

PRESENTATION INVESTISSEURS

AVRIL 2023



UNE ÉQUIPE SOUDÉE, COMPLÉMENTAIRE & VISIONNAIRE

4 co-fondateurs actionnaires



Manuel BERLAND
PDG
Co-fondateur

Expérience
Directeur Régional,
COMPLETEL



Aurélien GRILLOT
DGD
Co-fondateur

Expérience
Auditeur / Commissaire aux
Comptes, MAZARS



Julien RABIN
Directeur Commercial
Co-fondateur

Expérience
Commercial Grands-Comptes,
CEGID



Quentin MICHETTI
Directeur Technique
Co-fondateur

Expérience
Chargé de Mission, Cabinet d'expertise
comptable

« Nous **travaillons ensemble**, de manière **passionnée** et **réactive** pour que
notre **audace** vous conduise vers le **succès** »

FILL UP MÉDIA : LEADER FRANÇAIS DE L’AFFICHAGE DIGITAL EXTÉRIEUR SONORE SUR DISTRIBUTEURS DE CARBURANTS

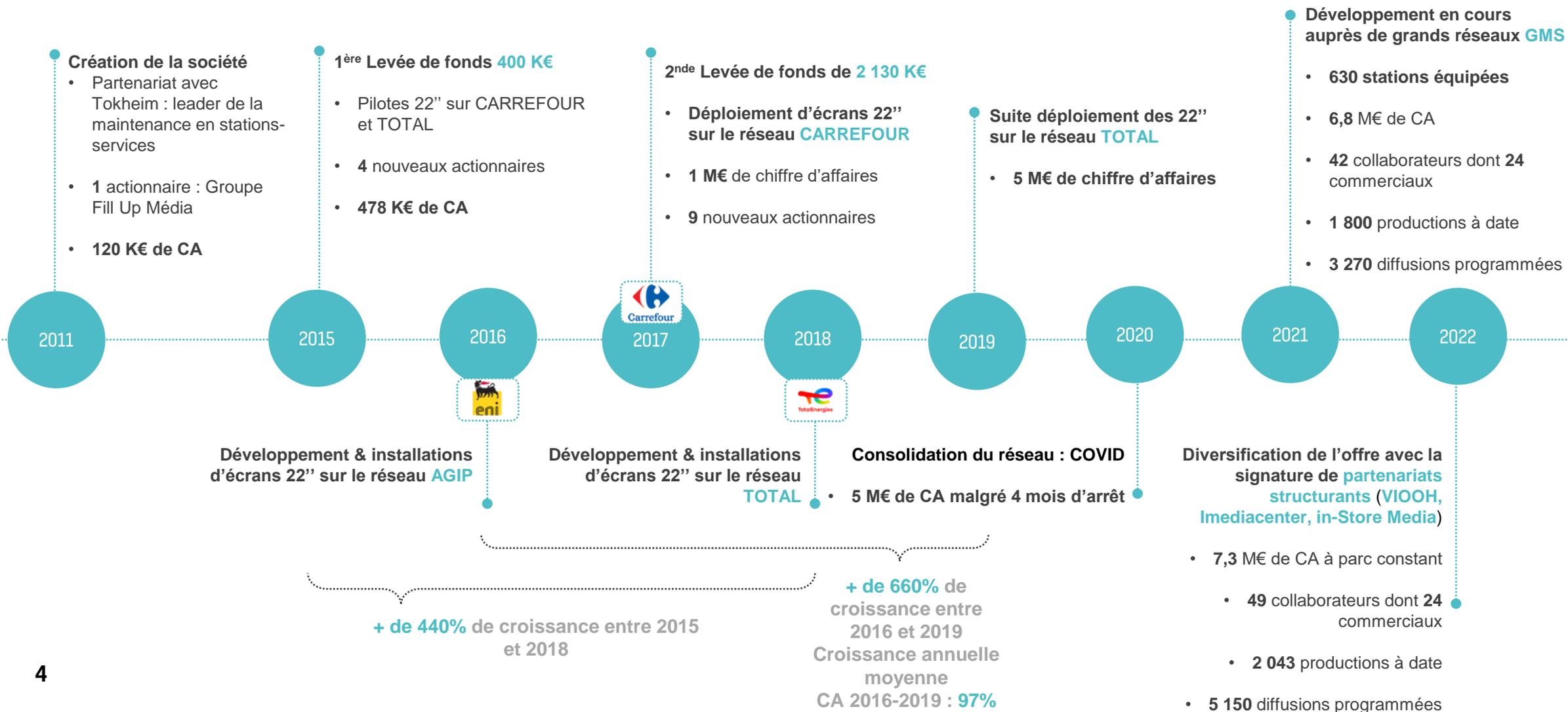
- Chiffre d’affaires généré par **la vente et la diffusion de spots publicitaires sonores** à un moment où les automobilistes sont **disponibles et captifs**
- **Forte croissance et forte rentabilité** depuis la création
- **2023 : 155^{ème} place au Palmarès des 500 champions français de la croissance¹**
- **2022 : 436^{ème} parmi les 1 000 entreprises européennes connaissant la plus forte croissance²**

LesEchos



¹ Classement effectué par Les Échos en 2023 – 7^{ème} entreprise du secteur « Publicité, Marketing & Communication »
² Classement effectué par le Financial Times en 2022

UN HISTORIQUE DE FORTE CROISSANCE PORTÉ PAR LE DÉPLOIEMENT CONQUÉRANT D'UNE OFFRE PUBLICITAIRE INNOVANTE



UNE SOLUTION INTÉGRÉE POUR UN DÉPLOIEMENT OPTIMISÉ



Régie Publicitaire

- > Planification des spots
- > Diffusion des campagnes
- > Force commerciale terrain



