

Comunicato stampa

Risultati semestrali 2024:

- Fatturato consolidato in calo del 3% nonostante una crescita del +16% a livello internazionale
- Risultati che integrano investimenti strategici volti ad alimentare la crescita futura del Gruppo
- Significativa crescita dell'EBITDA nei paesi in fase di "scale-up"

Milano, 25 settembre 2024 – Invibes Advertising (Invibes), società tecnologica avanzata specializzata nella pubblicità digitale, ha pubblicato i propri risultati per il primo semestre del 2024.

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

<i>Dati consolidati non sottoposti a revisione in migliaia di €</i>	1° semestre 2024¹	1° semestre 2023¹	Δ
Dati di fatturato	11.728	12.084	-2,9%
Acquisti e oneri esterni	(7.694)	(7.277)	+5,7%
Costi di personale	(6.403)	(5.484)	+16,8%
Capitalizzazione delle attività immateriali	850	846	-
EBITDA²	(1.811)	195	(2.006) K€
Ammortamenti e accantonamenti	(706)	(583)	+21,1%
Risultato operativo	(2.517)	(388)	(2.129) K€
Risultato finanziario	(74)	(29)	-
Imposte	(4)	(3)	-
Risultato netto	(2.595)	(420)	(2.175) K€

Fatturato consolidato in calo di circa il 3%, nonostante una crescita del 16% a livello internazionale

Nel 1° semestre 2024, Invibes ha registrato un fatturato di 11,7 M€, in calo del 2,9% rispetto allo stesso periodo (1° semestre) del 2023 (pro forma¹).

Dal punto di vista commerciale, il mercato francese ha evidenziato delle difficoltà, la cui influenza ha contribuito alla diminuzione complessiva del fatturato. Per normalizzare la situazione sono state adottate misure correttive, tra cui una riorganizzazione del team vendite abbinata a un'attività di reclutamento, per garantire una più robusta struttura commerciale; gli effetti positivi di queste misure dovrebbero riflettersi nel 2° semestre.

La dinamica di Invibes al di fuori del mercato francese continua ad essere positiva, con una crescita del +16% nella prima metà del 2024. I mercati in fase di "scale-up" (Regno Unito e

¹ A seguito della revisione da parte dei sindaci, e in ottemperanza alle norme contabili vigenti, il deconsolidamento di ML2Grow sarà effettivo solo dal 1° aprile 2024. Tuttavia, a scopo di confronto e per riflettere il nuovo perimetro economico, le vendite del primo semestre 2023 e del primo semestre 2024 sono state riviste tenendo conto di ML2Grow.

² Include costi non ricorrenti associati alla cessione di ML2Grow nel primo semestre 2024, per 292 milioni di euro.

Germania) hanno conseguito risultati brillanti, mettendo a segno una crescita combinata del +55% nel 1° semestre.

Per sfruttare questi successi internazionali, Invibes ha esteso la sua presenza geografica, aprendo sedi in mercati chiave nello stesso periodo: in particolare, gli Stati Uniti e Singapore e anche il Messico apriranno nei prossimi mesi. Questa espansione strategica internazionale punta a migliorare l'offerta multi-mercato dell'azienda, in modo da consentire la realizzazione di campagne pubblicitarie simultanee in più paesi/regioni e attirare una clientela globale più ampia.

Risultati che integrano investimenti strategici, per alimentare la crescita futura del Gruppo. Significativa crescita dell'EBITDA nei paesi in fase di "scale-up".

Dopo aver avviato misure di ottimizzazione dei costi nel secondo semestre del 2023, Invibes ha attuato un nuovo ciclo di investimenti mirati, concentrandosi su due aree principali:

- Sviluppo di soluzioni verticali specifiche per determinate industrie, come *Smart Targeting Travellers* per il settore turistico o *Dealership* per le reti di vendita al dettaglio, integrando l'intelligenza artificiale generativa, popolare tra gli inserzionisti nella massimizzazione del loro ritorno su investimenti.
- Assunzioni mirate di personale commerciale di alto livello, per migliorare il dialogo con gli inserzionisti e siglare accordi quadro internazionali.

Tali investimenti mirati, volti a sostenere la crescita del Gruppo, uniti a spese non cash pari a 296 K€ connesse alla cessione di ML2GROW (non ricorrenti), 264 K€ per l'esercizio di un piano di stock option e 220 K€ legati all'apertura di sedi operative in USA e Singapore, hanno generato una diminuzione dell'EBITDA consolidato del primo semestre.

