

Persbericht

Halfjaarresultaten 2024:

- Geconsolideerde omzet daalt met 3% ondanks een internationale groei van +16%
- Resultaten omvatten strategische investeringen in de toekomstige groei van de Groep
- Sterke groei van de EBITDA in landen in scale-up fase

Londen, 25 september 2024 – Technologiebedrijf Invibes Advertising (Invibes), gespecialiseerd in digitale reclame, heeft zijn resultaten voor het eerste semester van 2024 gepresenteerd.

Het financieel halfjaarrapport is beschikbaar op de website van het bedrijf: <https://www.invibes.com/nl/nl/investors.html>

Niet-geauditeerde geconsolideerde resultaten in €k	S1 2024 ¹	S1 2023 ¹	Δ
Verkoopcijfers	11,728	12,084	-2.9%
Aankopen en externe kosten	(7,694)	(7,277)	+5.7%
Personeelskosten	(6 403)	(5,484)	+16.8%
Kapitalisatie van immateriële activa	850	846	-
EBITDA²	(1,811)	195	(2,006) K€
Afschrijvingen, waardeverminderingen en voorzieningen	(706)	(583)	+21.1%
Operationeel resultaat	(2 517)	(388)	(2,129) K€
Financieel resultaat	(74)	(29)	-
Belastingen	(4)	(3)	-
Nettoresultaat	(2,595)	(420)	(2,175) K€

Geconsolideerde omzet daalt met 3% ondanks een internationale groei van +16%

In S1 2024 boekte Invibes een omzet van €11,7m, een daling van 2,9% in vergelijking met dezelfde periode (S1) in 2023 (pro forma¹).

In Frankrijk stond de groep commercieel onder druk, wat heeft bijgedragen aan de algemene omzetsdaling. De groep nam enkele corrigerende maatregelen om die situatie het hoofd te bieden. Invibes reorganiseerde zijn verkoopteam en wierf gericht aan om op de verkoopspanningen te kunnen opvoeren.

¹ Na controle door de bedrijfsrevisoren en om te voldoen aan de huidige boekhoudregels, zal de deconsolidatie van ML2Grow pas effectief zijn vanaf 1 april 2024. Voor een correcte vergelijking en weerspiegeling van de huidige economische stand van zaken, zijn de verkopen voor de eerste helft van 2023 en de eerste helft van 2024 aangepast voor ML2Grow.

²Inclusief eenmalige kosten in verband met de verkoop van ML2Grow in de eerste helft van 2024 voor €292.000.

Buiten Frankrijk bleef het momentum voor Invibes positief, met een groei van +16% in de eerste helft van 2024. Scale-upmarkten zoals het VK en Duitsland presteerden bijzonder goed, met een gecombineerde groei van +55% in S1.

Om te kunnen voortbouwen op het internationale succes opende Invibes tijdens de periode kantoren in nieuwe en belangrijke markten zoals de Verenigde Staten en Singapore. Met deze strategische, internationale uitbreiding wil Invibes zijn multimarktaanbod verbeteren. Klanten kunnen zo reclamecampagnes in meerdere landen of regio's tegelijk voeren. Dat moet een internationaal en wereldwijd klantenbestand aantrekken.

Resultaten omvatten strategische investeringen in de toekomstige groei van de Groep. Sterke groei van de EBITDA in landen in scale-up fase

Na de kostenoptimalisaties in de tweede helft van 2023, startte Invibes een nieuwe cyclus van gerichte investeringen op twee vlakken:

- De ontwikkeling van verticale oplossingen voor bepaalde sectoren, zoals *Smart Targeting Travellers* voor de toeristische sector of *Dealership* voor retailnetwerken. Zulke oplossingen zijn populair bij adverteerders omdat ze hun investeringsrendement maximaliseren. Invibes maakt hiervoor gebruik van generatieve artificiële intelligentie.
- De gerichte aanwerving van ervaren verkoopmedewerkers om de gesprekken met adverteerders te optimaliseren en internationale raamovereenkomsten binnen te halen.