Production de spots

- > Conseils en communication
- > Écriture et conception
- > Création du spot en motion design



Gestion du réseau

- > Installation des écrans
- > Supervision des équipements
- > Coordination des interventions sur site



NOUVEAU ! Digital Ads

- > Adaptation des spots pour les réseaux sociaux
- > Planification des campagnes



Le modèle et ses atouts

UN RÉSEAU DE DISTRIBUTION FONDÉ SUR DES PARTENARIATS SOLIDES

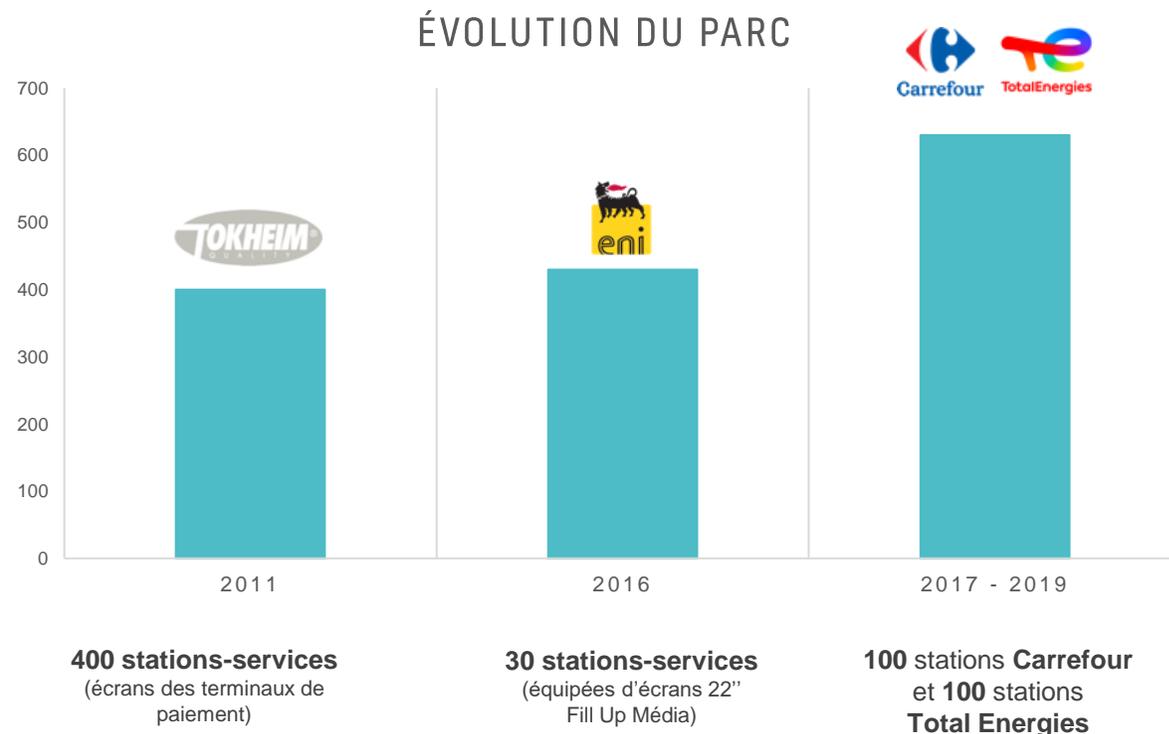
Proposition de valeur sur le long terme

- Installation et entretien des écrans pris en charge par Fill Up Média
- 25% de l'espace publicitaire réservé au partenaire (3x10 secondes)
- 75% réservé à Fill Up Média (9x10s) pour la vente de l'espace à des annonceurs locaux, régionaux, nationaux
- Réalisation des spots pour le partenaire
- Versement d'une quote-part du CA généré

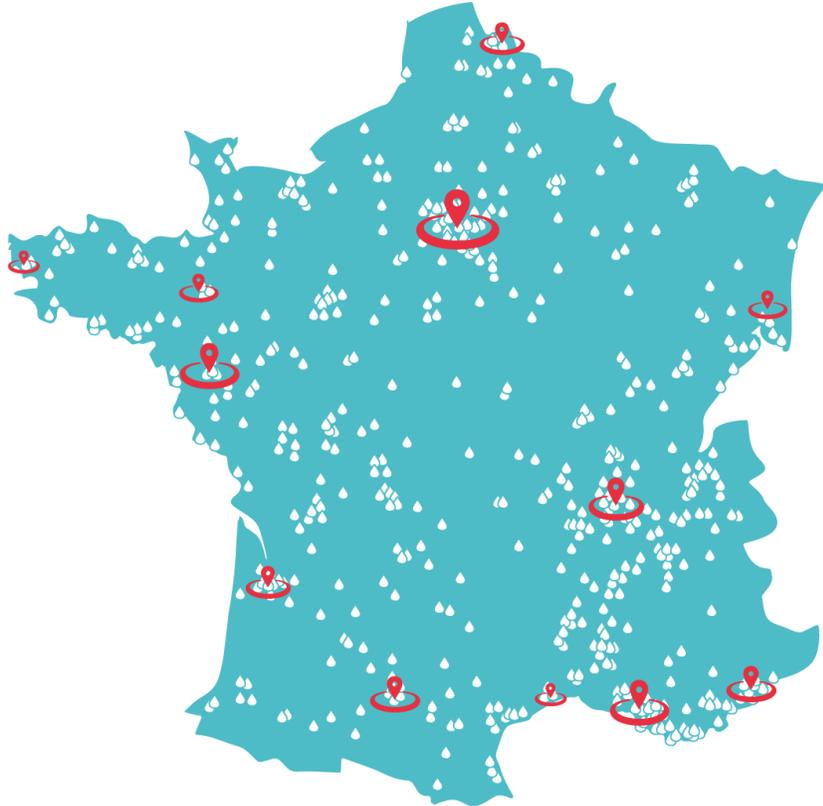
Contreparties :

