

Résultats annuels 2024

- Chiffre d'affaires total en repli de 6%
- Des résultats intégrant des investissements stratégiques dans l'IA générative et à l'international
- Progression de l'EBITDA des pays en phase de scale up

Paris, le 26 mars 2025 – Invibes Advertising (Invibes), société de technologie avancée spécialisée dans la publicité digitale, publie ses résultats de l'année 2024.

Le rapport financier annuel est à disposition sur le site internet de la Société :

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

Données consolidées non auditées, en K€ ¹	2024	2023
Chiffre d'affaires	26 452	28 212
Achats et charges externes	(17 154)	(16 600)
Charges de personnel	(13 120)	(11 235)
Capitalisation des immobilisations incorporelles	1 861	1 633
REBITDA²	(1 961)	2 010
Charges non courantes	(297)	(56)
EBITDA	(2 258)	1 954
Dotations aux amortissements et provisions	(3 706)	(1 327)
Résultat opérationnel courant (perte)	(5 964)	627
Résultat financier	(420)	(575)
Impôts différés	(282)	564
Résultat net (perte)	(6 666)	616

¹ Après revue par les Commissaires aux Comptes, et afin de se conformer aux règles comptables en vigueur, la déconsolidation de ML2Grow est effective à compter du 1^{er} avril 2024. A des fins de comparabilité et afin de refléter le nouveau périmètre économique, le compte de résultat a été retraité de ML2Grow pour les années 2023 et 2024.

² REBITDA : EBITDA courant, soit le résultat opérationnel avant amortissements, provisions et charges non récurrentes, comme expliqué dans l'information 1.3 - Principales activités, des états financiers de 2024.

Baisse du chiffre d'affaires de 6% en 2024

Dans un environnement toujours exigeant, Invibes enregistre en 2024 un chiffre d'affaires consolidé de 26,5 M€¹, en baisse de 6%.

Le marché publicitaire est marqué par une volonté renforcée des annonceurs de privilégier des solutions plus efficaces pour maximiser leur retour sur investissements. Ce contexte impacte l'ensemble des marchés d'Invibes, qui intensifie en réponse ses investissements dans l'IA générative afin d'optimiser la performance de ses campagnes.

Dans cet environnement en mutation, les revenus issus des pays dans lesquels Invibes est implantée depuis le plus longtemps (France, Espagne, Suisse), qui représente plus de la moitié du chiffre d'affaires total, sont en repli.

En outre, les marchés *scale up* (Allemagne, Royaume-Uni, Italie, Belgique) ont bénéficié de la forte dynamique au Royaume-Uni, en croissance de +71 %, permettant d'enregistrer une hausse globale de +20% sur ces marchés en 2024.

La montée en puissance des logiques *d'hubisation*, traduisant une volonté accrue des clients de centraliser leurs échanges pour plus de productivité autour de bureaux stratégiques, a particulièrement bénéficié au bureau de Londres.

Des résultats intégrant des investissements stratégiques dans l'IA générative et à l'international

Depuis 2024, Invibes a réinitié un nouveau cycle d'investissements ciblés pour renouer avec la croissance en s'appuyant sur trois priorités stratégiques :

- **L'intégration de l'intelligence artificielle** générative au coeur de ses solutions publicitaires visant à renforcer la personnalisation des campagnes et leur efficacité ; les premières campagnes ont été signées récemment avec des enseignes du secteur de la mode et devraient être lancées prochainement ;
- **Le développement de solutions verticales innovantes**, adaptées aux besoins spécifiques de chaque industrie ;
- **Une réorganisation commerciale avec un recrutement ciblé et une structure plus verticale** permettant d'améliorer la compréhension des enjeux propres à chaque secteur, et d'optimiser la performance des campagnes publicitaires grâce à des solutions hautement personnalisées.

Ces investissements combinés aux coûts liés aux récentes ouvertures de bureaux aux États-Unis et Singapour qui ne contribuent pas encore au chiffre d'affaires du Groupe, ainsi qu'à la hausse des charges salariales dans certains pays ont pesé sur l'EBITDA courant (REBITDA) en recul sur l'exercice à -2,0 M€.

