

COMMUNIQUE DE PRESSE



Fill Up Média annonce l'approbation de son Document d'Enregistrement par l'Autorité des marchés financiers dans le cadre de son projet d'introduction en bourse sur Euronext Growth® à Paris

Lyon, le 7 juin 2022, à 07h30



- **Fill Up Media est le leader français de l'affichage digital extérieur sonore sur distributeurs de carburants, avec 4 000 écrans répartis sur 630 stations-services**
- **Une solution intégrée combinant : Régie publicitaire, Studio vidéo et Gestion du réseau**
- **Une équipe dirigeante complémentaire, soudée, composée de 4 fondateurs-actionnaires**
- **Un historique de croissance rentable portée par une offre publicitaire innovante**
 - 68^{ème} place au Palmarès des Echos des 500 entreprises françaises en croissance¹
 - 436^{ème} place au Palmarès du Financial Times des entreprises en croissance en Europe¹
- **Un modèle économique prédictible au service d'objectifs financiers ambitieux**
 - 2021-2025 : CAGR du chiffre d'affaires de l'ordre de 40%
 - 2025 : chiffre d'affaires de 26 M€ et marge d'EBITDA retraitée² supérieure à 35%

¹ Palmarès 2021 des 500 entreprises françaises affichant les plus belles progressions de chiffre d'affaires sur les trois dernières années, classement effectué par Les Echos en partenariat avec l'Insitut Statista.

Fill Up Média figure également dans le Top 500 (436^e place) du FT 1 000, un classement européen mené par le Financial Times et Statista qui recense les 1 000 entreprises connaissant la croissance la plus rapide en Europe en 2022.

² La marge d'Ebitda est calculée sur un Ebitda retraité des charges de leasing liées au financement des écrans.

Fill Up Média (la « **Société** »), leader français de l'affichage digital extérieur sonore sur distributeurs de carburants, annonce l'approbation de son document d'enregistrement par l'Autorité des marchés financiers (AMF) sous le numéro I. 22-024 en date du 3 juin 2022.

Il s'agit de la première étape du processus d'introduction en bourse de Fill Up Média sur le système multilatéral de négociation Euronext Growth® à Paris, sous réserve des conditions de marché et de l'approbation par l'AMF du prospectus relatif à l'opération.

Manuel Berland, Président Directeur général et Aurélien Grillot, Directeur général Délégué, 2 des 4 co-fondateurs de Fill Up Média, déclarent : *« En 10 ans nous avons positionné Fill Up Media comme l'un des acteurs incontournables du secteur de l'affichage publicitaire, au format digital en extérieur. Véritable média de proximité grâce à un important réseau d'écrans positionnés sur les distributeurs de carburants, notre mission est d'accompagner les annonceurs locaux, régionaux ou nationaux dans leurs prises de parole afin d'accroître leur notoriété. Fort d'un historique de croissance rentable, notre offre innovante a déjà séduit plus de 3 200 clients. Ce projet d'introduction en bourse permettra à Fill Up Media d'accélérer le déploiement de sa solution intégrée, en France puis à l'international. Au nom de tous les collaborateurs de la Société, nous sommes plus que jamais engagés à écrire un nouveau chapitre de l'Histoire de Fill Up Media et poursuivre la dynamique commerciale que nous connaissons depuis la création de la Société ».*

Créée en 2011 par quatre associés toujours en poste, Fill Up Média fonde sa proposition de valeur sur la commercialisation et la diffusion de spots publicitaires sonores via des écrans digitaux installés sur des distributeurs de carburant. Positionnés stratégiquement au sein d'un réseau de 630 stations-services, ces spots ciblent les automobilistes à un moment où ils sont disponibles et captifs.

Fill Up Média décline donc sa stratégie commerciale via un réseau de distribution fondé sur des partenariats solides, d'une durée de 6 ans, garantissant l'exclusivité vis-à-vis d'autres médias. Bénéficiant d'un historique de partenariats avec des stations-services et des grandes surfaces, la Société prend en charge l'installation et l'entretien des écrans. Son modèle contractuel alloue au partenaire 25% de l'espace publicitaire ainsi que le versement de redevances. 75% du temps de parole restant est réservé à Fill Up Média qui vend ensuite ces espaces à des annonceurs locaux, régionaux ou nationaux.

Le plus grand réseau DOOH (*Digital Out Of House*) extérieur en France avec une couverture stratégique

Fill Up Média s'est développée au travers de partenariats lui ayant permis de déployer progressivement son offre sur l'ensemble du territoire tout en ciblant prioritairement des lieux stratégiques à fort trafic, tels que les principaux centres urbains qui disposent d'un meilleur retour sur investissement. Le premier partenariat d'envergure a été signé dès 2011 avec Tokheim pour assurer l'équipement de 400 stations-services. Ensuite, des partenariats ont été conclus avec Eni en 2016 (30 stations-services), Carrefour en 2017 (exploitation de 100 stations) et enfin avec Total en 2019 pour 100 stations-services additionnelles.

