

Risultati semestrali 2023: ritorno a un EBITDA positivo nel 1° semestre

Milano, 20 settembre 2023 - Invibes Advertising (Invibes), società tecnologica avanzata specializzata nella pubblicità digitale, ha reso noti i propri risultati per la prima metà del 2023, che evidenziano il ritorno a un EBITDA positivo.

La relazione finanziaria semestrale è disponibile sul sito internet della Società: <https://www.invibes.com/it/it/investors.html>

Dati consolidati non sottoposti a revisione, in migliaia di €	S1 2023	S1 2022	Δ
Dati di vendita	12.441	13.265	-6%
Acquisti e spese esterne	(7.136)	(7.274)	-2%
Costi per il personale	(5.113)	(6.958)	-27%
EBITDA	192	(967)	+1.159
Svalutazione, ammortamenti e accantonamenti	(599)	(630)	-5%
Risultato operativo	(407)	(1.597)	+1.190
Risultato finanziario	(36)	(141)	+74%
Imposte	(3)	(1)	-
Risultato netto	(446)	(1.739)	+1.293

Vendite resilienti nella prima metà del 2023, in calo del 6% su base annua.

Nel 1° semestre del 2023, Invibes ha registrato vendite per 12,4 milioni di euro, in calo del 6% rispetto allo stesso periodo del 2022, dimostrando andamenti contrastanti a seconda del paese.

Durante i primi sei mesi, l'attività nei **paesi esistenti** dove Invibes opera da più tempo (Francia, Spagna, Svizzera) ha continuato a essere difficile.

Per contro, i **paesi in fase di scale-up** (Germania, Regno Unito, Italia e Belgio) si sono dimostrati resilienti, con un aumento delle vendite del 23% nello stesso periodo.

Ritorno a un EBITDA positivo nel 1° semestre.

A fronte di un significativo rallentamento del mercato pubblicitario nell'estate del 2022, Invibes ha risposto rapidamente adottando misure immediate nella seconda metà dell'anno per ottimizzare la struttura dei costi, in particolare riducendo il personale del 15% nel secondo semestre del 2022, con l'obiettivo di tornare alla redditività nel 2023.

Queste rapide misure di contenimento delle spese hanno consentito al Gruppo di adeguare la struttura dei costi al contesto economico più debole, mantenendo al contempo le forze commerciali necessarie per perseguire la crescita in tutti i paesi strategici in tal senso. Queste misure, unite a un rigoroso controllo su altri parametri chiave, come il margine lordo, hanno consentito il ritorno a un EBITDA positivo dal 1° semestre 2023.

Di seguito è riportata la ripartizione dell'EBITDA per fase di sviluppo dei Paesi:

<i>Dati consolidati, non sottoposti a revisione, in migliaia di €</i>	S1 2023	S1 2022	S1 2021
Paesi esistenti ⁽¹⁾			
Dati di vendita	8.332	10.148	7.014
EBITDA	2.543	3.316	2.078
% EBITDA	31%	33%	30%
Scale-up ⁽²⁾			
Dati di vendita	3.584	2.918	1.691
EBITDA	133	(446)	(283)
% EBITDA	4%	-15%	-17%
Nuovi paesi (start-up) ⁽³⁾			
Dati di vendita	524	199	10
EBITDA	(392)	(753)	(40)
% EBITDA	-	-	-
Spese generali del Gruppo ⁽⁴⁾			
	(2.094)	(3.084)	(1.252)
EBITDA consolidato	192	(967)	503

(1) Francia, Spagna, Svizzera e ML2GROW

(2) Germania, Regno Unito, Italia e Belgio

(3) Svezia, Norvegia, Danimarca, Sudafrica, Paesi Bassi, Emirati Arabi Uniti, Polonia e Repubblica Ceca

(4) Escluso il CAPEX

Nonostante il calo dell'attività nei paesi in cui Invibes opera da più tempo (Francia, Spagna, Svizzera), il margine EBITDA è rimasto solido attestandosi a oltre il 31%, dimostrando così la resilienza del modello quando un mercato è maturo e ben definito e tutti i fondamentali vengono attivati, nonostante le condizioni più difficili.

Nei paesi in fase di scale-up (Germania, Regno Unito, Italia e Belgio), la crescita delle vendite è stata accompagnata da un miglioramento della redditività, con l'EBITDA che mostra un trend positivo nel periodo.

Al netto di una svalutazione di 599.000 euro, Invibes ha registrato una perdita operativa di 407.000 euro, ovvero più del quadruplo del dato del primo semestre 2022.

