

Forte crescita dei risultati annuali 2023

Ritorno a un EBITDA e a un utile netto positivi

Milano, 27 marzo 2024 - Invibes Advertising (Invibes), azienda di tecnologia avanzata specializzata nella pubblicità digitale, ha pubblicato i propri risultati per il 2023, evidenziando una forte crescita e un ritorno a un EBITDA e a un utile netto positivi.

La relazione annuale di bilancio è disponibile sul sito web della Società:

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

Dati consolidati sottoposti a revisione, in migliaia di €	2023	2022	Δ
Dati relativi alle vendite	28.913	27.966	+3,4%
Acquisti e oneri esterni	(16.497)	(17.873)	-7,7%
Costi del personale	(10.389)	(11.227)	-7,5%
REBITDA¹	2.027	(1.134)	+3.161 €
Spese non correnti	(56)	(3.374)	-98%
EBITDA	1.971	(4.508)	+6.479 €
Ammortamenti, accantonamenti e svalutazioni	(1.383)	(1.419)	-2,5%
Utile (perdita) d'esercizio corrente	588	(5.927)	+6.515 €
Perdita di valore straordinaria	-	(1.766)	n/a
Utile (perdita) d'esercizio	588	(7.693)	+8.281 €
Risultato finanziario	(594)	(469)	+26,7%
Imposte differite	563	190	+196,3%
Utile (perdita) netto	557	(7.972)	+8.529 €

Crescita delle vendite del 3,4% nel 2023

Nel corso del 2023, Invibes ha registrato una crescita delle vendite del 3,4%. Il 1° semestre del 2023 è stato caratterizzato da un rallentamento della crescita nel settore della pubblicità digitale, seguito da due trimestri consecutivi di crescita delle vendite nel secondo semestre, grazie al rinnovato vigore del settore.

L'attività nei Paesi in cui Invibes è presente da più tempo (Francia, Spagna e Svizzera) è rimasta stabile nella seconda metà dell'anno, il che corrisponde a performance notevole dopo le difficili condizioni del primo semestre dell'anno. Ciò ha limitato il calo al 13% nel corso dell'anno.

I Paesi in fase di crescita (Germania, Regno Unito, Italia e Belgio) stanno registrando una crescita accelerata tra il 1° e il 2° semestre, con una crescita totale del 32% nel 2023.

¹ REBITDA: EBITDA ricorrente, ossia utile operativo prima degli ammortamenti, accantonamenti e oneri non ricorrenti, come spiegato nel paragrafo 1.3 - Attività principali, del bilancio 2023.

I nuovi Paesi in cui l'attività è in fase di avviamento (Svezia, Norvegia, Danimarca, Sudafrica, Paesi Bassi, Emirati Arabi Uniti, Polonia, Repubblica Ceca) hanno superato la soglia di quasi un milione di euro di vendite per la prima volta nel 2023.

Ritorno a EBITDA e un utile netto positivi entro il 2023

Le rapide misure volte a ridurre la struttura dei costi, attuate da Invibes a partire dalla seconda metà del 2022 per fornire un sostegno in seguito al rallentamento della crescita del mercato pubblicitario nel periodo, hanno dato buoni frutti nel 2023. Queste misure, unite al ritorno alla crescita delle vendite dal 3° trimestre 2023, hanno consentito a Invibes di conseguire l'obiettivo di tornare a una crescita redditizia nel 2023.

L'EBITDA ricorrente (REBITDA) era quindi pari a €2,0 mln nel 2023, rispetto a -€1,1 mln nel 2022, registrando un incremento di €3,2 mln tra i due esercizi.

Al netto delle spese non correnti, l'EBITDA era pari a €2,0 mln nel 2023, rispetto a -€4,5 mln nel 2022 che includevano i costi relativi alla ristrutturazione effettuata nel secondo semestre 2022.

