

Résultats semestriels 2026

- Forte amélioration des comptes semestriels 2026, sous l'effet du bénéfice des mesures de transformation engagées depuis 2025
- Fusion entre dans sa phase de déploiement commercial sur la Connected TV, avec le lancement prochain d'une première campagne avec un groupe audiovisuel de premier plan et le démarrage d'une collaboration avec un groupe audiovisuel international

Paris, le 29 septembre 2026 – Invibes Advertising (Invibes), société de technologie avancée spécialisée dans la publicité digitale, publie ses résultats du 1^{er} semestre 2026.

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

www.invibes.com/investors

Données consolidées non auditées, en k€	S1 2026 Données publiées	S1 2025 Données publiées
Chiffre d'affaires	7 618	9 876
Achats et charges externes	(4 804)	(6 206)
Charges de personnel	(3 464)	(6 739)
Capitalisation des immo. Incorporables	383	927
REBITDA ¹	(267)	(2 142)
X ² Dépenses non récurrentes	32	(56)
EBITDA	(235)	(2 198)
Dotations aux amortissements et provisions	(280)	(955)
Résultat opérationnel	(515)	(3 153)
Résultat financier	(253)	(193)
Impôt	2	(40)
Résultat net	(649)	(3 386)

NB : Le périmètre du 1^{er} semestre 2025 intégrait des implantations aux Émirats Arabes Unis, en Afrique du Sud, aux États-Unis, en Asie-Pacifique, aux Pays-Bas, en Pologne et en Suisse, qui ont été progressivement fermées jusqu'à l'été 2025 pour se recentrer sur ses 6 principaux hubs : France, Espagne, Allemagne, Royaume-Uni, Italie, Belgique.

Recul de l'activité, principalement pénalisé par le marché français

Au premier semestre 2026, Invibes enregistre un chiffre d'affaires consolidé de 7,6 M€, en recul par rapport à la même période de l'exercice précédent. Comme indiqué lors de la publication du chiffre d'affaires semestriel en juillet dernier, cette évolution reste

¹ 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 du premier semestre 2026.

principalement pénalisée par le marché français, qui concentre près des trois quarts de la baisse d'activité.

Dans un environnement publicitaire marqué par des arbitrages budgétaires sélectifs, le Groupe poursuit ses efforts pour renforcer sa dynamique commerciale sur ses marchés européens clés, tout en accélérant l'évolution de son offre technologique autour de Fusion, sa plateforme propriétaire d'intelligence artificielle générative.

Forte amélioration des comptes semestriels 2026, traduisant les premiers bénéfices des mesures de transformation engagées depuis 2025

Le recentrage géographique sur les principaux hubs européens, la réduction des effectifs et l'optimisation des fonctions opérationnelles et technologiques ont permis au Groupe d'adapter significativement sa structure de coûts à son niveau d'activité.

Les charges de personnel sont ainsi réduites de moitié à 3,5 M€, contre 6,7 M€ au premier semestre 2025, tandis que les achats et charges externes diminuent de 49% à 3,5 M€, contre 6,7 M€ un an auparavant.

Cette évolution se traduit par une amélioration significative de l'EBITDA courant (REBITDA), qui s'établit à -0,3 M€, contre -2,1 M€ au premier semestre 2025, soit une amélioration de +1,9 M€.

Après prise en compte de 32 K€ de produits non récurrents, l'EBITDA ressort à -0,2 M€, contre -2,2 M€ un an auparavant.

Le résultat opérationnel s'établit à -0,5 M€ (contre -3,2 M€ au S1 2025) et le résultat net se rapproche de l'équilibre à -0,6 M€ (contre -3,4 M€ au S1 2025).

Ces résultats, bien que demeurant encore déficitaires, témoignent néanmoins des progrès réalisés dans l'adaptation du modèle économique d'Invibes. Ils confortent la trajectoire d'amélioration de la rentabilité opérationnelle engagée par le Groupe, dont la priorité reste le retour à un équilibre économique durable.

Une structure bilantielle solide pour accompagner le développement et l'innovation

Au 30 juin 2026, la trésorerie brute du Groupe s'élève à 4,1 M€ (incluant l'affacturage déconsolidant), pour une trésorerie nette de 1,8 M€, contre respectivement 4,8 M€ et 2,1 M€ au 31 décembre 2025.

Dans cette phase de transformation, Invibes maintient une allocation sélective de ses ressources, en privilégiant l'amélioration de son efficacité opérationnelle et les investissements technologiques directement associés au développement de ses offres.

Connected TV : Fusion entre dans sa phase de déploiement commercial sur un marché en forte croissance

Le marché publicitaire connaît une mutation structurelle, marquée par le développement rapide de la vidéo et de la Connected TV (CTV), au détriment du display traditionnel. D'après l'Observatoire de l'e-pub SRI réalisé par Oliver Wyman, en partenariat avec l'UDECAM², en France :

² https://www.sri-france.org/wp-content/uploads/2026/07/CP-Obsepub_S126_090726_VF.pdf

- Les investissements publicitaires vidéo ont progressé de 15 % au premier semestre 2026, tandis que le display classique reculait de 5 % ;
- La CTV poursuit sa montée en puissance, affichant une progression de +28% entre S1 2024 et S1 2026, s'imposant comme le *device* incontournable de la Vidéo, comptant pour 51% au premier semestre 2026.