Di seguito è riportata la ripartizione dell'EBITDA, per fase di sviluppo dei Paesi:

<i>Dati consolidati, Non certificati, in K€</i>	1° semestre 2024	1° semestre 2023	Δ
<u>Paesi esistenti</u> ^(a)			
Fatturato	6.232	7.975	-21,9%
EBITDA	1.029	2.547	-59,6%
% EBITDA	17%	32%	
<u>Scale-up</u> ^(b)			
Fatturato	5.208	3.584	+45,3%
EBITDA	757	133	x5,7
% EBITDA	15%	4%	
<u>Nuovi Paesi (start-up)</u> ^(c)			
Fatturato	287	524	-45,2%
EBITDA	(575)	(392)	-47,7%
% EBITDA	-	-	
Spese generali del Gruppo ^(d)	(2.737)	(2.094)	+30,7%
EBITDA consolidato	(1.525)	194	(1.719)

(a) Francia, Spagna, Svizzera

(b) Germania, Regno Unito, Italia e Belgio

(c) Svezia, Norvegia, Danimarca, Sudafrica, Paesi Bassi, Emirati Arabi Uniti, Polonia, Repubblica Ceca, USA e Singapore

(d) Escluso CAPEX

Nei Paesi in cui Invibes è presente da più lungo tempo (Francia, Spagna, Svizzera), l'EBITDA è stato penalizzato soprattutto dalla riduzione del fatturato nel mercato francese, pari al 17% delle vendite per il periodo.

Nei Paesi in fase di "scale-up" (Germania, Regno Unito, Italia e Belgio), l'EBITDA è aumentato di quasi 6 volte, attestandosi ad 15% delle vendite. Ciò dimostra la solidità del modello di sviluppo internazionale di Invibes, che si basa sulla capacità di lanciare rapidamente e con successo la sua offerta in nuovi paesi, portandoli entro due anni a contribuire al fatturato e alla redditività.

Al netto di accantonamenti ed ammortamenti, Invibes ha registrato una perdita operativa di 2,5 M€ e una perdita netta di 2,6 M€.

Un solido bilancio, posizionato per alimentare la crescita

Con una posizione di cassa lorda di 14,7 M€ (di cui 2,5 M€ per il deconsolidamento del factoring) e una posizione di cassa netta di 9,4 M€ al 30 giugno 2024, il Gruppo dispone di sufficiente capacità finanziaria per alimentare i propri piani di sviluppo futuri.

Prospettive

Considerata la consueta stagionalità della nostra attività e tenuto conto della registrazione nel primo semestre di voci non ricorrenti, prevediamo un significativo miglioramento del nostro EBITDA nel secondo semestre del 2024, rispetto al primo semestre.

Prossima pubblicazione: fatturato del 3° trimestre 2024, in data 23 ottobre 2024 (post trading).

Informazioni su Invibes Advertising

Invibes Advertising (Invibes) è una tech company internazionale specializzata nell'innovazione del digital advertising.

Fondata sulla convinzione che l'efficacia del digital advertising deriva dall'essere realmente innovativi e naturalmente coinvolgenti per gli utenti, Invibes ha sviluppato una piattaforma tecnologica integrata che consente ai brand di raggiungere i consumatori attraverso una pubblicità in-feed di grande impatto.

Invibes assicura un advertising che crea positive attention sfruttando la potenza di big data, formati in-feed innovativi, wide reach e ampi servizi di intelligence.

Precursora del sustainable advertising, Invibes offre anche una soluzione unica per compensare le emissioni delle sue campagne attraverso la Carbon-Neutral label.

Per collaborare con alcuni dei più grandi marchi mondiali, come Amazon, Bacardi, Dell, IKEA e Toyota, ci affidiamo a persone ancora più grandi. In Invibes lavoriamo per mantenere un ambiente dinamico e aperto che promuova una cultura creativa, di crescita e di #GoodVibes, e che traspare direttamente ai nostri clienti.

Vuoi saperne di più su Invibes? Visita: www.invibes.com

Invibes Advertising è quotata sulla borsa Euronext (Ticker: ALINV - ISIN: BE0974299316)

Leggere i nostri ultimi comunicati stampa su:

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

Seguire le ultime notizie relative a Invibes Advertising su:

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

Contatti finanziari e aziendali:

Kris Vlaemynck, CEO congiunto

kris.vlaemynck@invibes.com