Ce maillage stratégique permet à Fill Up Média d'assurer une couverture homogène du territoire tout en capitalisant sur les spécificités locales de chaque station-service pour optimiser l'impact des spots publicitaires conçus par la Société.

A date, Fill Up Média dispose d'un parc de plus de 4 000 écrans publicitaires répartis au sein de 630 stations-services et touchant plus de 4 millions d'automobilistes par semaine sur l'ensemble du territoire.

Une connaissance avérée du marché et des annonceurs locaux, synonyme de fortes barrières à l'entrée

Au sein de l'environnement très concurrentiel de la communication extérieure, Fill Up Média dispose de deux arguments pour sécuriser son volume d'affaires :

- un contrat d'une durée de 6 ans avec une exclusivité de communication sur les pistes de la station-service ;
- un portefeuille d'annonceurs locaux composé par plus de 3 200 entités que les grands acteurs de la communication extérieure n'adressent pas.

Cette clientèle représente à ce jour 70% du chiffre d'affaires de la Société et est constituée d'artisans, de commerçants ou encore de restaurateurs, des acteurs qui n'ont souvent pas le temps disponible ni la connaissance requise pour gérer leur communication.

En parallèle, les annonceurs nationaux représentent 30% du chiffre d'affaires de la Société et constituent également un relais de croissance clé pour Fill Up Média. L'offre sur-mesure de la régie publicitaire apporte une réponse concrète aux besoins des annonceurs nationaux : un ciblage géolocalisé et une programmation flexible. De plus, les annonceurs nationaux apprécient l'agilité du modèle de Fill Up Média, parfaitement duplicable à l'international.

Un historique de croissance rentable et un modèle économique prédictible

L'un des principaux atouts du modèle économique de Fill Up Média réside dans sa capacité à déterminer de manière précise l'évolution de son chiffre d'affaires au cours des 6 années suivant la signature d'un partenariat, tout en maîtrisant parfaitement ses dépenses de gestion et d'entretien.

La croissance du chiffre d'affaires est rapide puisque dès la première année d'exploitation du contrat, les revenus générés par 100 stations-services atteignent 2,5 millions d'euros. Cela s'explique par la capacité de la Société à maîtriser les plannings de déploiement, par la connaissance approfondie du tissu économique local et par la progression constante du taux de renouvellement³.

Par ailleurs, les contrats négociés avec les annonceurs locaux comportent des clauses d'engagement allant de 3 à 12 mois, renforçant la forte prédictibilité du chiffre d'affaires sur l'année à venir.

Depuis sa création, la Société enregistre une forte croissance (68^{ème} Place au Palmarès des Echos des 500 Champions français de la croissance et 436^{ème} du classement du Financial Times parmi les 1 000 entreprises européennes enregistrant la plus forte croissance¹) et a atteint un EBITDA positif en 2018. En 2021, Fill Up Media a réalisé un chiffre d'affaires de 6,8 millions d'euros, en croissance de +36% par rapport à 2020 et une marge d'EBITDA retraitée de 16,5%⁴. Cette dynamique commerciale résulte d'une solution intégrée et innovante, combinant plusieurs expertises complémentaires : Régie publicitaire, Production de spots et Gestion du réseau.

Une démarche RSE cohérente avec l'ADN du Groupe

La solution proposée par Fill Up Média est par définition 100% digitale. Cette dernière se positionne au sein du segment de marché du DOOH, le modèle publicitaire générant le plus faible impact environnemental⁵. La Société a de plus fait le choix de s'engager pour la préservation de l'environnement en devenant actionnaire de « *Time for The Planet* », entreprise à but non lucratif

³ Mesure de la part de clients ayant acheté une diffusion annuelle et renouvelant leur commande à la fin de cette première année

⁴ La marge d'Ebitda est calculée sur un Ebitda retraité des charges de leasing liées au financement des écrans

⁵ Étude réalisée en 2020 par le cabinet KPMG pour l'Union de la Publicité Extérieure (UPE)

ayant pour objectif de lutter contre le dérèglement climatique au niveau mondial. En 2021, l'engagement de la Société a été de 2 500€, soit 2,2% de son résultat net.