Dans ce contexte favorable, Invibes poursuit l'extension de sa plateforme propriétaire d'intelligence artificielle générative Fusion à la CTV, avec l'ambition de transposer à l'univers télévisuel les capacités de personnalisation et d'optimisation développées dans la publicité digitale. Sa technologie permet d'orchestrer au sein d'un même workflow différentes solutions d'IA, propriétaires ou open source, de la création au ciblage des campagnes.

Après les phases d'intégration technique et de tests, Invibes dispose désormais de cinq premiers produits publicitaires CTV prêts à être déployés et déclinables selon les différents secteurs d'activité des annonceurs.

Fusion entre dans sa phase de déploiement commercial sur la Connected TV, avec le lancement prochain d'une première campagne avec un groupe audiovisuel de premier plan et le démarrage d'une collaboration avec un nouveau groupe audiovisuel de dimension internationale. De nouvelles opportunités commerciales sont actuellement en discussions de part et d'autre de l'écosystème, tant auprès d'annonceurs que de groupes audiovisuels.

Ces développements marquent une nouvelle étape dans la stratégie de diversification d'Invibes, la CTV ayant vocation à constituer un relais de croissance à moyen terme, avec des contributions commerciales attendues progressivement à partir de 2027.

Une complémentarité stratégique entre CTV et In-Feed

Au-delà de l'accès à un nouveau marché, la CTV ouvre également des perspectives de développement pour l'activité historique In-Feed d'Invibes. Le Groupe entend capitaliser sur la complémentarité de ses solutions pour proposer aux annonceurs des campagnes intégrées, associant la puissance d'exposition de la télévision à la précision et à la personnalisation du digital.

Grâce aux capacités de *matching* entre environnements CTV et web, une campagne télévisuelle pourra ainsi être prolongée par la diffusion de publicités In-Feed auprès d'audiences correspondantes. Cette approche multicanale permettra à Invibes de répondre à une demande croissante des annonceurs pour des dispositifs publicitaires coordonnés, tout en créant de nouvelles opportunités commerciales pour son offre existante.

A cette occasion, Nicolas Pollet et Kris Vlaemynck, co-CEO de Invibes déclarent :

« Les résultats de ce premier semestre traduisent les premiers effets tangibles de la transformation que nous avons engagée depuis 2025. Nous avons profondément adapté notre organisation et notre structure de coûts afin de retrouver un modèle économique plus efficient. Bien que notre activité demeure en recul, l'amélioration significative de nos indicateurs opérationnels démontre les progrès accomplis et conforte notre trajectoire de redressement.

Parallèlement, nous franchissons une nouvelle étape dans le déploiement de Fusion sur la Connected TV, avec de premières avancées commerciales. Notre ambition est de faire de ce marché en forte croissance un nouveau relais de développement, tout en renforçant notre activité historique In-Feed grâce à une offre publicitaire intégrée. Nous poursuivons ainsi notre

transformation avec une double priorité : renouer durablement avec la rentabilité et construire les moteurs de notre croissance future. ».

Evolution de la gouvernance

Invibes Advertising a pris acte de la décision de Philippe Houdouin de démissionner de son mandat d'administrateur, avec effet immédiat. Philippe Houdouin siégeait au Conseil d'administration de la Société depuis 2020.

« Nous tenons à remercier chaleureusement Philippe pour son engagement et sa contribution aux travaux du Conseil au cours de ces six années. Son expérience entrepreneuriale et sa connaissance des environnements technologiques et des sociétés cotées ont été des atouts décisifs dans son accompagnement de la Société sur cette période. Nous lui souhaitons pleine réussite pour la suite », déclarent conjointement Kris Vlaemynck et Nicolas Pollet, co-CEO d'Invibes Advertising.

Prochaine publication : chiffre d'affaires du 3^{ème} trimestre 2026, le 28 octobre 2026 (post bourse).

À propos d'Invibes Advertising

Invibes aide les marques à se distinguer et renforcer leur impact publicitaire grâce à Fusion, sa couche technologique propriétaire d'IA, conçue pour rendre la pertinence de marque scalable en CTV et sur l'open internet.

En associant en temps réel la création, l'audience et le contexte les plus pertinents, Fusion orchestre différents modèles d'IA pour transformer chaque impression publicitaire en une expérience à forte valeur, génératrice d'attention, de différenciation de marque et de performance business.

Fort de la confiance de marques internationales telles que HPE, Stellantis, IKEA, FedEx ou Levi's, Invibes poursuit son innovation, portée par le talent de ses équipes et un esprit entrepreneurial positif #GoodVibes.

Rethink Possibilities

www.invibes.com

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

Retrouvez nos derniers communiqués de presse sur :

www.invibes.com/investors

Suivez en direct les dernières actualités d'Invibes Advertising :

LinkedIn [@Invibes Advertising](#)

Financial & Corporate Contacts:

Nicolas Pollet, co-CEO

nicolas.pollet@invibes.com