Deze gerichte investeringen ter ondersteuning van de groei van de Groep, gecombineerd met non-cash kosten van €296.000 in verband met de verkoop van ML2GROW (eenmalig), €264.000 van gelichte aandelenopties en €220.000 voor de opstart in de VS en Singapore, resulteerden in een daling van de geconsolideerde EBITDA voor het eerste halfjaar.

De EBITDA volgens maturiteit per land is als volgt:

<i>Niet-geauditeerde, geconsolideerde gegevens, in k€</i>	S1 2024	S1 2023	Δ
Bestaande landen ^(a)			
Omzet	6 232	7 975	-21,9%
EBITDA	1 029	2 547	-59,6%
% EBITDA	17%	32%	
Scale-up ^(b)			
Omzet	5 208	3 584	+45,3%
EBITDA	757	133	x5,7
% EBITDA	15%	4%	
Nieuwe landen (start-ups) ^(c)			
Omzet	287	524	-45,2%
EBITDA	(575)	(392)	-47,7%
% EBITDA	-	-	
Overheadkosten van de Groep ^(d)	(2 737)	(2 094)	+30,7%
Geconsolideerde EBITDA	(1 525)	194	(1,719)

(a) Frankrijk, Spanje, Zwitserland

(b) Duitsland, het Verenigd Koninkrijk, Italië en België

(c) Zweden, Noorwegen, Denemarken, Zuid-Afrika, Nederland, de VAE, Polen, Tsjechië, de VS en Singapore

(d) CAPEX niet inbegrepen

In de landen waar Invibes het langst gevestigd is (Frankrijk, Spanje, Zwitserland), daalde de EBITDA voornamelijk door de mindere verkoop op de Franse markt, en vertegenwoordigde 17% van de omzet over de periode.

In de scale-uplanden (Duitsland, het VK, Italië en België) is de EBITDA bijna verzesvoudigd, tot 15% van de omzet. Het bewijst de kracht van het internationale ontwikkelingsmodel van Invibes. Dat model heeft als doel om in elk nieuw land snel en succesvol het aanbod van Invibes te commercialiseren. Binnen twee jaar na de lancering moeten nieuwe landen bijdragen aan de winstgevendheid van de Groep.

Na afschrijvingen en waardeverminderingen boekte Invibes een operationeel verlies van €2,5m en een nettoverlies van €2,6m.

Een sterke balans om groei te stimuleren

Met een brutokaspositie van €14,7m (inclusief €2,5m aan deconsoliderende factoring) en een nettokaspositie van €9,4m op 30 juni 2024 heeft de Groep de financiële capaciteit om zijn toekomstige ontwikkelingsplannen te financieren.

Vooruitzichten

Omdat onze activiteiten erg seizoensgebonden zijn en we in de eerste jaarhelft ook eenmalige posten hebben geboekt, verwachten we een aanzienlijke verbetering van onze EBITDA in de tweede helft van 2024.

Volgende publicatie: omzetcijfers Q3 2024, op 23 oktober 2024 (na beurs).

About Invibes Advertising

Invibes Advertising (Invibes) is an international technology company specialising in digital advertising innovation.

Founded on the philosophy that advertising efficiency comes from being truly innovative and naturally engaging to users, Invibes has developed an integrated technology platform for brands to reach consumers through impactful in-feed advertising.

Invibes delivers advertising that creates positive attention by harnessing the power of big data, innovative in-feed formats, wide reach and extensive intelligence services.

Pioneering the way in sustainable advertising, Invibes also offers a unique solution to offset campaign emissions through its Carbon-Neutral label.

In order to partner with some of the greatest brands in the world, like Amazon, Bacardi, Dell, IKEA and Toyota, we rely on even greater people. At Invibes we strive to maintain an energetic, open environment that fosters a culture of ideation, growth and #GoodVibes, that shines straight through to our clients.

Want to hear more about Invibes? Visit: www.invibes.com

Invibes Advertising is listed on the Euronext Stock Exchange (Ticker: ALINV – ISIN: BE0974299316)

Read our latest press releases at:

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



Follow the latest news about Invibes Advertising on:

LinkedIn [@Invibes Advertising](#) **X** [@Invibes_adv](#)

Financial & Corporate Contacts:

Kris Vlaemynck, co-CEO

kris.vlaemynck@invibes.com