Fill Up Média contribue également au développement économique local en dynamisant la visibilité d'acteurs locaux partout sur le territoire et en alimentant une chaîne de production d'écrans publicitaires réalisés majoritairement en France. Enfin, la Société fait bénéficier certaines grandes causes telles que le Téléthon, la Fondation Abbé Pierre ou encore la Fondation des Femmes de la visibilité offerte par son réseau à titre gracieux, elle est également partie prenante du réseau alerte enlèvement et collabore avec les forces de l'ordre en cas de besoin.

Des perspectives ambitieuses sur un marché en forte croissance

Fill Up Média évolue au sein du secteur du DOOH qui bénéficie d'une certaine dynamique avec des croissances annuelles à deux chiffres en période pré-Covid-19. Après une année 2020 contrastée en raison de la pandémie liée à la COVID-19, le segment du Digital affichait une nette reprise en 2021, matérialisée par une progression de +35% par rapport à 2020⁶.

Fort de ses fondamentaux et d'une dynamique de marché favorable, Fill Up Média a identifié trois leviers de croissance pour devenir le leader de la communication digitale extérieure (DOOH) en station-service en Europe.

Le premier est la poursuite du développement commercial via l'augmentation du nombre de stations-services partenaires. La Société prévoit d'équiper 550 stations-services supplémentaires à horizon 2025 afin d'atteindre 1 180 stations partenaires, soit une audience hebdomadaire de 10 millions d'automobilistes. Cette croissance proviendra d'une part de l'extension des partenariats existants avec Total Energies, Carrefour et d'autre part, via le développement auprès de grands réseaux GMS. A partir de 2026, Fill Up Média entend répliquer son modèle à l'international avec de premières expansions en Europe, notamment en Allemagne et au Benelux, grâce au support de Total Energies.

Le deuxième levier identifié réside dans la diversification des revenus de la Société avec le développement d'une offre complémentaire « Digital Ads », c'est-à-dire, programmer les spots réalisés sur les réseaux sociaux. Cette approche augmentera la visibilité des annonceurs locaux et leur assurera une approche « phytigitale » dès 2022.

Enfin, Fill Up Média a pour ambition de devenir le média de référence de la mobilité multi-énergies. Devant l'émergence de nouvelles sources d'énergie, mobilité électrique et mobilité des véhicules à hydrogène, Fill Up Média entend proposer une solution adaptée aux sites dédiés à la recharge des véhicules de demain.

Fill Up Média a pour objectif d'atteindre à moyen terme :

**Un taux de croissance annuel moyen du chiffre d'affaires
de l'ordre de 40% entre 2021 et 2025
et une marge d'EBITDA retraitée supérieure à 35% en 2025⁷**

Ces objectifs ne prennent pas en compte les leviers de croissance mentionnés auparavant, développement à l'international, lancement de l'offre Digital ads et l'installation d'écrans au sein de stations dédiées aux énergies renouvelables.

⁶ Source : BUMP (Baromètre Unifié du Marché Publicitaire) France Pub, Irep et Kantar, Total digital média, TV Radio, Presse, DOOH

⁷ La marge d'Ebitda est calculée sur un Ebitda retraité des charges de leasing liées au financement des écrans

Mise à disposition du Document d'enregistrement

Le document d'enregistrement de Fill Up Média est disponible sur les sites Internet de la Société (www.fillupmedia-finance.fr) et de l'AMF (www.amf-france.org), ainsi que sans frais et sur simple demande au siège social de la Société, 27 rue du Lieutenant-Colonel Prévost, 69006 Lyon. Le document d'enregistrement contient une description détaillée de la Société, notamment de son activité, sa stratégie, sa situation financière et ses résultats, ainsi que des facteurs de risques correspondant. La Société attire l'attention du public sur le Chapitre 3 « Facteurs de risque » figurant dans le document d'enregistrement enregistré auprès de l'AMF.

Accédez à davantage d'information sur le site dédié au projet d'introduction en bourse de Fill Up Média : www.fillupmedia-finance.fr

À PROPOS DE FILL UP MEDIA

Créée à Lyon en 2011, Fill Up Média est une régie publicitaire, leader français de l'affichage digital extérieur avec son (DOOH) sur distributeurs de carburants. En 2021, la Société a réalisé un chiffre d'affaires de 6,8 M€ et compte 42 collaborateurs.

Média de proximité incontournable, Fill Up Média dispose d'un réseau de 4 000 écrans stratégiquement implantés à travers toute la France, qui touchent en moyenne 4 millions d'automobilistes par semaine.

