



Fill Up Média publie ses résultats du 1^{er} semestre 2022 marqués par la poursuite de sa bonne dynamique commerciale



Webinaire de présentation des résultats semestriels 2022
le 5 octobre 2022 à 10h00 :
[Inscrivez-vous en cliquant ici](#)

Lyon, le 4 octobre 2022, 17h45 - Fill Up Média (la « Société »), leader français de l'affichage digital extérieur sonore sur distributeurs de carburants (code ISIN : FR001400AEM6 – mnémorique : ALFUM), annonce aujourd'hui ses résultats du premier semestre 2022.

- **Poursuite de la dynamique commerciale : bonne croissance organique et à parc constant des revenus semestriels à 4,0 M€, +22% vs. S1 2021**
- **Structuration des équipes pour accompagner la croissance**
- **Progression de l'Ebitda et de l'Ebitda retraité de respectivement +25% et +20%**
- **Confirmation des objectifs financiers à horizon 2025 :**
 - **taux de croissance annuel moyen du chiffre d'affaires de l'ordre de 40%**
 - **chiffre d'affaires de 26 M€, marge d'EBITDA retraitée¹ supérieure à 35%**

Manuel Berland, Président Directeur Général de Fill Up Média, déclare : « *Nous sommes très heureux que cette première publication financière post cotation nous permette d'afficher des revenus en forte croissance. La bonne activité commerciale enregistrée au cours du premier semestre 2022 illustre la pertinence du positionnement de Fill Up Média et le caractère innovant de notre offre. Ce bon début d'année a en outre bénéficié d'un contexte de marché dynamique sur le Digital Out Of Home (DOOH), avec une progression des investissements publicitaires de +51% comparé au premier semestre 2021². En parallèle de cette solide performance commerciale, nous avons poursuivi la mise en œuvre de notre plan stratégique matérialisé par le recrutement des ressources nécessaires à son exécution. Fort d'une équipe renforcée et grâce à un positionnement différenciant, notamment auprès des annonceurs locaux, nous confirmons nos objectifs financiers à horizon 2025.* »

¹ Dans le cadre du financement de ses investissements, notamment les écrans utilisés pour diffuser les annonces de ses clients, la Société peut avoir recours à des opérations de location financière ou de crédit-bail. Ces charges de location financière ou de crédit-bail pour financer les écrans se sont élevées à 376K€ en 2021 sur un montant total de 408K€. En norme IFRS, les loyers générés par ce mode de financement sont capitalisés et immobilisés au bilan et amortis en compte de résultat. Dans un souci de comparaison avec des sociétés de plus grande taille qui reportent leurs comptes en normes IFRS, la Société a décidé de communiquer également un « EBITDA retraité » pour les investisseurs financiers. Ce solde et en particulier la marge « d'EBITDA retraité » continuera d'être un indicateur clé de performance.

² DOOH : Digital Out of Home – Source Baromètre Unifié du Marché Publicitaire (BUMP) du 1er semestre 2021

Compte de résultat simplifié au 30 juin 2022

En K€	S1 2022	S1 2021	Variation
Chiffre d'affaires	4 042	3 312	+22%
EBITDA	262	208	+25%
Marge d'EBITDA	6%	6%	-
EBITDA retraité	490	410	+20%
Marge d'EBITDA retraité	12%	12%	-
Résultat d'exploitation	(79)	(109)	+27%
Résultat financier	(160)	(48)	
Résultat courant	(239)	(156)	
Résultat net	(208)	(129)	61%

Résultats financiers du premier semestre 2022

Au cours du semestre écoulé, Fill Up Média, leader français de l'affichage digital extérieur sonore sur distributeurs de carburants, a pu capitaliser sur ses actifs : 4 000 écrans répartis sur 630 stations-services. Sa solution intégrée combinant : régie publicitaire, studio vidéo et gestion du réseau a permis à la Société de réaliser un chiffre d'affaires semestriel à hauteur de 4,0 M€ contre 3,3 M€ un an plus tôt, soit une hausse de +22%. Il est important de noter qu'il s'agit d'une croissance organique, la Société n'ayant pas installé de nouveaux réseaux au cours de la période conformément au plan de développement présenté lors de l'introduction en bourse.

La part du Chiffre d'affaires réalisé auprès des 3 200 annonceurs locaux a représenté 70% au S1 2022. Cette forte proportion d'annonceurs locaux explique la progression du chiffre d'affaires de la Société malgré des investissements publicitaires nationaux en baisse.