La perdita netta è stata anch'essa divisa quasi per 4 nel corso del periodo, raggiungendo quota 446.000 euro.

Un solido bilancio a sostegno della crescita.

Con una posizione di liquidità lorda di 17,3 milioni di euro (compreso il factoring di 5,3 milioni di deconsolidamento) e una posizione di liquidità netta di 10,5 milioni di euro al 30 giugno 2023, il Gruppo ha la capacità necessaria per finanziare il proprio sviluppo futuro e mantenere un elevato livello di investimenti in R&S, con l'innovazione che rimane il principale elemento trainante del modello Invibes.

Soluzioni di targeting intelligenti sempre più innovative e uniche, che offrono una forte differenziazione competitiva.

Le misure di riduzione dei costi sono state attuate con l'obiettivo di mantenere la propria capacità di innovazione, che è essenziale per continuare a distinguersi nell'ecosistema della pubblicità digitale e conquistare nuove quote di mercato.

Alla luce di questa costante innovazione, Invibes si distingue dai suoi concorrenti con una proposta di valore unica che integra servizi e soluzioni tecnologiche su misura per i settori di attività degli inserzionisti, oltre a soluzioni di targeting sempre più intelligenti basate su big data e formati in-feed innovativi e ad alto impatto.

Per fare un esempio, nel primo semestre dell'anno, Invibes ha lanciato Invibes Survey, una soluzione interattiva di targeting che si è rivelata molto popolare tra gli inserzionisti, capace di combinare la potenza del branding con la raccolta di feedback diretti da parte degli utenti su qualsiasi argomento per ottenere dati chiave allo scopo di ottimizzare le campagne future e migliorare la customer experience.

A monte di una campagna, questa nuova soluzione utilizza un sondaggio di un gruppo di persone per identificare con precisione segmenti di pubblico target basati su caratteristiche simili a quelle degli intervistati, consentendo di estendere la portata della campagna pubblicitaria stessa e conquistare nuovi clienti.

Al termine di una campagna, l'inserzionista può anche lanciare un sondaggio per misurare efficacia e impatto (consapevolezza, immagine, intenzioni di acquisto, abitudini di consumo, ecc.).

Negli ultimi mesi, molti inserzionisti hanno già utilizzato con successo questa soluzione innovativa, tra cui Nissan, Universal Pictures e Amazon Prime Video.

Outlook: riaffermazione dell'obiettivo di un EBITDA positivo nel 2023

Con un primo semestre caratterizzato dal ritorno a un EBITDA positivo e beneficiando dell'effetto delle misure di riduzione dei costi attuate alla fine del 2022, Invibes ribadisce la sua fiducia nell'obiettivo di raggiungere un EBITDA positivo per l'intero esercizio 2023.

Informazioni su Invibes Advertising

Invibes Advertising (Invibes) è una tech company internazionale specializzata nell'innovazione del digital advertising.

Fondata sulla convinzione che l'efficacia del digital advertising deriva dall'essere realmente innovativi e naturalmente coinvolgenti per gli utenti, Invibes ha sviluppato una piattaforma tecnologica integrata che consente ai brand di raggiungere i consumatori attraverso una pubblicità in-feed di grande impatto.

Invibes assicura un advertising che crea positive attention sfruttando la potenza di big data, formati in-feed innovativi, wide reach e ampi servizi di intelligence.

Precursora del sustainable advertising, Invibes offre anche una soluzione unica per compensare le emissioni delle sue campagne attraverso la Carbon-Neutral label.

Per collaborare con alcuni dei più grandi marchi mondiali, come Amazon, Bacardi, Dell, IKEA e Toyota, ci affidiamo a persone ancora più grandi. In Invibes lavoriamo per mantenere un ambiente dinamico e aperto che promuova una cultura creativa, di crescita e di #GoodVibes, e che traspare direttamente ai nostri clienti.

Vuoi saperne di più su Invibes? Visita: www.invibes.com

Invibes Advertising è quotata sulla borsa Euronext (Ticker: ALINV - ISIN: BE0974299316)

Leggere i nostri ultimi comunicati stampa su:

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

Seguire le ultime notizie relative a Invibes Advertising su:

LinkedIn [@Invibes Advertising](#) **Twitter** [@Invibes_adv](#)

Contatti finanziari e aziendali:

Kris Vlaemynck, CEO congiunto

kris.vlaemynck@invibes.com