- Exclusivité sur tout autre média dans la station
- Contrat de 6 ans d'exploitation

Un historique de partenariats structurants avec les stations-services et grandes surfaces



MAILLAGE STRATÉGIQUE DU TERRITOIRE, EN CROISSANCE PERMANENTE AU TRAVERS DE STATIONS-SERVICES À MEILLEUR ROCE



Une présence nationale pour un impact local

- Présence renforcée à proximité des principaux **pôles urbains**
- Lieux stratégiques à **fort trafic**
- Près de **4 000** écrans répartis sur **630** stations-services
- **+4 millions** d'automobilistes par semaine

Des enjeux de communication spécifiques

- Moderniser l'image de la station-service
- Création et amélioration de l'expérience consommateur
- Génération de trafic

Levier de croissance captif : **230 stations** équipées **d'écrans 22"** représentent **72%** du CA

UNE CLIENTÈLE D'ANNONCEURS LOCAUX : BARRIÈRE À L'ENTRÉE D'UN MODÈLE DE CROISSANCE RÉSILIENT

Une clientèle locale diversifiée : 3 200 clients en portefeuille

Un portefeuille sectoriel équilibré autour de 5 catégories d'annonceurs :

- **Artisans / Commerçants** : plombiers, chauffagistes, cuisinistes...
- **Restaurateurs** : fast-food ou restauration traditionnelle
- **Automobile** : garagistes, concessionnaires...
- **Immobilier** : agents immobiliers, promoteurs, agences
- **Loisirs** : salles de gym, accrobranche, bowling, karting...

Un modèle de croissance résilient :

- Une solution clé en main : vente de l'espace et réalisation du contenu
- Contrat avec engagement de 6 à 12 mois : forte prédictibilité du chiffre d'affaires à N+1
- **CA 2020 égal à 2019 malgré 4 mois d'activités en moins, contrairement aux autres acteurs du marché.**

 **90%**
du CA



Quelques exemples...

UNE CLIENTÈLE D'ANNONCEURS NATIONAUX : FORTE COMPLÉMENTARITÉ DU MODÈLE ET RELAIS DE CROISSANCE

Des clients nationaux vecteurs de croissance

- Des annonceurs de 1^{er} plan : Ford, Orange, SumUp, Peugeot, Matmut...
- Une **capacité d'innovation** reconnue au sein de l'écosystème
- Une **offre sur-mesure** en réponse aux besoins des annonceurs : ciblage **géolocalisé** et programmation flexible



Un mode de fonctionnement agile et duplicable à l'international

- Format de **10 secondes**, similaire aux autres supports digitaux à l'international.
- Campagne **ajustable** sur la durée des autres médias, quel que soit le pays (partenariat avec Hivestack)
- Référencement par des **agences médias** présentes en France et à l'étranger



Quelques exemples...



UNE ÉQUIPE STRUCTURÉE POUR ACCOMPAGNER LA CROISSANCE FUTURE



Une organisation commerciale structurée pour favoriser l'autonomie

- 6 Directions Régionales / 24 commerciaux : connaissance approfondie du terrain et des annonceurs
- 1 Direction Télévente / 3 commerciaux
- 1 Direction Grands-Comptes / 3 commerciaux
 - Nomination de Damien Dumortier au poste de Directeur Commercial Grands Comptes

Des compétences en Marketing Digital et Motion Design

- 1 équipe de 8 personnes
- Studio de production, programmation, motion design

Un service technique transverse

- 1 équipe de 2 personnes
- Planification des campagnes publicitaires
- Gestion du parc : maintenance, gestion des installations

49 employés à fin décembre 2022 vs. 42 à fin décembre 2021

UNE DÉMARCHE RSE COHÉRENTE AVEC L'ADN DU GROUPE

La responsabilité Environnementale au cœur de l'offre Fill Up Média

- Une offre 100% digitale et réactive : une publicité sans papier, sans transport
- Actions de compensation de l'empreinte carbone du groupe : programme de reforestation en cours d'étude
- Un chiffre d'affaires pour l'instant encore corrélé au passage dans les stations-services et donc aux émissions carbone



Contribution au dynamisme économique local

- Impact positif sur l'emploi
- Plus grande visibilité des acteurs locaux



Une culture ouverte au dialogue et collaborative



- Un engagement pour favoriser la parité : 60% du management féminin
Codir composé de 3 femmes sur 7 membres
- Evolution interne favorisée



Un engagement Sociétal quotidien

- Diffusions gratuites de messages d'informations en faveur de grandes causes. Téléthon, Fondation Abbé Pierre, Fondation des Femmes, Centre Léon Berard, Les Restau du Cœur...
- Partenariat avec le Ministère de la Justice – Diffusion des messages « **Alerte Enlèvement** »