En savoir plus sur www.fillupmedia.fr

Fill Up Média

Relations investisseurs
investisseurs@fillupmedia.fr

NewCap

Thomas Grojean
Relations investisseurs
fillupmedia@newcap.eu
01 44 71 94 94

NewCap

Nicolas Merigeau
Relations Médias
fillupmedia@newcap.eu
01 44 71 94 98

Avertissement

Le présent communiqué de presse ne constitue pas une quelconque offre ou invitation à acquérir ou souscrire des titres, et ne fait pas partie d'une telle offre ou invitation, en France, au Royaume-Uni, aux États-Unis d'Amérique, au Canada, en Australie, au Japon ou dans tout autre pays. Aucune communication ou information concernant le présent communiqué de presse ou concernant la Société ne peut être publiée dans un pays ou une région nécessitant un enregistrement ou un agrément. Aucune démarche n'a été entreprise (ni ne sera entreprise) dans un quelconque pays (autre que la France) dans lequel de telles démarches seraient requises. Une offre de valeurs mobilières en France ne serait ouverte qu'après approbation par l'Autorité des marchés financiers du prospectus correspondant.

Le présent communiqué constitue une communication à caractère promotionnel et ne constitue pas un prospectus au sens du Règlement (UE) 2017/1129 du Parlement Européen et du Conseil du 14 juin 2017 (le « **Règlement Prospectus** »).

La diffusion du présent communiqué n'est pas effectuée et n'a pas été approuvée par une personne autorisée (« **authorized person** ») au sens de l'article 21(1) du Financial Services and Markets Act 2000. En conséquence, le présent communiqué est adressé et destiné uniquement (i) aux personnes situées en dehors du Royaume-Uni, (ii) aux professionnels en matière d'investissement au sens de l'article 19(5) du Financial Services and Markets Act 2000 (Financial Promotion) Order 2005, tel qu'amendé, (iii) aux personnes visées par l'article 49(2) (a) à (d) (sociétés à capitaux propres élevés, associations non-immatriculées, etc.) du Financial Services and Markets Act 2000 (Financial Promotion) Order 2005, tel qu'amendé, ou (iv) à toute autre personne à laquelle le présent communiqué pourrait être adressé conformément à la loi (les personnes mentionnées aux paragraphes (i), (ii), (iii) et (iv) étant ensemble désignées comme les « **Personnes Habilitées** »). Le présent communiqué ne constitue pas un prospectus approuvé par

la Financial Conduct Authority ou par toute autre autorité de régulation du Royaume-Uni au sens de la Section 85 du Financial Services and Markets Act 2000.

Des valeurs mobilières ne peuvent être offertes, souscrites ou vendues aux Etats-Unis en l'absence d'un enregistrement ou d'une exemption d'un tel enregistrement au titre du U.S. Securities Act of 1933 tel que modifié (le « U.S. Securities Act »). Ce communiqué de presse ne doit pas être publié, transmis ou distribué, directement ou indirectement, aux Etats-Unis.

La diffusion du présent communiqué de presse dans certains pays peut constituer une violation des dispositions légales et réglementaires en vigueur. Les informations contenues dans le présent communiqué de presse ne constituent pas une offre de valeurs mobilières au Canada, en Australie ou au Japon. Le présent communiqué de presse ne doit pas être publié, transmis ou distribué, directement ou indirectement, sur le territoire du Canada, de l'Australie ou du Japon.

Déclarations prospectives

Certaines informations contenues dans ce communiqué de presse sont des déclarations prospectives, et non des données historiques. Ces déclarations prospectives sont fondées sur des opinions, prévisions et hypothèses actuelles, en ce compris, de manière non-limitative, des hypothèses relatives à la stratégie actuelle et future de la Société ainsi qu'à l'environnement dans lequel la Société évolue. Elles impliquent des risques connus ou inconnus, des incertitudes et d'autres facteurs, lesquels pourraient amener les résultats réels, performances ou réalisations, ou les résultats du secteur ou d'autres événements, à différer significativement de ceux décrits ou suggérés par ces déclarations prospectives. Ces risques et incertitudes incluent ceux et celles figurant et détaillés dans le Chapitre 3 « Facteurs de risque » du document d'enregistrement.

Ces déclarations prospectives sont données uniquement à la date du présent communiqué de presse et la Société décline expressément toute obligation ou engagement de publier des mises à jour ou corrections des déclarations prospectives incluses dans ce communiqué afin de refléter tout changement affectant les prévisions ou événements, conditions ou circonstances sur lesquels ces déclarations prospectives sont fondées. Les informations et déclarations prospectives ne constituent pas des garanties de performances futures et sont sujettes à divers risques et incertitudes, dont un grand nombre sont difficiles à prédire et échappent généralement au contrôle de la Société. Les résultats réels pourraient significativement différer de ceux décrits, ou suggérés, ou projetés par les informations et déclarations prospectives.