Après comptabilisation des charges non courantes, liées à une dépréciation d'actifs sur la filiale Suisse basé à Zurich, créée suite à l'acquisition en 2018 de Dreicom AG, l'EBITDA ressort à -4,3 M€, contre 2,0 M€ en 2023.

Progression de l'EBITDA des pays en phase de scale up

La répartition de l'EBITDA par maturité de pays est la suivante :

<i>Données consolidées non auditées, en K€</i>	2024	2023
Pays existants ^{(1) (2)}		
Chiffre d'affaires	13 786	17 267
EBITDA	2 475	5 198
% EBITDA	18%	30%
Scale-up ⁽³⁾		
Chiffre d'affaires	11 878	9 927
EBITDA	2 052	1 901
% EBITDA	17%	19%
Nouveaux pays (start-up) ⁽⁴⁾		
Chiffre d'affaires	788	1 016
EBITDA	(1 503)	(664)
% EBITDA	n/a	n/a
Frais généraux Groupe ⁽⁶⁾		
	(5 282)	(4 482)
EBITDA consolidé	(2 258)	1 954

(1) La contribution de ML2Grow, suite à sa cession réalisée en mars 2024, a été retraitée des chiffres présentés pour les années 2023 et 2024, à des fins de comparabilité et afin de refléter le nouveau périmètre économique

(2) France, Espagne, Suisse

(3) Allemagne, Royaume Uni, Italie et Belgique

(4) Suède, Norvège, Danemark, Afrique du Sud, Pays-Bas, EAU, Pologne et République Tchèque

(5) Hors CAPEX

L'EBITDA généré par les pays dans lesquels Invibes est implantée depuis le plus longtemps (France, Espagne, Suisse) est en recul, atteignant 18% du chiffre d'affaires de la période.

Dans les pays en phase de *scale-up* (Allemagne, Royaume-Uni, Italie et Belgique), l'EBITDA est en hausse de +8%, atteignant 17% du chiffre d'affaires, bénéficiant de la dynamique au Royaume-Uni.

Après prise en compte des dotations aux amortissements, Invibes affiche une perte opérationnelle de (6,0) M€ et une perte nette de (6,7) M€.

Une structure bilantielle solide pour accompagner le développement

Avec 11,6 M€ de trésorerie brute (qui comprend 3,1 M€ d'affacturage déconsolidant) et une position trésorerie nette de 7,7 M€ au 31 décembre 2024, le Groupe dispose toujours d'une capacité financière lui permettant de financer son développement futur.

À propos d'Invibes Advertising

Chez Invibes, notre mission est de créer un impact positif pour les marques et de générer des résultats commerciaux grâce à des solutions publicitaires performantes qui valorisent la singularité de chaque campagne.

La technologie propriétaire d'Invibes exploite l'intelligence artificielle générative (GenAI) pour optimiser le potentiel des campagnes grâce à des solutions créatives et des ciblage spécifiques à chaque secteur. En combinant des créations hyper-personnalisées et un ciblage précis, Invibes garantit que les campagnes résonnent profondément avec les consommateurs, offrant une efficacité inégalée et une valeur durable pour les annonceurs.



Pour collaborer avec des entreprises mondiales de premier plan comme Amazon, Danone, LVMH, LEGO et Toyota, nous comptons sur des personnes exceptionnelles. Chez Invibes, nous cultivons un environnement dynamique et ouvert qui favorise l'innovation, la croissance et les #GoodVibes, qui se reflètent auprès de nos clients.

Rethink Possibilities

www.invibes.com

Invibes Advertising est cotée sur Euronext
(Ticker: ALINV – ISIN: BE0974299316).

Retrouvez nos derniers communiqués de presse sur :

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

Suivez en direct les dernières actualités d'Invibes Advertising :

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

Financial & Corporate Contacts:

Kris Vlaemynck, co-CEO

kris.vlaemynck@invibes.com