

Halfjaarresultaten 2023: Invibes knoopt weer aan met positieve EBITDA in S1

Gent, 20 september 2023 – Technologiebedrijf Invibes Advertising (Invibes), dat specialiseert in digitale reclame, heeft zijn resultaten gepubliceerd voor de eerste helft van 2023. Het bedrijf knoopt weer aan met een positieve EBITDA.

Het financiële verslag van het eerste halfjaar is beschikbaar op de website van het bedrijf: <https://www.invibes.com/nl/nl/investors.html>

Niet-geauditeerde, geconsolideerde cijfers, in k€	S1 2023	S1 2022	Δ
Verkoopcijfers	12 441	13 265	-6%
Aankopen en externe kosten	(7 136)	(7 274)	-2%
Personeelskosten	(5 113)	(6 958)	-27%
EBITDA	192	(967)	+1 159
Depreciaties, afschrijvingen en provisies	(599)	(630)	-5%
Operationeel resultaat	(407)	(1 597)	+1 190
Financieel resultaat	(36)	(141)	+74%
Belastingen	(3)	(1)	-
Nettoresultaat	(446)	(1 739)	+1 293

Verkoop stijgt opnieuw in de eerste helft van 2023, 6% lager dan S1 j-o-j

In het 1e halfjaar van 2023 boekte Invibes een omzet van €12,4m, een daling van 6% ten opzichte van dezelfde periode in 2022. Het weerspiegelt contrasterende trends in verschillende landen.

Tijdens de eerste zes maanden bleven de activiteiten in de bestaande landen waar Invibes het langst gevestigd is (Frankrijk, Spanje, Zwitserland) een uitdaging vormen.

Terwijl landen in de scale-upfase (Duitsland, het Verenigd Koninkrijk, Italië en België) veerkrachtig bleken, met een omzetstijging van 23% over de periode.

Opnieuw een positieve EBITDA in S1

Na de sterke vertraging in de reclamesector in de zomer van 2022, heeft Invibes onmiddellijk maatregelen genomen om zijn kostenstructuur te optimaliseren. In de tweede helft van 2022 reduceerde Invibes zijn medewerkersbestand met 15%, om opnieuw winstgevend te zijn in 2023.

Deze snelle maatregelen hebben de Groep in staat gesteld om zijn kostenstructuur aan te passen aan de zwakkere economische context. De Groep behield de salescapaciteit die nodig is om de groei in alle strategische landen voort te zetten.

In combinatie met een strikte controle van onder meer bruto omzet slaagde Invibes er dankzij deze besparingen in terug te keren naar een positieve EBITDA voor de 1e helft van 2023.

De uitsplitsing van EBITDA volgens maturiteit per land:

<i>Geconsolideerde, niet-geauditeerde gegevens, in k€</i>	S1 2023	S1 2022	S1 2021
Bestaande landen ⁽¹⁾			
Verkoopcijfers	8 332	10 148	7 014
EBITDA	2 543	3 316	2 078
% EBITDA	31%	33%	30%
Scale-up ⁽²⁾			
Verkoopcijfers	3 584	2 918	1 691
EBITDA	133	(446)	(283)
% EBITDA	4%	-15%	-17%
Nieuwe landen (start-ups) ⁽³⁾			
Verkoopcijfers	524	199	10
EBITDA	(392)	(753)	(40)
% EBITDA	-	-	-
Overheadkosten Groep ⁽⁴⁾	(2 094)	(3 084)	(1 252)
Geconsolideerde EBITDA	192	(967)	503

(1) Frankrijk, Spanje, Zwitserland en ML2GROW

(2) Duitsland, het Verenigd Koninkrijk, Italië, en België

(3) Zweden, Noorwegen, Denemarken, Zuid-Afrika, Nederland, VAE, Polen, en de Tsjechische Republiek

(4) CAPEX niet inbegrepen

Ondanks een daling van de activiteiten in de landen waar Invibes het langst gevestigd is (Frankrijk, Spanje, Zwitserland), bleef de EBITDA-marge stevig op meer dan 31%, wat de veerkracht van het model aantoont in een volwassen en gevestigde markt met sterke fundamenten, ook in moeilijkere omstandigheden.

In landen in de scale-upfase (Duitsland, het VK, Italië en België) ging de omzetgroei gepaard met een verbetering van de winstgevendheid, waarbij de EBITDA over de periode een positieve trend liet zien.

