

## Résultats annuels 2025

- Une réduction significative du point mort pour viser une amélioration progressive de la rentabilité
- Une innovation majeure avec l'extension de Fusion, la plateforme propriétaire d'IA générative, à la *Connected TV*

Paris, le 31 mars 2026 – Invibes Advertising (Invibes), société de technologie avancée spécialisée dans la publicité digitale, publie ses résultats de l'exercice 2025.

Le rapport financier annuel est à disposition sur le site internet de la Société : [www.invibes.com/investors](http://www.invibes.com/investors)

Données consolidées non auditées, en M€	2025	2024 <sup>1</sup>
<b>Chiffre d'affaires</b>	19,8	26,5
Achats et charges externes	(13,0)	(17,2)
Charges de personnel	(10,9)	(13,1)
Capitalisation des immo. incorporelles	0,6	1,9
<b>REBITDA <sup>2</sup></b>	<b>(3,6)</b>	<b>(2,0)</b>
Dépenses non récurrentes	<b>(0,8)</b>	<b>(0,3)</b>
<b>EBITDA</b>	(4,4)	(2,3)
Dotations aux amortissements et provisions	(4,4)	(3,7)
<b>Résultat opérationnel</b>	(8,8)	(6,0)
Résultat financier	(0,2)	(0,4)
Impôt	(0,7)	(0,3)
<b>Résultat net</b>	(9,7)	(6,7)

## Une adaptation de l'organisation afin de renforcer durablement ses fondamentaux

Au cours de l'exercice 2025, Invibes a adapté son organisation, son périmètre et son offre, visant à renforcer durablement ses fondamentaux économiques et à accélérer son retour à une trajectoire de rentabilité :

- Rationalisation de son empreinte géographique, avec la fermeture des marchés non stratégiques ;
- Recentrage sur ses hubs européens clés : France, Espagne, Allemagne, Royaume-Uni, Italie et Belgique, combiné à un ancrage renforcé à Londres, au cœur des grands hubs publicitaires internationaux, idéalement positionné pour capter des budgets globaux

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

<sup>2</sup> 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 de l'exercice 2025.

et déployer des campagnes multi-marchés pour des annonceurs internationaux de premier plan ;

- Adaptation de son organisation, incluant une réduction des effectifs, une simplification de la structure managériale, avec notamment la suppression des fonctions de VP au profit d'un pilotage direct par les co-CEO fondateurs ;
- Optimisation des fonctions opérationnelles et technologiques, notamment à Bucarest en Roumanie.

Dans un environnement de marché toujours marqué par la prudence des annonceurs et une intensité concurrentielle élevée, l'exercice 2025 a été marqué par un recul de l'activité, particulièrement au T4 2025.

Pour autant, la qualité des performances délivrées par la plateforme Invibes, notamment en matière d'attention publicitaire, ont constitué un facteur différenciant clé dans un environnement où cet indicateur s'impose comme un standard de référence pour les annonceurs.

Ces performances permettent au Groupe de s'inscrire dans les stratégies médias 2026 de grands comptes internationaux tels que HP, Pepsi, Ikea ou Stellantis, renforçant ainsi la visibilité commerciale du Groupe.

### **Une réduction significative du point mort pour viser une amélioration progressive de la rentabilité**

Les comptes de l'exercice 2025 reflètent encore partiellement les effets des mesures engagées. Dans la continuité du premier semestre, les indicateurs de rentabilité demeurent pénalisés par la baisse d'activité et le décalage entre les réductions de coûts engagée et leurs pleins effets en base annuelle.

L'EBITDA courant (REBITDA) est ainsi en recul sur l'exercice à -3,6 M€. Après comptabilisation des charges non courantes, l'EBITDA ressort à -4,4 M€, contre -2,3 M€ en 2024.

La marge d'EBITDA des marchés actifs, avant intégration des coûts centraux, demeure solide à 16% 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 -8,8 M€ et une perte nette de -9,7 M€.