RSE

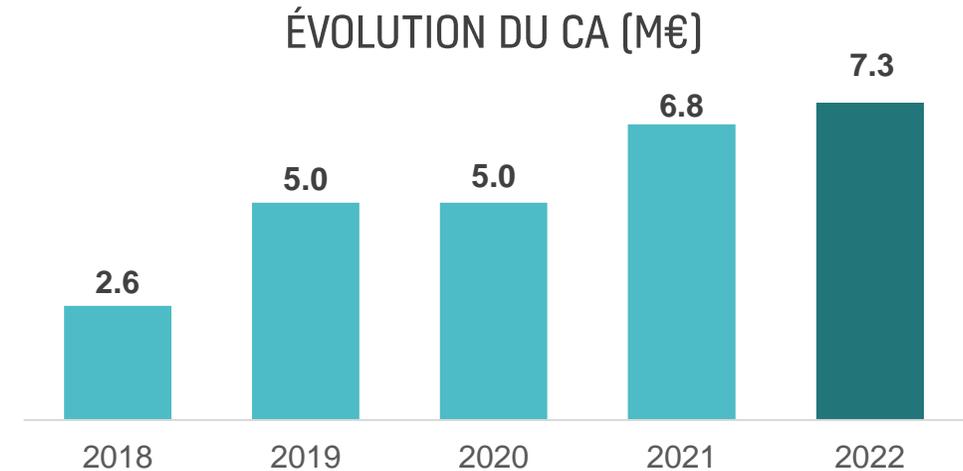


**Des résultats annuels 2022 marqués par
une croissance de l'activité**

POURSUITE D'UN HISTORIQUE DE CROISSANCE RENTABLE

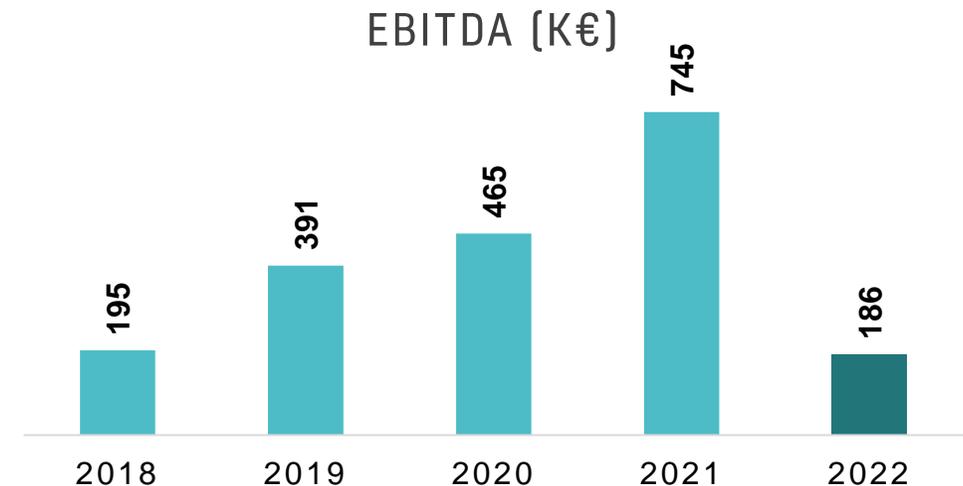
Poursuite de la croissance du chiffre d'affaires en 2022

- Une année 2022 marquée par le dynamisme du secteur du DOOH (Digital Out Of Home) : investissements publicitaires en hausse de +24,4% vs. 2021*
- CA 2022 à 7,3 M€ vs. 6,8 M€ en 2021
- Bon niveau de croissance organique : progression des revenus annuels de +8,1% vs. 2021



EBITDA impacté par la structuration de la Société

- Hausse des charges de +21% vs. 2021 : recrutement de 7 collaborateurs pour accompagner la croissance de l'activité
- EBITDA 2022 à 186 K€ vs. 745 K€ en 2021 : -75%
- EBITDA retraité 2022 à 616 K€ vs. 1 121 K€, -45%
- Résultat net à (829 K€) vs. 114 K€ : impacté par des charges financières liées à l'introduction en bourse de 0,2 M€



Source Baromètre Unifié du Marché Publicitaire (BUMP) en 2021

SIGNATURE D'UN PARTENARIAT AVEC VIOOH, LA PLATEFORME PROGRAMMATIQUE PREMIUM DE RÉFÉRENCE

- VIOOH : plateforme présente dans 17 pays, connectant acheteurs et vendeurs d'affichage publicitaire au sein d'une marketplace premium
- Collaboration avec les *DSP** les plus importantes dans le domaine de la programmation (The Trade Desk, Hawk, Displayce et Hivestack)
- Intégration de l'inventaire de Fill Up Média au sein de la plateforme, bénéficiant ainsi de nouveaux annonceurs et des atouts propres à la plateforme



« Nous sommes ravis d'annoncer ce **partenariat stratégique** avec Fill Up Média, dont les écrans spécialisés dans les stations-services complètent notre inventaire existant sur le marché français. J'ai hâte de voir les nombreuses campagnes qui résulteront de ce nouvel accord. Grâce à la plateforme premium VIOOH et à l'accès à l'inventaire spécialisé de Fill Up Média, ce partenariat permettra à davantage d'annonceurs de créer des campagnes DOOH à impact et orientées data dans les stations-services en France. »

Jean-Christophe Conti, Directeur Général de VIOOH

Visibilité accrue pour Fill Up Média et nouvelles opportunités de croissance assurées par ce partenariat

* Demand Side Platform est une solution technologique qui permet d'automatiser l'achat d'inventaires display, vidéo, mobile et search

DIVERSIFICATION DE L'OFFRE VIA LE DÉVELOPPEMENT AUPRÈS DES RÉGIES PUBLICITAIRES RETAIL



- Imediacyter : régie publicitaire retail du groupe Auchan
- Plus de 500 écrans digitaux implantés au sein de 65 galeries commerçantes à travers la France
- Commercialisation d'un inventaire sur l'offre *IMALL*, prospection des annonceurs locaux non mandatés, signature des contrats et réalisation des spots publicitaires
- Plus de 21 millions de personnes touchées chaque semaine