Au niveau des charges opérationnelles, ces dernières s'élèvent à 3,6 M€, en hausse de 22% par rapport au premier semestre 2021. Cette évolution s'explique principalement par la hausse des charges de personnel liée à l'augmentation des effectifs, la Société étant dans une phase de structuration pour accompagner la croissance de son activité. A fin juin 2022, Fill Up Média compte 47 employés, contre 42 employés à fin décembre 2021.

Par conséquent, la Société affiche un EBITDA retraité de 0,5 M€ vs. 0,4 M€ au S1 2021, soit une augmentation de +20%.

Il est à noter qu'au cours du premier semestre 2022, Fill Up Média a enregistré une charge financière exceptionnelle de 0,1 M€ liée à la mise en place d'un contrat obligataire lié à l'introduction en bourse.

Au total, la Société affiche une perte nette de 0,2 M€ au S1 2022.

Faits marquants du premier semestre 2022 et évènements post-clôture

- **Février** : « **Champions de la croissance** » - Fill Up Média figure pour la troisième année consécutive dans le palmarès des 500 entreprises françaises affichant les plus belles progressions de chiffre d'affaires sur les trois dernières années (Classement réalisé par Les Echos et Statista) ;
- **Juin** : **Succès de l'introduction en bourse** de Fill Up Média sur Euronext Growth avec une augmentation de capital à hauteur de 8,2 M€ ;
- **Juin** : **Nomination d'Elodie Acerbis**, membre du Comité de Direction depuis janvier 2021, en qualité de Directrice Marketing et Communication ;
- **Septembre** : **Signature d'un partenariat avec VIOOH**, plateforme programmatique premium de référence à l'échelle internationale sur le marché du Digital Out Of Home (DOOH).

Stratégie et perspectives

Fort de ses fondamentaux et d'une dynamique de marché favorable, Fill Up Média maintient son ambition de devenir le leader de la communication digitale extérieure (DOOH) en station-service en Europe à travers 3 leviers de croissance.

Le premier est la poursuite du développement commercial via l'augmentation du nombre de stations-services partenaires avec 550 stations-services supplémentaires à horizon 2025. Cette progression se fera par l'extension des partenariats actuels avec Total Energies et Carrefour et par le développement auprès de grands réseaux GMS. A partir de 2026, Fill Up Média entend répliquer son modèle à l'international avec de premières expansions en Europe, notamment en Allemagne et au Benelux, grâce au support de Total Energies.

Le deuxième levier identifié réside dans la diversification des revenus de la Société avec le développement d'une offre complémentaire « Digital Ads », c'est-à-dire, programmer les spots réalisés sur les réseaux sociaux.

Enfin, Fill Up Média a pour ambition de devenir le média de référence de la mobilité multi-énergies. Devant l'émergence de nouvelles sources d'énergie, mobilité électrique et mobilité des véhicules à hydrogène, Fill Up Média entend proposer une solution adaptée aux sites dédiés à la recharge des véhicules de demain.

La Société confirme les objectifs définis au moment de son introduction en bourse, à savoir l'atteinte d'un taux de croissance annuel moyen du chiffre d'affaires entre 2021 et 2025 de 40%, ainsi qu'un chiffre d'affaires de 26 M€ et une marge d'EBITDA retraité supérieure à 35% à horizon 2025.

Les comptes semestriels ont été arrêtés par le Conseil d'Administration et revus le 4 octobre 2022. Le rapport financier semestriel 2022 sera disponible avant le 31 octobre 2022 sur le site investisseurs : www.fillupmedia-finance.fr/ rubrique Documentation.

À PROPOS DE FILL UP MEDIA

Créée à Lyon en 2011, Fill Up Média est une régie publicitaire, leader français de l'affichage digital extérieur avec son (DOOH) sur distributeurs de carburants. En 2021, la Société a réalisé un chiffre d'affaires de 6,8 M€ et compte 42 collaborateurs.

Média de proximité incontournable, Fill Up Média dispose d'un réseau de 4 000 écrans stratégiquement implantés à travers toute la France, qui touchent en moyenne 4 millions d'automobilistes par semaine.

En savoir plus sur www.fillupmedia.fr

Contacts

Fill Up Média

Relations investisseurs
investisseurs@fillupmedia.fr

NewCap

Thomas Grojean
Relations investisseurs
fillupmedia@newcap.eu
01 44 71 94 94

NewCap

Nicolas Merigeau
Antoine Pacquier
Relations Médias
fillupmedia@newcap.eu
01 44 71 94 98