

Halfjaarresultaten 2020

- Superieure groei in vergelijking met de markt
- Innovatie om verkoop te stimuleren
- Hogere EBITDA ondanks gezondheids crisis
- Solide financiële structuur maakt verdere ontwikkeling mogelijk
- Nieuwe strategische aanwervingen om pan-Europees aanbod vorm te geven

Gent, 29 september 2020 – Invibes Advertising, gespecialiseerd in *in-feed* reclame op mediawebsites, heeft zijn halfjaarrekening 2020 gepubliceerd.

Het financiële halfjaarrapport kunt u downloaden via de website van het bedrijf <https://www.invibes.com/nl/nl/investors.html>

<i>Niet-geauditeerde, geconsolideerde gegevens, in K€ IFRS-normen</i>	H1 2020	H1 2019	Δ
Omzet	3 663	3 610	+1%
Externe aankopen en kosten	(1 942)	(2 038)	-5%
Personeelskost	(1 672)	(1 715)	-3%
EBITDA¹	(58)	(135)	na
Operationeel resultaat	(427)	(398)	na
Nettoresultaat (deel van de groep)	(515)	(415)	na

Superieure groei in vergelijking met de markt

In het eerste semester van 2020 heeft Invibes Advertising een geconsolideerde omzet van 3,7 miljoen euro gerealiseerd, met een organische omzetgroei van +1,6%. De prestatie is opmerkelijk aangezien de Franse markt van *display advertising* en videoreclame in dezelfde periode met 17% daalde². Ook de andere Europese markten waar de groep actief is, gingen achteruit.

Deze prestatie is het resultaat van een actieve commerciële dynamiek. Die is gebaseerd op twee strategische pijlers: enerzijds de commerciële uitbreiding met heel wat grote internationale merken en anderzijds de bevestiging van het vertrouwen van de bestaande klanten.

Innovatie om verkoop te stimuleren

Om de sterke verkoopcijfers aan te houden, heeft Invibes Advertising in de eerste helft van het jaar sterk vernieuwd en bijkomende, niet-intrusieve advertentieformats gelanceerd. Die moeten de

¹ EBITDA = Operationeel bedrijfsresultaat voor afschrijvingen en provisies.

² SRI – 24ème édition de l'observatoire de l'e-pub

betrokkenheid van gebruikers en de effectiviteit van advertentiecampaagnes in opdracht van klanten verder verhogen.

Invibes Advertising heeft met name Invibes Chatbot gecreëerd, een nieuw formaat dat gebruikers toelaat om via vaste berichten te communiceren. Het biedt klanten een unieke en interactieve ervaring.

Hogere EBITDA ondanks gezondheidscrisis

In de eerste helft van het jaar boekte Invibes Advertising een EBITDA stijging van 77.000 euro van -58.000 euro tegenover -135.000 euro in H1 2019, onder meer dankzij een betere kostenbeheersing.

Dat is opmerkelijk gezien de voortdurende structurering van teams om de uitbreiding in Europa te ondersteunen. Ter herinnering: het bedrijf is nu aanwezig in acht landen (Frankrijk, Spanje, Duitsland, Zwitserland, Verenigd Koninkrijk, Italië, België en Luxemburg).

Het bedrijf heeft in de eerste jaarhelft 11 nieuwe medewerkers aangeworven, wat het personeelsbestand eind juni op 84 personen bracht.

Na verrekening van de afschrijvingskosten voor een bedrag van 349.000 euro boekte Invibes Advertising een bedrijfsresultaat van -427.000 euro, vrijwel stabiel in vergelijking met de eerste helft van 2019.

Het netto bedrijfsresultaat bedraagt -515.000 euro.

Solide financiële structuur maakt verdere ontwikkeling mogelijk

Ondanks nieuwe investeringen om de ontwikkeling van het bedrijf te versnellen, beschikt de Groep nog steeds over een solide financiële structuur, met eind juni 2020 een eigen vermogen van 6,8 miljoen euro en een kasstroom na aftrek van schulden van 2,4 miljoen euro.