Néanmoins, les différentes restructurations témoignent d'une amélioration structurelle significative pour 2026 :

- Une réduction du point mort de près de 50% par rapport au premier trimestre 2025 ;
- Sur l'année, un objectif de réduction des coûts fixes de près de 5 millions d'euros
- Une amélioration de l'efficacité commerciale, avec une productivité accrue par collaborateur.

Ces éléments confirment la pertinence des décisions stratégiques prises en 2025 et renforcent la visibilité du Groupe quant à son objectif de retour à une rentabilité opérationnelle positive.

### **Une structure bilantielle maîtrisée**

Au 31 décembre 2025, la trésorerie brute s'élève à 4,8 M€ (incluant 448 K€ d'affacturage déconsolidant) pour une trésorerie nette de 2,1 M€.

Cette structure financière du Groupe maîtrisée lui permet de poursuivre ses investissements ciblés, notamment dans l'innovation technologique.

## **L'intelligence artificielle générative au cœur de la nouvelle proposition de valeur**

L'exercice 2025 a marqué une accélération décisive dans l'intégration de l'intelligence artificielle générative, au cœur de sa proposition de valeur.

Avec Fusion, sa plateforme propriétaire d'IA générative, Invibes est désormais en mesure de concevoir et de déployer des expériences publicitaires hyper-personnalisées à grande échelle sur l'open web, combinant création dynamique, ciblage avancé et optimisation en temps réel des performances.

Les premiers déploiements commerciaux auprès de Decathlon, Pandora, Vespa, Volkswagen confirment le potentiel de cette approche, tant en termes d'efficacité publicitaire que d'attractivité auprès des annonceurs, dans un marché où la performance devient le critère central de décision.

## **Une innovation majeure avec l'extension de Fusion à la *Connected TV***

Dans la continuité de cette dynamique d'innovation, Invibes a validé le potentiel de l'extension des capacités de sa plateforme Fusion à l'univers de la *Connected TV* (CTV), un segment en forte croissance au sein du marché publicitaire digital.

Les développements technologiques ont été initiés en début d'année, avec pour objectif le lancement d'une première version opérationnelle au cours de l'été 2026. Les premières campagnes devraient être déployées dans le courant de l'année 2026, avec des impacts commerciaux attendus à partir de 2027.

Cette avancée permet vise à introduire des capacités d'hyperpersonnalisation publicitaire dans l'environnement TV, historiquement dominé par des approches massifiées, et à terme à proposer une nouvelle génération de formats combinant la puissance de la télévision et la précision du digital.

Grâce à cette convergence entre IA générative, data et inventaire CTV, Invibes ouvre un nouveau champ d'opportunités permettant de délivrer des expériences publicitaires hyper-personnalisées à grande échelle sur la CTV.

Cette évolution ouvrirait la voie à une nouvelle génération de campagnes, combinant la puissance de la télévision et la précision du digital. La *Connected TV* devrait constituer ainsi un relais de croissance stratégique majeur pour Invibes au cours des prochaines années.

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

*« L'année 2025 constitue une étape décisive dans la transformation d'Invibes. Nous avons profondément revu notre organisation, réduit notre base de coûts et recentré nos activités sur nos marchés les plus stratégiques. Dans le même temps, nous avons franchi un cap technologique majeur avec le lancement de Fusion, notre plateforme propriétaire d'IA générative et ses premières applications. Ces évolutions nous permettent aujourd'hui d'aborder une nouvelle phase, avec un modèle plus agile, une proposition de valeur renforcée et une ambition claire : renouer durablement avec la rentabilité ».*

**Prochaine publication** : chiffre d'affaires du 1<sup>er</sup> trimestre 2026, le 14 mai 2026 (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](http://www.invibes.com)

Invibes Advertising est cotée sur Euronext  
(Ticker: ALINV – ISIN: BE0974299316).

**Retrouvez nos derniers communiqués de presse sur :**

[www.invibes.com/investors](http://www.invibes.com/investors)

**Suivez en direct les dernières actualités d'Invibes Advertising :**

[LinkedIn @Invibes Advertising](#)

**Financial & Corporate Contacts:**

**Nicolas Pollet, co-CEO**

[nicolas.pollet@invibes.com](mailto:nicolas.pollet@invibes.com)