

Communiqué de presse

Invibes Advertising dévoile ses ambitions internationales et ses projets stratégiques

Paris, 17 novembre 2021 – Invibes Advertising, société de technologie avancée, spécialisée dans la publicité digitale, dévoile ses nouvelles ambitions internationales et ses projets stratégiques en vue de devenir un acteur incontournable de son marché. Dans ce cadre, la Société a sélectionné un nouveau cabinet d'audit d'envergure internationale et procède à des ajustements sur la méthodologie de traitements des coûts liés aux investissements internationaux.

La forte croissance affichée par Invibes Advertising en 2021 traduit le succès des nouveaux pays lancés en 2019 et 2020, conjuguées à la satisfaction de ses clients et partenaires média ainsi que les bonnes performances de sa plateforme technologique qui associe de puissants algorithmes publicitaires et des outils de pointe de *machine learning*.

Les dirigeants fondateurs, Nicolas Pollet et Kris Vlaemynck, anticipent un très fort potentiel du marché de la publicité digitale qui devrait peser plus de 70 milliards d'euros en Europe en 2021, selon Statista, et qui va continuer à croître, porté par l'essor de la digitalisation dans tous les secteurs d'activité.

Invibes Advertising entend capitaliser sur ce contexte favorable pour accélérer davantage sa croissance, en poursuivant un plan de marche offensif articulé autour de plusieurs leviers stratégiques :

1. L'accélération des pays existants

La société compte désormais 6 pays en phase de « *scale-up* » (Allemagne, Angleterre, Espagne, France, Italie et Suisse), caractérisés par :

- des marchés dans lesquels des campagnes publicitaires sont actives tous les jours ;
- un *reach* mensuel atteignant déjà plusieurs millions d'internautes ;
- un chiffre d'affaires affichant déjà au moins plusieurs centaines de milliers d'euros par mois.

Bien qu'avancés, ces pays recèlent encore un fort potentiel représentant plusieurs dizaines de millions d'euros par an, et dans lesquels Invibes Advertising entend poursuivre les investissements, notamment dans le recrutement de talents pour renforcer les équipes locales.

En parallèle, Invibes Advertising a lancé de nouveaux pays en 2021 (Belgique, Pays-Bas, Nordiques, Afrique du Sud et UAE), aujourd'hui en phase « *start-up* », mais dont certains sont déjà proches de rejoindre les pays en phase de « *scale-up* ». Dans ces nouveaux pays, Invibes Advertising continue actuellement de recruter, principalement des profils commerciaux.

2. L'ouverture de nouveaux pays

Après avoir lancé avec succès son activité dans plus de 10 pays, Invibes Advertising est désormais en capacité de modéliser le ROI du lancement d'un nouveau pays devenant contributif après quelques mois.

En parallèle de cette contribution directe, les nouveaux pays apportent une valeur ajoutée dans l'offre *cross-market* d'Invibes Advertising qui intéresse de plus en plus les grands annonceurs à la recherche d'une offre globale.

3. Le renforcement de la plateforme technologique

Depuis sa création, Invibes Advertising investit en moyenne 10% de son chiffre d'affaires en R&D. Cette stratégie d'investissements technologiques est un facteur clé de succès dans un secteur où les clients sont de plus en plus exigeants sur les performances de leurs campagnes publicitaires. Invibes Advertising va ainsi poursuivre cette politique d'investissements autour de 3 axes stratégiques :

- **REACH**, avec notamment des investissements autour du *Header Bidding* qui permet d'acheter l'inventaire média en temps réel aux enchères ;
- **FORMAT**, avec le lancement de nouvelles expériences publicitaires innovantes qui viendront s'ajouter à l'une des offres les plus complètes du marché, avec plus de 50 formats exclusifs ;
- **DATA**, avec le déploiement d'Invibes ID Network qui permet, à travers les *Hash emails*, de bénéficier des mêmes avantages de ciblage des environnements loggés des grandes plateformes.

4. Le déploiement de services technologiques pour ses clients stratégiques

Fort de sa plateforme technologique propriétaire et de l'accès aux Data de différentes sources, Invibes Advertising est dans une situation privilégiée pour déployer des *Strategic Value Services* (SVS) – services à valeur ajoutée – auprès de ses clients stratégiques. Ce type de partenariat a pour objectif de permettre à la société de signer des engagements contractuels avec ses clients, et représente une évolution intéressante du modèle dans un marché où les commandes sont traditionnellement gérées via des ordres d'insertion pour chaque campagne publicitaire.

5. Le lancement d'une plateforme 100% *self-service* dédiée aux PME

Le marché des PME représente la majeure partie du chiffre d'affaires des grandes plateformes et représente à ce titre pour Invibes Advertising un potentiel élevé.

Aussi, Invibes Advertising a décidé de mettre à disposition de ce marché porteur l'ensemble de son offre : plateforme technologique pour la diffusion des campagnes, formats publicitaires exclusifs, accès à l'inventaire auprès des médias partenaires, accords avec les fournisseurs de données, etc...

Ce marché des PME pourrait représenter à terme pour le Groupe une part significative de son chiffre d'affaires. L'équipe en charge de cette activité a commencé à être recrutée et la marque associée a déjà été déposée. De plus amples informations seront communiquées lors du lancement officiel de cette interface en *self-service*.

6. Le développement de ML2Grow, sa filiale (détenue à 57%) spécialisée dans les services aux entreprises pour les projets de Big Data et d'intelligence artificielle

ML2Grow va s'appuyer sur plusieurs leviers du Groupe pour accélérer son développement :

- les accords signés par les deux sociétés autour des algorithmes de ciblage reposant sur la Big Data ;
- les demandes des clients d'Invibes Advertising dans le cadre des SVS ;
- la forte empreinte internationale du Groupe.

