

La relazione finanziaria semestrale è disponibile presso il sito Web della Società <https://www.invibes.com/it/it/investors.html>

<i>Dati consolidati, non sottoposti a revisione, in K€ Norme IFRS</i>	S1 2020	S1 2019	Δ
Fatturato	3.663	3.610	+1%
Acquisti e oneri esterni	(1.942)	(2.038)	-5%
Oneri per il personale	(1.672)	(1.715)	-3%
EBITDA¹	(58)	(135)	na
Risultato operativo	(427)	(398)	na
Risultato netto (di pertinenza del gruppo)	(515)	(415)	na

Crescita superiore al mercato

Nel primo semestre 2020, Invibes Advertising registra un fatturato consolidato di EUR 3,7 M€, in crescita organica di +1,6%. Una performance rilevante soprattutto alla luce del calo di -17% registrato dal mercato francese del display e del video nel periodo², così come dagli altri mercati europei in cui il Gruppo è attualmente presente.

Questa performance è il risultato di un'attiva dinamica commerciale che fa leva su due fattori strategici: il prosieguo dell'espansione commerciale, con l'acquisizione di molti grandi marchi internazionali, e la rinnovata fiducia della clientela esistente.

Proseguo dell'innovazione per dinamizzare le vendite

Per mantenere un forte dinamismo delle vendite, Invibes Advertising ha continuato ad innovare nel 1° semestre con la creazione di diversi nuovi formati pubblicitari non intrusivi, che consentono di

¹ EBITDA = Risultato operativo corrente prima degli accantonamenti per ammortamenti, rischi ed oneri.

² SRI – 24ª edizione dell'osservatorio dell'e-pubblicità

generare un maggiore *engagement* degli utilizzatori e di accrescere l'efficacia delle campagne pubblicitarie condotte per conto dei clienti.

In particolare, Invibes Advertising ha creato Invibes Chatbot, un nuovo format che consente agli utilizzatori di comunicare tramite messaggi predefiniti, offrendo loro esperienze uniche ed interattive.

Miglioramento dell'EBITDA, nonostante un contesto sanitario difficile

Nel 1° semestre, Invibes Advertising evidenzia un'EBITDA in aumento di 77 K€ a -58 K€, contro -135 K€ nel S1 2019, grazie al controllo degli oneri operativi esercitato nel periodo. Tale evoluzione è particolarmente degna di nota, in quanto ottenuta in un contesto di ulteriore strutturazione dello staff, a sostegno dell'espansione dell'azienda in Europa. Ricordiamo che la Società è ormai presente in otto paesi (Francia, Spagna, Germania, Svizzera, Regno Unito, Italia, Belgio e Lussemburgo).

L'azienda ha assunto nel 1° semestre 11 vari nuovi collaboratori, portando l'organico totale a fine giugno a 84 persone.

Dopo aver contabilizzato ammortamenti per 349 K€, Invibes Advertising ha registrato un risultato operativo di -427 K€, pressoché stabile rispetto al primo semestre 2019.

Il risultato netto è quindi pari a -515 K€.

Struttura finanziaria solida, per sostenere lo sviluppo

Nonostante il protrarsi degli investimenti volti ad accelerare il suo sviluppo, il Gruppo può sempre contare su una solida struttura finanziaria, caratterizzata da mezzi propri per 6,8 M€ e da una tesoreria al netto di debiti di 2,4 M€ a fine giugno 2020.

Nuove assunzioni strategiche per una più densa offerta pan-europea

Al fine di soddisfare le forti attese dei brand internazionali in cerca di formule per campagne condotte su scala pan-europea, Invibes Advertising ha affidato a Yuri Loburets l'incarico di nuova creazione di Group Sales Director. Yuri avrà il compito di dispiegare rapidamente un team commerciale e di costituire una struttura pan-europea, forte della presenza del Gruppo in otto paesi europei. Questo approccio trasversale valorizza l'offerta verticalizzata per settore, rivolta ai grandi brand internazionali, clienti o potenziali clienti del Gruppo. L'imminente implementazione di queste strutture pan-europee dovrebbe favorire un incremento naturale dei budget medi delle campagne.