- in-Store Media : leader du DOOH Retail Media, présent dans 9 pays et partenaire de plus de 60 enseignes majeures au service de 1 600 marques
- Parc de plus de 1 350 écrans répartis dans plus de 300 galeries marchandes
- Prospection des annonceurs locaux et réalisation des spots publicitaires
- Plus de 15 millions de *shoppers* touchés par semaine (soit pas moins de 35% des Français exposés)

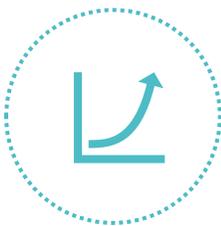
Renforcement du maillage avec la couverture de nouvelles zones géographiques en France et élargissement de l'audience



Stratégie et Perspectives

UNE AMBITION AFFICHÉE : ÊTRE LE LEADER DE LA COMMUNICATION DIGITALE EXTÉRIEURE (DOOH) EN STATION-SERVICE EN EUROPE

Des leviers de croissance clairement identifiés :



- Augmenter le nombre de stations-services partenaires :
 - En France : de **630 à 1 180 sous 2 ans** (+ de 550 en négociation avancée sur 2 000 stations éligibles)
 - À l'international à partir de 2026 : répliquer la stratégie de déploiement



- Diversifier les sources de revenus : développer une approche « **Phygitale** »



- Devenir le média de la mobilité automobile **multi-énergies** (thermique, électrique et hydrogène)

LES ATOUTS D'UN CONCEPT INNOVANT ET UNIQUE EN FRANCE

Le plus grand réseau média DOOH extérieur avec son déjà implanté en Europe :

- L'unique réseau de ce type en France
- Fiabilité de la mesure d'audience

De fortes barrières à l'entrée liées à une connaissance pointue du marché et de ses parties prenantes :

- Un contrat de 6 ans avec les enseignes partenaires
- Un portefeuille de +3 000 clients locaux, régionaux et nationaux

Des perspectives ambitieuses et assurées :

- **Confirmation des objectifs financiers à horizon 2025**
 - CAGR du chiffre d'affaires de l'ordre de 40% de 2021 à 2025
 - Chiffre d'affaires de 26 M€, marge d'EBITDA retraitée supérieure à 35%
- Diversification des revenus au travers d'une activité digitale complémentaire : **Digital Ads**
- Un média **engagé** dans la transition écologique : développement de supports **multi-énergies** (électrique et hydrogène)

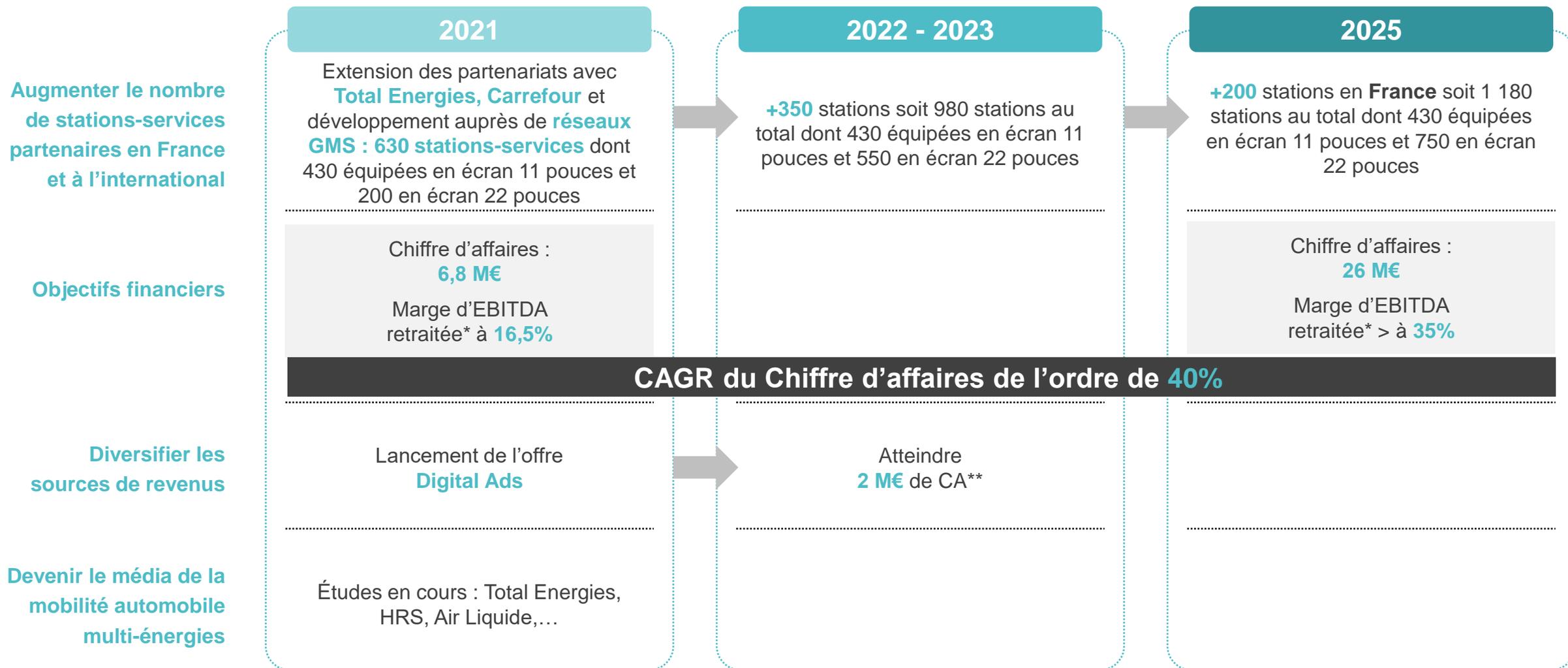
Un modèle de croissance résilient et rentable : Croissance 2016 - 2019 > 600%