Ce nouveau plan de marche, et les investissements qui seront réalisés dans ce cadre, constitue une nouvelle étape clé pour la société en vue de servir son ambition de devenir l'un des acteurs majeurs du secteur. Afin de financer ses fortes ambitions, Invibes Advertising examine actuellement les différentes possibilités de financement qui lui sont offertes.

Compte tenu de ces fortes ambitions de croissance, le Conseil d'administration de la Société a décidé, sur proposition des commissaires aux comptes, de changer la méthode d'évaluation en IFRS du traitement des coûts liés à l'ouverture de nouvelles activités et de nouveaux pays. Selon l'ancienne méthode qui suivait les GAAP belges, les dépenses liées au démarrage de nouvelles activités et à l'ouverture de nouveaux pays étaient compensées par les résultats générés par ces activités et pays. Dans un contexte où l'accélération de la croissance devrait se traduire par un accroissement de ces dépenses et représenter un montant trop significatif, le Conseil d'administration a décidé de modifier ce principe comptable (norme IFRS 15).

Dorénavant, ces dépenses seront immédiatement comptabilisées en charges. Selon l'ancienne méthodologie d'évaluation, les frais d'ouverture étaient comptabilisés au bilan et déduits du revenu initial du pays concerné. Il est important de noter que Invibes Advertising fait évoluer cette approche comptable sur les investissements internationaux, mais cette dernière n'a aucun impact sur la variation de trésorerie.

Retraitement des comptes pour les exercices 2019 et 2020

L'impact de ce changement de méthode comptable portera sur les états financiers de 2021 ainsi que sur les états financiers de 2019 et de 2020, de manière rétrospective, afin de permettre la comparabilité entre les deux exercices. Les tableaux ci-dessous présentent les éléments financiers tels qu'ils seraient ressortis pour les exercices 2019 et 2020 selon cette nouvelle approche comptable, et pour préparer la comparabilité des comptes avec l'exercice 2021 à venir.

<i>Données consolidées, en K€</i>	2019 retraité	2020 retraité
<u>Pays existants</u> *		
Chiffre d'affaires	9 684	10 504
Contribution EBITDA	2 631	2 969
% EBITDA	27 %	28 %
<u>Nouveaux pays</u> **		
Chiffre d'affaires	14	1 026
Contribution EBITDA	(410)	(685)
% EBITDA	ns	ns
Frais généraux Groupe ***	(1 432)	(2 049)
EBITDA retraité	788	235

* Pays existants : Invibes en France, Espagne et Suisse, ML2GROW

** Nouveaux pays : Invibes en Allemagne, Royaume Uni, Italie, Belgique, et Invibes International

*** Frais généraux hors CAPEX



Prochaine publication : chiffre d'affaires du T4 2021, le 26 janvier 2022, après bourse

A propos d'Invibes Advertising

Invibes Advertising est une société de technologie avancée, spécialisée dans la publicité digitale. Ses solutions innovantes s'appuient sur un format in-feed, intégré dans les contenus médiatiques.

Invibes s'inspire de la publicité sur les réseaux sociaux, et développe sa propre technologie pour aider les marques à mieux communiquer avec les consommateurs. Sa technologie est optimisée pour une diffusion sur un réseau fermé de groupes médias, incluant : Bertelsmann, Hearst, Unify, Groupe Marie Claire, Axel Springer, et beaucoup d'autres. Les clients incluent de grandes marques telles que Mercedes, Samsung, Levis, et IBM.

Fondée en 2011, Invibes Advertising est une société cotée sur Euronext Growth Paris (Ticker : ALINV – ISIN : BE0974299316). Visitez www.invibes.com pour plus d'informations.

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 **Twitter** @Invibes_adv

Financial & Corporate Contacts:

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

Annexes: présentation détaillée des retraitements IFRS 15

<i>Données consolidées, en K€</i>	2020 publié	2020 retraité
Chiffre d'affaires	11 530	11 530
Achats et charges externes	(6 285)	(6 873)
Charges de personnel	(3 861)	(4 422)
EBITDA	1 384	235
Dotations aux amortissements et provisions	(814)	(814)
Résultat opérationnel	570	(579)
Résultat financier	(262)	(262)
Résultat exceptionnel	-	-
Impôt	(34)	(35)
Résultat net	274	(876)

<i>Données consolidées, en K€</i>	2020 publié	2020 retraité
Actifs non courants	5 793	5 793
Actifs courants	12 535	10 808
Total actifs	18 328	16 601
Capitaux propres	7 602	5 875
Passifs non courants	3 066	3 066
Passifs courants	7 660	7 660
Total passifs	18 328	16 601

<i>Données consolidées, en K€</i>	2019 publié	2019 retraité
Chiffre d'affaires	9 699	9 699
Achats et charges externes	(5 458)	(5 778)
Charges de personnel	(2 869)	(3 133)
EBITDA	1 372	788
Dotations aux amortissements et provisions	(656)	(656)
Résultat opérationnel	716	132
Résultat financier	(110)	(110)
Résultat exceptionnel	-	-
Impôt	(15)	(15)
Résultat net	591	7

<i>Données consolidées, en K€</i>	2019 publié	2019 retraité
Actifs non courants	5 426	5 426
Actifs courants	7 136	6 550
Total actifs	12 562	11 976
Capitaux propres	6 876	6 290
Passifs non courants	988	988
Passifs courants	4 698	4 698
Total passifs	12 562	11 976