Nieuwe strategische aanwervingen om pan-Europees aanbod vorm te geven

Om te voldoen aan de hoge verwachtingen van internationale merken die pan-Europese campagnes willen voeren, heeft Invibes Advertising Yuri Loburets aangesteld als Group Sales Director. Hij moet versneld een verkoopteam samenstellen en structuur geven aan de internationale constellatie van vestigingen van de Groep, in acht Europese landen. Deze transversale benadering toont de meerwaarde van de sectoraanpak van Invibes, gericht op grote internationale merken - ongeacht of ze klant zijn van de Groep. Weldra gaat Invibes van start met zijn geïntegreerde pan-Europese aanpak die de gemiddelde campagnebudgetten positief zal beïnvloeden.



Yuri Loburets heeft 15 jaar ervaring in reclame, media en brandingtechnologieën. Hij is gespecialiseerd in strategische verkoop en de ontwikkeling van internationale partnerships. Vooraleer hij bij Invibes Advertising aan de slag ging, werkte hij bij Egta - een in Brussel gevestigde vakvereniging die meer dan 150 toonaangevende bedrijven vertegenwoordigt die over de hele wereld reclame maken voor tv, video en radio, en audio. Eerder bekleedde Yuri leidinggevende verkoopfuncties bij grote televisie-, radio- en online mediabedrijven, zoals Communicorp Group en

International Commercial Television (ICTV).

Nieuwe commercieel directeur moet vanuit Hamburg Duitse markt veroveren

Invibes Advertising is sinds 2018 actief op de Duitse markt en telt nu vestigingen in 4 steden (München, Düsseldorf, Frankfurt en Hamburg). Duitsland is een van de belangrijkste investeerders in advertenties in Europa en dus een strategische markt voor de Groep.

Om zijn commerciële slagkracht in het land te versterken, heeft Invibes Advertising Ravi Ahluwalia aangesteld als Commercieel Directeur van het kantoor in Hamburg.



Ravi Ahluwalia heeft meer dan 20 jaar ervaring in *business development*, met name in reclame, marketing en sociale media. Voor zijn overstap naar Invibes Advertising, was Ravi Commercieel Directeur van Emetriq, een dochteronderneming van de Deutsche Telekom-groep, gespecialiseerd in het retargeten van advertenties en het genereren van inkomsten uit data. Daarvoor was hij directeur en lid van de raad van bestuur van Facelift, een van de wereldleiders op het gebied van social media management. Ravi leidde ook Rosenweig & Schwarz, een specialist op het gebied van *brand management*, voordat hij CleverFox, een on-demand marketingdienstenbedrijf, medeoprichtte en leidde.

Vooruitzichten voor 2020

Hoewel het nog steeds moeilijk is om de precieze impact van de epidemie op zijn activiteit te meten, zet Invibes Advertising zijn ontwikkeling onverminderd voort. Het bedrijf wil ten volle kunnen profiteren van de heropleving van de advertentiemarkt nu de situatie geleidelijk weer normaal lijkt te worden. Invibes Advertising heeft alle middelen in handen om in de toekomst, van zodra de sanitaire crisis stabiliseert, sterke prestaties neer te zetten en zijn traject naar langetermijngroei uit te bouwen.

Over Invibes Advertising

Invibes Advertising maakt technologie voor de publicatie van digitale reclame op mediawebsites. Het heeft een niet-intrusief en effectief *in-feed* reclameformat ontwikkeld, dus tussen online persartikels.

Het format is geïnspireerd op sociale netwerken en geoptimaliseerd voor verspreiding op een gesloten netwerk van mediawebsites zoals Bertelsmann, Hearst, Unify, Groupe Marie Claire, Axel Springer en vele andere. Onder zijn klanten vinden we grote merken zoals Mercedes, Samsung, Levis en IBM.

Invibes Advertising is genoteerd op Euronext Growth in Parijs (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](#) [Twitter @Invibes_adv](#) [Facebook @Invibes Advertising](#)

Financiële & bedrijfscontacten:

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

Media Relations, Belgium

Factivity
Rafaël Tirmarche
rafael@factivity.be
+32 476 68 94 92