- Prédicible
- Duplicable à l'international (sous réserve du respect des réglementations locales)

Un management soudé, complémentaire et visionnaire :

- La force d'un management intermédiaire autonome
- Capacité à délivrer dès le 1^{er} jour

FEUILLE DE ROUTE DU DÉPLOIEMENT OPÉRATIONNEL ET OBJECTIFS FINANCIERS



* La marge d'Ebitda est calculée sur un Ebitda retraité des charges de leasing liées au financement des écrans, soit 376 K€ en 2021

** Non intégré dans l'objectif de 26 M€ de chiffre d'affaires

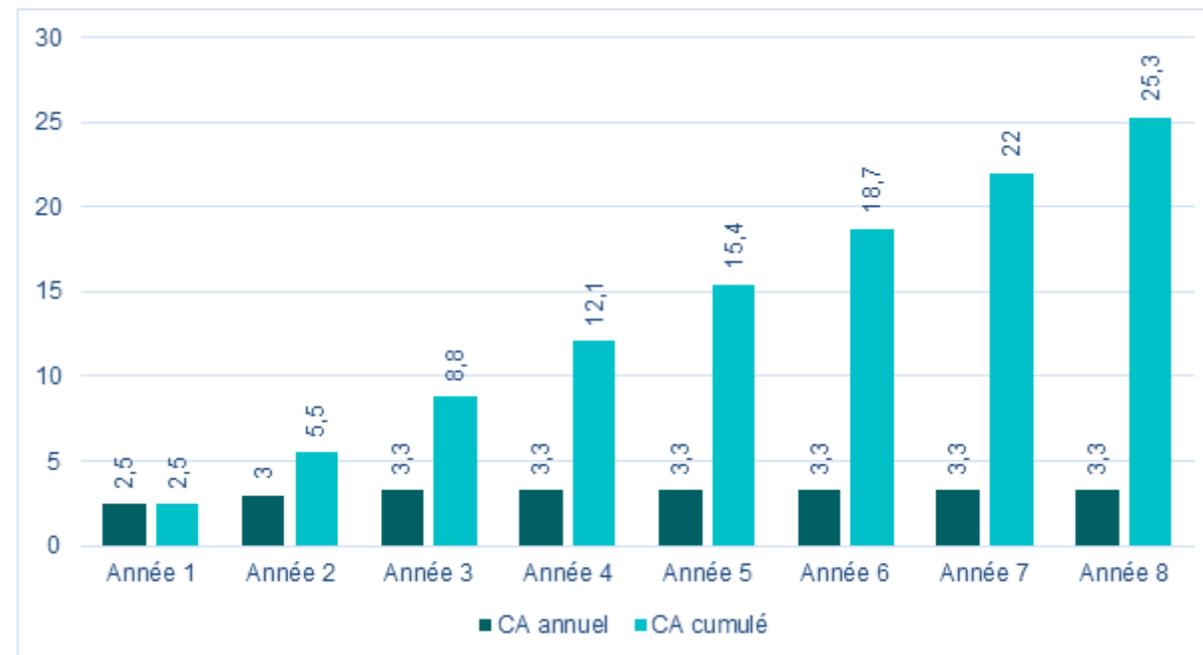
Annexes

UN MODÈLE ÉCONOMIQUE PRÉDICTIBLE

Investissement nécessaire pour équiper 100 stations : 3 M€

- + Forte prédictibilité de la croissance du chiffre d'affaires : 18,7 M€ générés par 100 stations sur 6 ans
- Des dépenses de gestion et d'entretien récurrentes :
- + Un taux de Marge brute de 58% après amortissement du matériel et après redevances

Évolution CA / 100 stations (M€)



UNE AUDIENCE RÉCEPTIVE POUR UN NOUVEAU FORMAT DE PUBLICITÉ

Etude du parcours de 4 millions de consommateurs cibles par semaine



QUI SONT LES AUTOMOBILISTES ?



