

Résultats semestriels 2025 : recentrage sur l'Europe et lancement d'une nouvelle génération de publicités basées sur l'IA et inspirées des Social Ads

Paris, le 25 septembre 2025 – Invibes Advertising (Invibes), société de technologie avancée spécialisée dans la publicité digitale, publie ses résultats du 1^{er} semestre 2025.

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 2025	S1 2024 ¹
Chiffre d'affaires	9 876	11 906
Achats et charges externes	(6 206)	(7 705)
Charges de personnel	(6 739)	(6 494)
Capitalisation des immo. incorporelles	927	850
REBITDA ²	(2 142)	(1 443)
Dépenses non récurrentes	(56)	(292)
EBITDA	(2 198)	(1 735)
Dotations aux amortissements et provisions	(955)	(725)
Résultat opérationnel	(3 153)	(2 460)
Résultat financier	(193)	(72)
Impôt	(40)	(4)
Résultat net	(3 386)	(2 536)

Repli du chiffre d'affaires dans un contexte de recentrage stratégique sur les marchés européens clés

Au premier semestre 2025, Invibes réalise un chiffre d'affaires consolidé de 10,0 M€, en baisse de 15,1 % par rapport à la même période de l'exercice précédent retraité ¹.

Cette évolution traduit un environnement de marché qui demeure complexe, marqué par une concurrence accrue et une prudence persistante des annonceurs dans leurs arbitrages budgétaires. Elle s'inscrit également dans une période de recentrage stratégique, pendant laquelle le Groupe a engagé une rationalisation de son empreinte géographique, avec la fermeture progressive des marchés dits « Start-up » afin de concentrer ses ressources et investissements sur ses principaux hubs européens.

Ces mesures se sont accompagnées d'une adaptation de son organisation, avec une réduction nette d'environ 50 équivalents temps plein sur un effectif total de 180 collaborateurs.

¹ Après revue par les Commissaires aux Comptes, et afin de se conformer aux règles comptables en vigueur, la déconsolidation de ML2Grow ne sera effective qu'à compter du 1er avril 2024. Toutefois, à des fins de comparabilité et afin de refléter le nouveau périmètre économique, le chiffre d'affaires du 1er semestre 2024 a été retraité de ML2Grow.

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 du premier semestre 2025.

Elles visent à renforcer la résilience opérationnelle du Groupe, consolider ses fondamentaux économiques, et accélérer la trajectoire vers un modèle structurellement rentable et générateur de cash-flow.

Parallèlement, Invibes a poursuivi le déploiement de solutions technologiques différenciantes, s'appuyant sur l'intelligence artificielle générative pour renforcer l'efficacité publicitaire de ses clients.

Des résultats semestriels 2025 n'intégrant pas encore les effets des mesures de rationalisation

Les comptes du semestre ne reflètent pas encore l'ensemble des bénéfices attendus du recentrage et de l'optimisation des coûts.

L'EBITDA courant (REBITDA) est ainsi en recul sur le semestre à -2,1 M€. Après comptabilisation des charges non courantes, l'EBITDA ressort à -2,2 M€, contre -1,7 M€ au premier semestre 2024.

La marge d'EBITDA des marchés actifs, avant intégration des coûts centraux, demeure solide à 11% du chiffre d'affaires, témoignant du potentiel sous-jacent de ces marchés.

Après prise en compte des dotations aux amortissements, Invibes affiche une perte opérationnelle de -3,2 M€ et une perte nette de -3,4 M€.

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

Au 30 juin 2025, la trésorerie brute s'élève à 7,7 M€ (incluant 2,9 M€ d'affacturage déconsolidant) pour une trésorerie nette de 4,2 M€. Cette solidité financière permet à Invibes de poursuivre ses investissements dans l'innovation technologique et le développement commercial de ses hubs européens.

Invibes Advertising redéfinit les standards de la publicité digitale en plaçant l'IA au cœur de sa stratégie

Au cours des six premiers mois de l'année, Invibes a accéléré son virage stratégique dans l'intelligence artificielle générative en l'inscrivant au cœur de sa nouvelle génération de solutions publicitaires.

Avec Fusion, sa solution propriétaire basée sur l'IA générative, le Groupe entend dépasser le display traditionnel pour ouvrir une nouvelle ère en s'inspirant des *social ads* intégrées et intelligentes, alliant hyper-personnalisation créative et optimisation média en temps réel.

Cette rupture technologique permet aux marques de bénéficier de taux d'attention nettement supérieurs, traduisant un engagement plus profond et un impact mesurable sur la mémorisation publicitaire et la conversion.

Dans un contexte où les budgets basculent massivement vers les *social ads*, Invibes se positionne comme un acteur différenciant et incontournable de la transformation du marché publicitaire digital.

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

« Ce premier semestre constitue une étape clé dans la transformation d'Invibes. Le recentrage sur nos hubs européens consolide nos fondamentaux, tandis que l'intégration de l'IA générative enrichit notre plateforme propriétaire et élargit le champ des solutions proposées. Avec le déploiement d'une nouvelle génération de publicités basées sur l'IA et inspirées des Social Ads au sein de notre offre, nous apportons aux marques des formats plus immersifs, des taux d'attention bien supérieurs et une efficacité publicitaire mesurable. Cette évolution stratégique place Invibes dans une position unique pour répondre aux attentes du marché et générer une valeur durable pour nos clients comme pour nos actionnaires ».

Prochaine publication : chiffre d'affaires du 3^{ème} trimestre 2025, le 28 octobre 2025 (post bourse).

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 des solutions alimentées par l'intelligence artificielle générative (GenAI) pour renforcer l'impact des campagnes—offrant des expériences publicitaires hyper-personnalisées et axées sur la performance, adaptées à chaque audience et à chaque contexte. En combinant des créations hyper-personnalisées et un ciblage précis, Invibes garantit que les campagnes résonnent profondément avec les consommateurs, générant un engagement inégalé, une amélioration de la notoriété et un impact commercial réel pour les annonceurs.

Pour collaborer avec des entreprises mondiales de premier plan comme Microsoft, Coca-Cola, IKEA, Volkswagen ou H&M, 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 :

www.invibes.com/investors

Suivez en direct les dernières actualités d'Invibes Advertising :

[LinkedIn @Invibes Advertising](#)

Financial & Corporate Contacts:

Kris Vlaemynck, co-CEO

kris.vlaemynck@invibes.com