Yuri Loburets ha maturato 15 anni di esperienza nel settore della pubblicità, dei media e delle tecnologie di stampa pubblicitaria, con una specializzazione nelle vendite strategiche e nello sviluppo di partnership internazionali. Prima di entrare in Invibes Advertising, ha lavorato per Egta, organizzazione professionale con sede a Bruxelles che rappresenta più di 150 grandi società pubblicitarie TV/video e radio/audio nel mondo. In precedenza, Yuri aveva occupato incarichi di direzione commerciale in grandi società operanti nei settori della TV, della radio e dei media online, come il gruppo Communicorp e International Commercial Television (ICTV).

Nomina di un direttore commerciale ad Amburgo, a sostegno dello sviluppo in Germania

Presente dal 2018 in Germania, Invibes Advertising ha oggi sedi in 4 città (Monaco, Düsseldorf, Francoforte e Amburgo) per garantire una totale copertura di questo mercato altamente strategico

per il Gruppo, in un paese che occupa uno dei primi posti in Europa in termini di investimenti pubblicitari.

Al fine di rafforzare il suo impatto commerciale in Germania, Invibes Advertising ha affidato a Ravi Ahluwalia l'incarico di Direttore Commerciale dell'ufficio di Amburgo.



Ravi Ahluwalia vanta oltre 20 di esperienza nello sviluppo commerciale, in particolare nei settori della pubblicità, del marketing e dei social network. Prima di entrare in Invibes Advertising, Ravi era Direttore Commerciale di Emetriq, una filiale del gruppo Deutsche Telekom specializzata nel retargeting pubblicitario e nella monetizzazione dei dati. In precedenza, era stato Direttore e membro del comitato di direzione di Facelift, uno dei leader mondiali del social media management. Ravi ha anche diretto Rosenweig & Schwarz, specialista del brand management, prima di diventare cofondatore e manager di CleverFox, società di servizi di marketing on demand.

Prospettive per il 2020

Sebbene sia ancora difficile misurare con precisione l'impatto dell'epidemia sulla sua attività, Invibes Advertising prosegue attivamente il proprio sviluppo, per poter beneficiare pienamente della ripresa dei mercati pubblicitari, mentre la situazione sembra normalizzarsi progressivamente. La società dispone di tutte le risorse, in un contesto sanitario stabilizzato, per continuare ad ottenere in futuro performance elevate e per seguire una traiettoria di crescita a lungo termine.

Profilo di Invibes Advertising

Fondata nel 2011, Invibes Advertising è una società tecnologica operante nel settore del digital advertising. L'azienda ha sviluppato una soluzione pubblicitaria efficace e non intrusiva, basata su un formato in-feed, integrato nei contenuti media, ispirato ai social network e ottimizzato per una diffusione su un network chiuso di siti media: Bertelsmann, Hearst, Unify, Groupe Marie Claire, Axel Springer e molti altri. L'azienda annovera fra i suoi clienti grandi brand, quali Mercedes, Samsung, Levis e IBM. Invibes Advertising è quotata su Euronext Growth a Parigi (Mnemonic code: ALINV – ISIN: BE0974299316).

I nostri ultimi comunicati stampa sono disponibili su:

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

Per tutte le news in tempo reale su INVIBES ADVERTISING segui gli account:

[LinkedIn @Invibes Advertising](#) [Twitter @Invibes_adv](#) [Facebook @Invibes Advertising](#)

Financial & Corporate Contacts:

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



Group Investor Relations

Actifin

Alexandre Commerot

acommerot@actifin.fr

+33 (0)1 56 88 11 11

Financial Media Relations

Actifin

Jennifer Jullia

jjullia@actifin.fr

+33 (0)1 56 88 11 19