80% sont propriétaires du véhicule

84% utilisent leur voiture tous les jours



HABITUDES DES AUTOMOBILISTES EN STATION-SERVICE



90% des automobilistes font le plein en moyenne tous les 10 jours



79% prennent du carburant jusqu'à atteindre le plein de leur réservoir



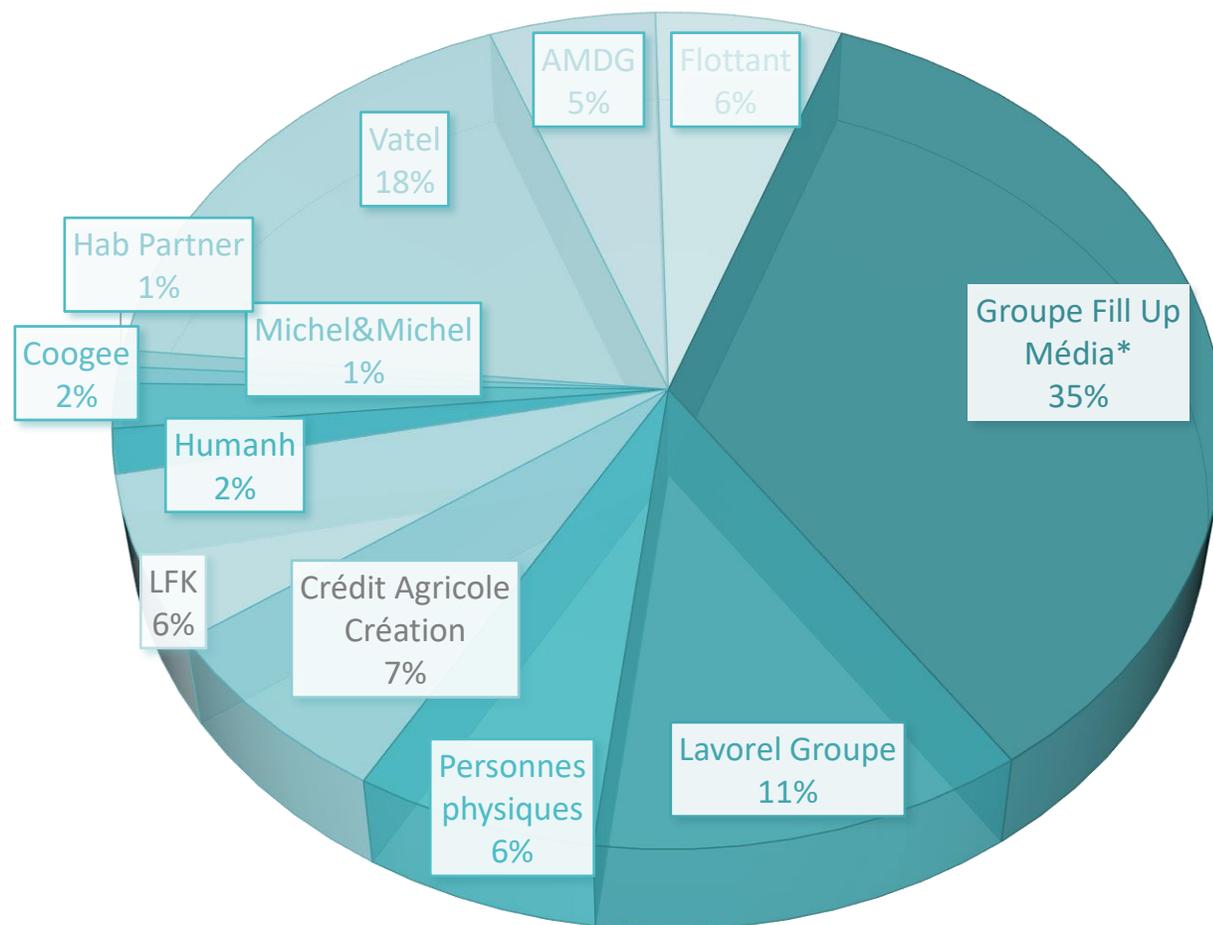
69% se rendent dans la même station-service pour faire leur plein



63% fréquentent la même enseigne pour leurs courses et leur plein de carburant

Source : Étude KANTAR TNS menée en décembre 2017 sur les Habitudes de consommation des automobilistes en stations-services.
Base : n=1407 individus (échantillon représentatif), âgés de 18 ans et + ; ayant fréquenté une station-service dans les 30 derniers jours.

ACTIONNARIAT



*Groupe Fill Up Media intégralement détenue par les 4 Dirigeants Fondateurs

PRESENTATION DU CA - Membres du Conseil



Manuel Berland

Président Directeur Général
Fill Up Média



Groupe Fill Up Média

Représenté par Aurélien Grillot
Directeur Général Délégué



Lavorel Groupe

Représenté par Stanislas et
Jean-Claude Lavorel
Président et membre du
directoire



Philippe Grillot

Ancien Président du tribunal de commerce
de Lyon et de la CCI de Lyon



Jean-Thierry Catrice

DG ACTEAME, Administrateur Schmidt Groupe,
Président du CA de Eco-Mobilier SAS

PRESENTATION DU CA - Censeurs



Jean-Christophe Berger
Directeur des participations
Lavorel Group



Julien Rabin
Directeur commercial
Fill Up Média



Quentin Michetti
Directeur technique
Fill Up Média

UNE OPPORTUNITÉ UNIQUE POUR UN DÉPLOIEMENT EUROPÉEN

Une réponse sans équivalent à disposition des annonceurs

- **France** : Fill Up Média, 1^{er} réseau en France
- **Europe** : quelques acteurs locaux, Suisse, Belgique, Luxembourg

• Un exemple à suivre :



- Acteur américain
- 25 000 stations-services équipées (~ x20 en 10 ans)

• Un actionnariat de référence



AUGMENTER LE NOMBRE DE STATIONS-SERVICES PARTENAIRES

Densifier le maillage sur le territoire national :

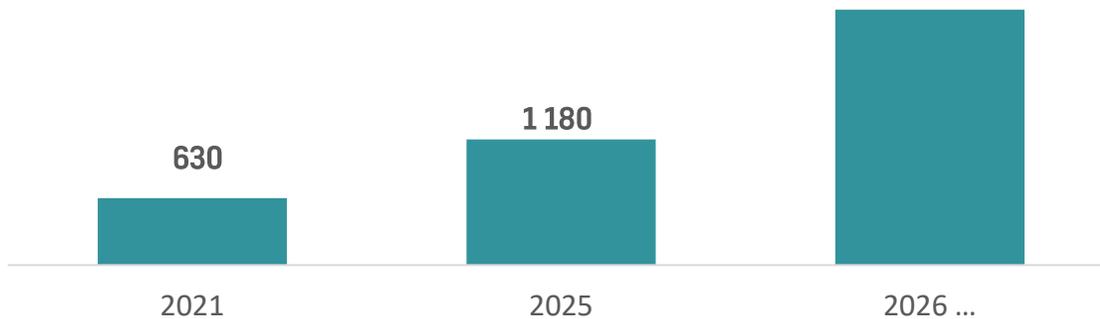
- Passage de 630 stations-services à **1 180 stations à horizon 2025** pour atteindre **10 000 000 d'audience**
- Extension des partenariats existants avec **Total Energies, Carrefour** et développement auprès de **grands réseaux GMS**
- **1 250** stations-services complémentaires à conquérir au-delà de 2025
- Potentiel de marché en France estimé à **60 M€** :
2 000 stations identifiées comme cibles stratégiques :
 - Qualité de l'audience
 - Pertinence du trafic
 - Potentiel du volume d'annonceurs

