

Omzet S1 2024 daalt met 1.8% in vergelijking met S1 2023

Gent, 24 juli 2024 – Het technologiebedrijf Invibes Advertising (Invibes), dat specialiseert in digitale reclame, kondigt zijn omzetcijfers voor de eerste jaarthelft van 2024 aan.

Niet-geauditeerde, geconsolideerde cijfers in €k	S1 2024	S1 2023 ⁽¹⁾	Δ
Gevestigde landen ⁽²⁾	6,232	7,861	-20.7%
Scale-up ⁽³⁾	5,199	3,576	+45.4%
Nieuwe landen (start-ups) ⁽⁴⁾	305	519	-41.2%
TOTAAL 1ste HALFJAAR	11,736	11,956	-1.8%

(1) Na controle door de bedrijfsrevisoren en om te voldoen aan de huidige boekhoudregels, zal de deconsolidatie van ML2Grow pas effectief worden op 1 april 2024. Echter, om enige vergelijking mogelijk te maken en om het nieuwe economische vermogen te weerspiegelen, zijn de verkoopcijfers voor de eerste helft van 2023 en de eerste helft van 2024 aangepast zonder ML2Grow.

(2) Frankrijk, Spanje, Zwitserland

(3) Duitsland, Verenigd Koninkrijk, Italië, België

(4) Zweden, Noorwegen, Denemarken, Zuid-Afrika, Nederland, VAE, Polen, Tsjechische Republiek

Verkoopprestaties

Over de eerste zes maanden van 2024 boekte Invibes een omzet van €11,7 miljoen, een daling van 1,8% ten opzichte van dezelfde periode in 2023 (pro forma⁴). Deze daling kwam er voornamelijk omwille van operationele uitdagingen voor onze sales in Frankrijk. Die zijn nu aangepakt met extra aanwervingen en aanpassingen in de organisatie van het verkoopteam. Het management is van mening dat deze veranderingen zullen leiden tot een meer robuuste operatie in Frankrijk voor de tweede helft van het jaar.

Belangrijkste marktprestaties

- Met uitzondering van Frankrijk liet Invibes in alle markten een positieve groei optekenen (aangepast zonder Frankrijk): +23% in het tweede kwartaal en +16% in het eerste halfjaar. De scale-upmarkten in het VK en Duitsland deden het bijzonder goed, met een gecombineerde groei van +55% in deze periode.
- Multimarktaanbod: Onze simultane reclamecampagnes in verschillende landen trokken belangrijke internationale accounts aan en droegen voor ongeveer 18% bij aan de omzet van Invibes voor S1 2024. Dat is een verdrievoudiging ten opzichte van de afgelopen twee jaar. Enkele grote, internationale merken hebben al voor deze wereldwijde aanpak gekozen waaronder Accor Hotels, Amazon, H&M, Hewlett Packard Enterprise (HPE), KFC, Lego, Longchamp en Max Mara.

Strategische initiatieven

- Geografische expansie: In het eerste kwartaal van 2024 breidde Invibes zijn globale aanwezigheid uit met kantoren in enkele nieuwe markten, zoals de Verenigde Staten en Singapore. Een uitbreiding in Mexico volgt snel. Deze strategische stap is gericht op het versterken van ons cross-markt aanbod en het aantrekken van meer internationale klanten.
- Generatieve kunstmatige intelligentie (GenAI) integreren in zijn oplossingen: GenAI zal veel sectoren transformeren, ook marketing en reclame. Invibes, dat zijn geïntegreerde platform al sinds zijn oprichting blijft doorontwikkelen, wil deze revolutie aangrijpen en GenAI snel integreren in zijn oplossingen. Het doel is om een authentieke band te creëren met elk publiek, met als doel de betrokkenheid van gebruikers te maximaliseren en de merkimpact en conversiepercentages van reclamecampagnes aanzienlijk te optimaliseren.
- Ontwikkeling van verticale oplossingen: op dit ogenblik wordt 20% van de inkomsten van Invibes gegenereerd uit branchespecifieke oplossingen, zoals Smart Targeting Travellers voor de toeristische sector en Dealership voor retailnetwerken. Invibes is van plan om meer verticale oplossingen te ontwikkelen voor sectoren - zoals mode en retail - door generatieve AI te integreren. Geavanceerde analyses en personalisaties moeten adverteerders toelaten een maximaal rendement te behalen.

Vooruitzichten

Invibes blijft zijn marktpositie versterken door middel van gerichte werving, geografische expansie, de integratie van GenAI en de ontwikkeling van innovatieve verticale oplossingen. Het bedrijf verwacht dat die strategische initiatieven in de toekomst voor nieuwe groei zullen zorgen en zijn concurrentievoordeel in het digitale reclamelandchap vergroten.

Volgende publicatie: voorlopige resultaten 2024, 23 oktober 2024 (na beurs).

Over Invibes Advertising

Invibes Advertising (Invibes) is een internationaal technologiebedrijf gespecialiseerd in digitale reclame-innovatie.

Gebaseerd op de filosofie dat de efficiëntie van advertising voortkomt uit echte innovatie en natuurlijke betrokkenheid van gebruikers, heeft Invibes een geïntegreerd technologieplatform ontwikkeld voor merken om consumenten te bereiken via impactvolle in-feed advertising.

Invibes levert digital advertising die positieve aandacht creëert door gebruik te maken van de kracht van big data, innovatieve in-feed formaten, een groot bereik en uitgebreide intelligence diensten.

Als pionier op het gebied van duurzame reclame biedt Invibes ook een unieke oplossing om de uitstoot van campagnes te compenseren via het Carbon-Neutral label.

Om samen te werken met enkele van de grootste merken ter wereld, zoals Amazon, Bacardi, Dell, IKEA en Toyota, vertrouwen we op nog grotere mensen. Bij Invibes streven we naar een energieke, open omgeving die een cultuur van ideevorming, groei en #GoodVibes bevordert, die rechtstreeks doorstraalt naar onze klanten.

Meer weten over Invibes? Bezoek: www.invibes.com



Invibes Advertising is genoteerd aan de Euronext Stock Exchange (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](#) **X** [@Invibes_adv](#)

Financial & Corporate Contacts:

Kris Vlaemynck, co-CEO

kris.vlaemynck@invibes.com