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

<i>Dati consolidati sottoposti a revisione, in migliaia di €</i>	2023	2022	Δ
Paesi esistenti ⁽¹⁾			
Dati relativi alle vendite	17.267 ⁽²⁾	19.892	-13,2%
EBITDA	5.198	5.131	+1,3%
% EBITDA	30%	26%	
Paesi in fase di scale-up ⁽³⁾			
Dati relativi alle vendite	9.927	7.538	+31,7%
EBITDA	1.902	(640)	n/a
% EBITDA	19%	n/a	
Nuovi Paesi (in fase di avviamento) ⁽⁴⁾			
Dati relativi alle vendite	973	536	+81,5%
EBITDA	(579)	(1.529)	n/a
% EBITDA	n/a	n/a	
Attività operative cessate ⁽⁵⁾			
Dati relativi alle vendite	701	-	n/a
EBITDA	17	-	n/a
Spese generali del Gruppo ⁽⁶⁾			
	(4.567)	(7.470)	-38,9%
EBITDA consolidato	1.971	(4.508)	+6.479 €

(1) Francia, Spagna, Svizzera

(2) L'attività ML2Grow è stata riclassificata come attività cessata a seguito della sua cessione nel marzo 2024

(3) Germania, Regno Unito, Italia e Belgio

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

(5) Corrisponde alla vendita di ML2Grow a marzo 2024

(6) Escluso CAPEX

Nonostante un calo dell'attività nei Paesi in cui Invibes è presente da più tempo (Francia, Spagna, Svizzera), l'EBITDA è leggermente cresciuto, consentendo al margine di aumentare di

4 punti al 30% delle vendite, dimostrando la resilienza del modello quando un mercato è maturo e consolidato e quando tutti i fondamentali sono attivati, nonostante le difficili condizioni di mercato.

L'EBITDA nei Paesi in fase di scale-up è nettamente aumentato nel 2023 per raggiungere il 19% delle vendite, dimostrando la forza del modello di sviluppo internazionale di Invibes, basato sulla sua capacità di lanciare la sua attività rapidamente e con successo in un nuovo Paese in modo che possa fornire un contributo alla redditività in meno di due anni dal lancio.

Dopo aver raggiunto la soglia di quasi un milione di vendite nel corso del 2023, i nuovi Paesi dove l'attività è di recente avviamento (*start-up*) beneficeranno rapidamente, come le *scale-up*, della forza del modello e aumenteranno il loro contributo alla redditività del Gruppo.

Si segnala che ML2Grow è stata venduta nel marzo 2024 ed è quindi contabilizzata come attività operativa cessata. Lo scopo dell'acquisizione della società nel 2019 è stato quello di rafforzare le capacità di apprendimento automatico di Invibes per analizzare ulteriormente i dati utilizzando l'intelligenza artificiale. Attraverso il trasferimento di conoscenze, il team ML2Grow ci ha aiutato a portare avanti le nostre iniziative sull'IA. Li ringraziamo e facciamo loro i migliori auguri.

Anche l'utile d'esercizio e l'utile netto sono tornati in territorio positivo.

Includendo ammortamenti per €1,3 mln, Invibes ha registrato un utile operativo di €0,6 mln. Dopo aver incluso un onere finanziario di €0,6 mln e un credito d'imposta di €0,6 mln relativo alla capitalizzazione delle imposte differite, il risultato netto è pari a €0,6 mln.

Tra il 2022 ed il 2023 il risultato d'esercizio ed il risultato netto sono cresciuti rispettivamente di €8,3 mln e €8,5 mln, dimostrando la capacità del Gruppo di adattare rapidamente i propri costi all'evoluzione dell'attività e di mantenere una redditività sostenuta, senza penalizzare la capacità di innovazione o di conquista di nuovi business.

Al 31 dicembre 2023 Invibes presentava una solida struttura finanziaria, con una liquidità netta di €10,8 mln e un patrimonio netto di €21,7 mln.

Prospettive per il 2024

Ancora una volta sostenuta da un mercato della pubblicità digitale in ripresa, Invibes ha iniziato il 2024 con parametri più favorevoli.

Per aumentare la densità della propria offerta *cross-market* e soddisfare la domanda dei clienti chiave internazionali alla ricerca di un'offerta globale, Invibes intende estendere la propria impronta geografica tramite l'apertura di 3 nuovi mercati, Stati Uniti, Messico e Singapore.

Grazie alla sua capacità di modellare il ROI del lancio di un nuovo Paese, Invibes si aspetta che questi nuovi mercati forniscano un contributo all'attività alcuni mesi dopo il loro lancio e poi alla redditività del gruppo entro 2 anni.

Nel 2024, Invibes è sicura di continuare a far crescere la propria attività mantenendo al contempo una redditività positiva.

Prossima pubblicazione: 1° T 2024 vendite, il 25 aprile 2024 (dopo le negoziazioni).

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](#) [X @Invibes_adv](#)

Contatti finanziari e aziendali:

Kris Vlaemyck, CEO congiunto

kris.vlaemyck@invibes.com