Conquérir l'international limitrophe :

- 1^{ère} expansion en **Allemagne** et au **Benelux** grâce au support de Total Energies
- Potentiel de marché estimé à **180 M€** (100 M€ Allemagne, 20 M€ Belgique, 20 M€ Pays-Bas, 40 M€ Espagne)

Stratégie d'exécution parfaitement maîtrisée et facteurs clés de succès :

- Structure commerciale et managériale parfaitement taillée pour accélérer la croissance et rentabiliser les investissements
- Un savoir-faire commercial et des métriques métiers duplicables en France ou à l'international

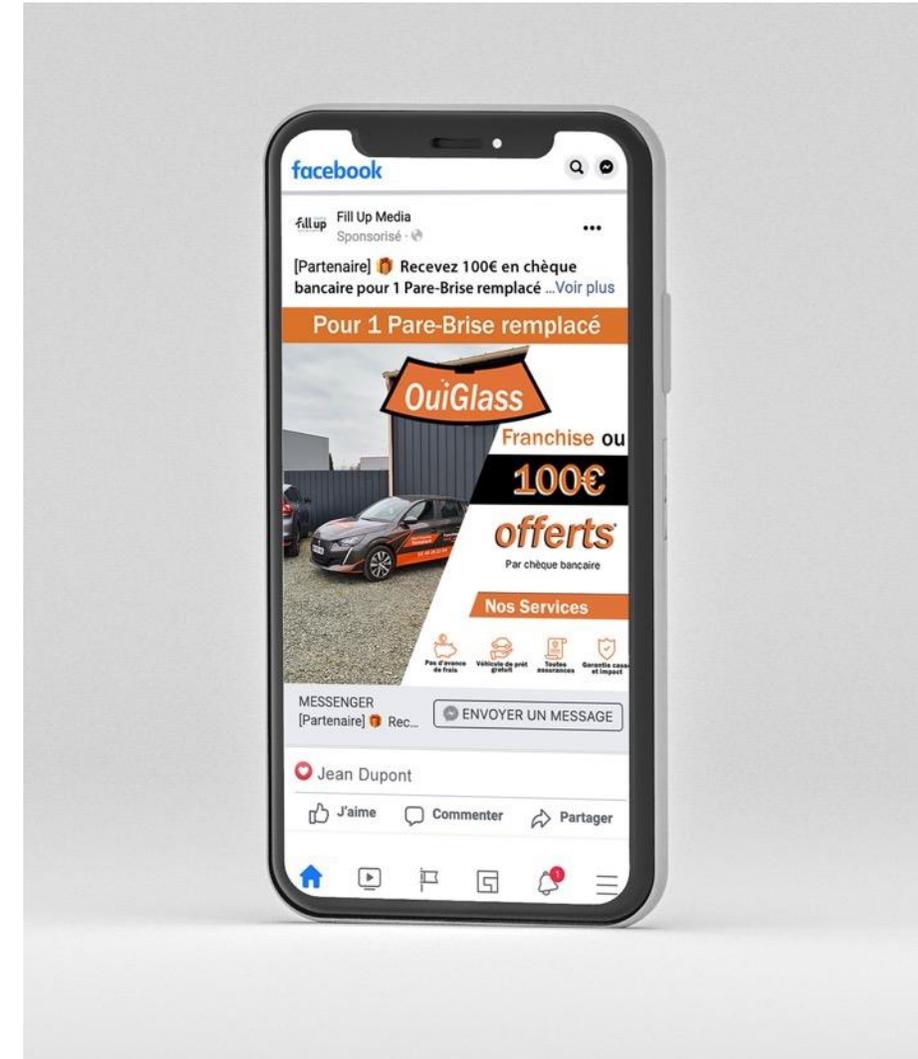


PROJECTIONS PARC - NB STATIONS ÉQUIPÉES

DIVERSIFIER LES SOURCES DE REVENUS

Développement d'une offre Digital Ads : programmation des spots diffusés dans les stations-services, sur les réseaux sociaux (Facebook, Instagram, Tik Tok...)

- Enrichissement de l'offre via un relais qui bénéficie de tendances dynamiques : **+22% de croissance en 2021 pour le secteur Social Media***
- **Optimisation de l'utilisation du spot** crée pour un annonceur grâce à un ciblage efficient :
 - Hausse du chiffre d'affaires / client existant de +30%, à horizon 2023
 - Optimisation des ressources : 9 personnes déjà en poste pour gérer la planification et la production.
 - Renforcement du taux de fidélisation avec un **objectif de 50%** et couplage « notoriété / drive-to-store » à horizon 2023



*Source : BUMP (Baromètre Unifié du Marché Publicitaire) Sept 2021 - Bilan 1^{er} semestre 2021

UNE AMBITION : DEVENIR LE MÉDIA DE LA MOBILITÉ MULTI-ÉNERGIES

Accompagner la transformation des stations-services de demain, autour de 2 types d'énergies émergentes :

Électrique :

Une recharge longue (40 min minimum)

- Réinventer les totems prix des stations-service
- Toucher une audience plus grande
- Mise en avant d'annonceurs éco-responsable

Hydrogène :

Une recharge courte mais plus longue qu'un plein de carburant (7min)

- Réflexion sur une offre de Gaming pour les stations à hydrogène.
- Offre de couponing pour les PDV.



**MERCI DE VOTRE
ATTENTION**