Rekening houdend met een afschrijving van €599k, boekte Invibes een operationeel verlies van €407k. Dat is ruim vier maal hoger dan in de eerste helft van 2022.

Het nettoverlies werd ook gedeeld door bijna 4 over de periode en bereikte €446.000.

Een solide balans om groei te ondersteunen

Met een bruto kaspositie van €17,3 miljoen (inclusief €5,3 miljoen aan *deconsolidating factoring*) en een netto kaspositie van €10,5 miljoen op 30 juni 2023, heeft de Groep de nodige middelen om zijn toekomstige ontwikkeling te financieren, inclusief investeringen in R&D. Innovatie blijft de belangrijkste drijfveer van het Invibes-model.

Continue updates van slimme *targeting*oplossing voor sterk en uniek concurrentievermogen

Dankzij de vermelde kostenbesparende maatregelen kon Invibes zijn innovatievermogen op peil houden. Dat is essentieel om zich te blijven onderscheiden in de digitale reclamemarkt en om nieuw marktaandeel te winnen.

Die voortdurende innovatie verhoogt het concurrentievermogen van Invibes. Zijn unieke waardepropositie bestaat uit technologische diensten en oplossingen op maat van adverteerders en hun branches. Invibes biedt almaar meer nieuwe *smart targeting* oplossingen op basis van big data en innovatieve, impactvolle in-feed formats.

Om een voorbeeld te geven: in de eerste helft van het jaar kwam Invibes met 'Invibes Survey', een interactieve targetingoplossing die erg populair is gebleken bij adverteerders. Het combineert de kracht van branding met directe feedback van gebruikers over elk mogelijk onderwerp. Invibes Surveys verzamelt belangrijke gegevens waarmee klanten toekomstige campagnes en de klantervaring optimaliseren.

De tool laat toe om veel nauwkeuriger doelgroepen te identificeren voor een campagne. Aan de hand van een enquête bepaalt men de kenmerken van de doelgroep, die ook overeenstemmen met die van de respondenten. Gebruikers vergroten het bereik van de reclamecampagne en winnen nieuwe klanten.

Aan het einde van een campagne kan de adverteerder ook een enquête lanceren om de doeltreffendheid en de impact te meten (bekendheid, imago, aankoopintentie, consumptiegewoonten, enz.)

Meerdere adverteerders hebben deze innovatieve oplossing de afgelopen maanden al met succes gebruikt, waaronder Nissan, Universal Pictures en Amazon Prime Video.

Vooruitzichten: een positieve EBITDA blijft het doel voor 2023

Met een positieve EBITDA over het eerste halfjaar als resultaat van de kostenbesparende maatregelen van eind 2022, bevestigt Invibes opnieuw zijn vertrouwen en doel van een positieve EBITDA voor het volledige boekjaar 2023.

Over Invibes Advertising

Invibes Advertising (Invibes) is een internationaal technologiebedrijf gespecialiseerd in digitale reclame-innovatie.

Gebaseerd op de filosofie dat de efficiëntie van advertising voortkomt uit echte innovatie en natuurlijke betrokkenheid van gebruikers, heeft Invibes een geïntegreerd technologieplatform ontwikkeld voor merken om consumenten te bereiken via impactvolle in-feed advertising.

Invibes levert digital advertising die positieve aandacht creëert door gebruik te maken van de kracht van big data, innovatieve in-feed formaten, een groot bereik en uitgebreide intelligence diensten.

Als pionier op het gebied van duurzame reclame biedt Invibes ook een unieke oplossing om de uitstoot van campagnes te compenseren via het Carbon-Neutral label.

Om samen te werken met enkele van de grootste merken ter wereld, zoals Amazon, Bacardi, Dell, IKEA en Toyota, vertrouwen we op nog grotere mensen. Bij Invibes streven we naar een energieke, open omgeving die een cultuur van ideevorming, groei en #GoodVibes bevordert, die rechtstreeks doorstraalt naar onze klanten.

Meer weten over Invibes? Bezoek: www.invibes.com

Invibes Advertising is genoteerd aan de Euronext Stock Exchange (Ticker: ALINV - ISIN: BE0974299316).

De meest recente persberichten vindt u hier:

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

Volg het laatste nieuws van Invibes Advertising op sociale media:

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

Financial & Corporate Contacts:

Kris Vlaemynck, co-CEO

kris.vlaemynck@invibes.com