

PRÉSENTATION  
**INVESTISSEURS**

Février 2024



# UNE **ÉQUIPE** SOUDÉE, COMPLÉMENTAIRE & VISIONNAIRE

4 co-fondateurs actionnaires



**Manuel Berland**

Président Directeur Général  
Co-fondateur

Expérience  
Directeur Régional  
COMPLETEL



**Aurélien Grillot**

Directeur Général Délégué  
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

« Un collectif **engagé** et **réactif** au service de vos **ambitions.** »



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



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



**2022** : 436<sup>ème</sup> parmi les 1 000 entreprises européennes connaissant la plus forte croissance<sup>1</sup>

**2023** : 155<sup>ème</sup> place au Palmarès des 500 champions français de la croissance<sup>2</sup>



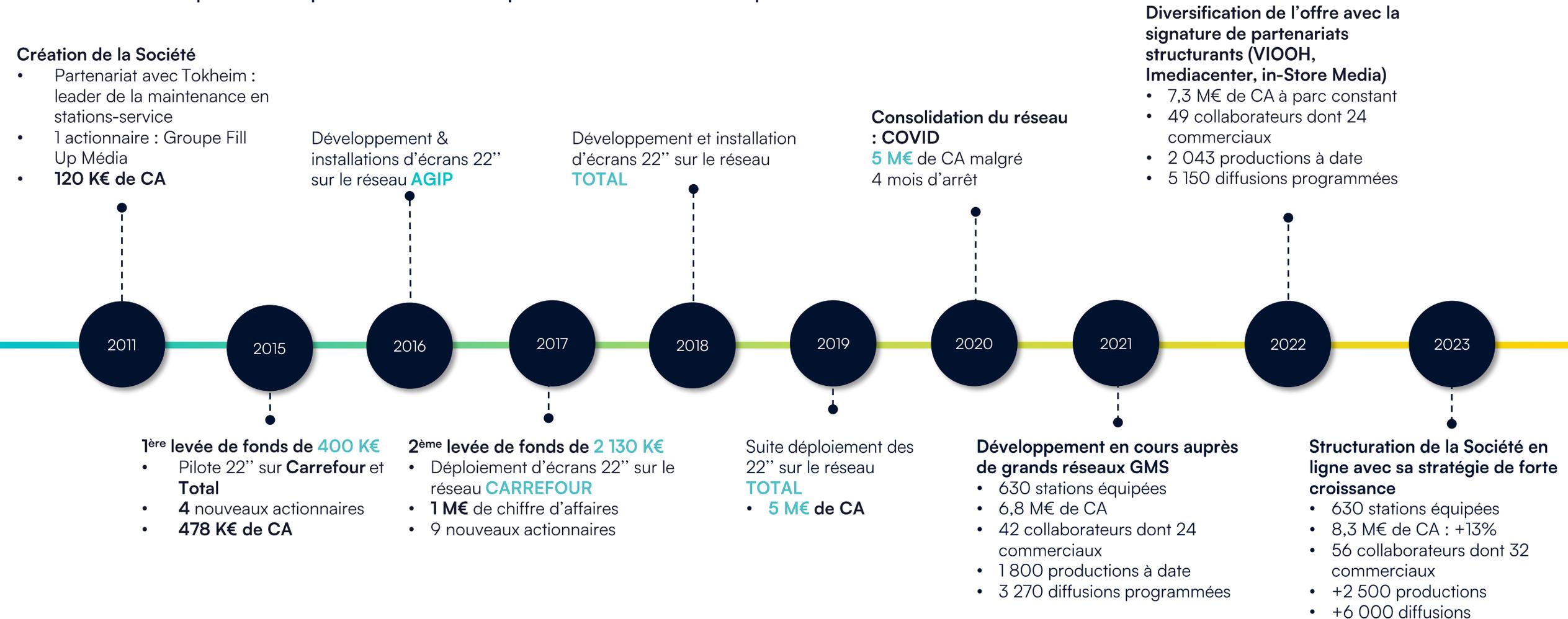
Développement vers un **support plus qualitatif** : du terminal de paiement à l’écran 22” Fill Up Média

1- Classement effectué par Les Échos en 2023 — 7<sup>ème</sup> 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

- > Force commerciale terrain (locale et nationale)
- > Planification
- > Diffusion des campagnes



## Production de spots

- > Conseils en communication
- > Écriture et conception
- > Création du spot par nos motion designers



## Gestion du réseau

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

fill up media

DU 27 SEPT.  
AU 22 OCT. 2022

**Roady**  
CENTRE AUTO

**PRIX COÛTANT**  
SUR LES PNEUS BRIDGESTONE

**+40€ REMBOURSÉS**  
SI PORTEUR DE LA CARTE DE FIDÉLITÉ



ASSURANCE CREVAISON  
OFFERTE

PENDANT 2 ANS  
SUR LES PNEUS BRIDGESTONE

BRIDGESTONE



BRIDGESTONE

ÉQUIPEZ-VOUS POUR LA LOI MONTAGNE

Offre réservée aux porteurs de la carte de fidélité Roady. La carte doit être activée par le client. Voir modalités complètes d'obtention de la carte de fidélité sur [https://roady.fr/actu/media/CCAG\\_Programme\\_Fidelite\\_Roady.pdf](https://roady.fr/actu/media/CCAG_Programme_Fidelite_Roady.pdf). Pour l'achat et la pose simultanés de 2 ou 4 pneus Bridgestone libre gamme tournante, soit 20 ou utiliser toute toute saison ou tout saison. Offre valable sur prix coûtant et recharge jusqu'à 40€ sous forme de bon d'achat crédité sur votre Carte Roady à valoir dans votre centre auto Roady. Le montant sera déduit, en fonction du nombre et du diamètre des pneus achetés. Les prix indiqués en magasin comprennent la TVA, hors pose, hors jante. Offre limitée à 4 pneus par véhicule et par foyer. Voir modalités et description de l'offre sur roady.fr ou à l'accueil de votre point de vente.

VOTRE  
PUB ICI | 04 72 820 800

LE MODÈLE ET  
SES ATOUTS



# UN RÉSEAU DE DISTRIBUTION FONDÉ SUR DES PARTENARIATS SOLIDES

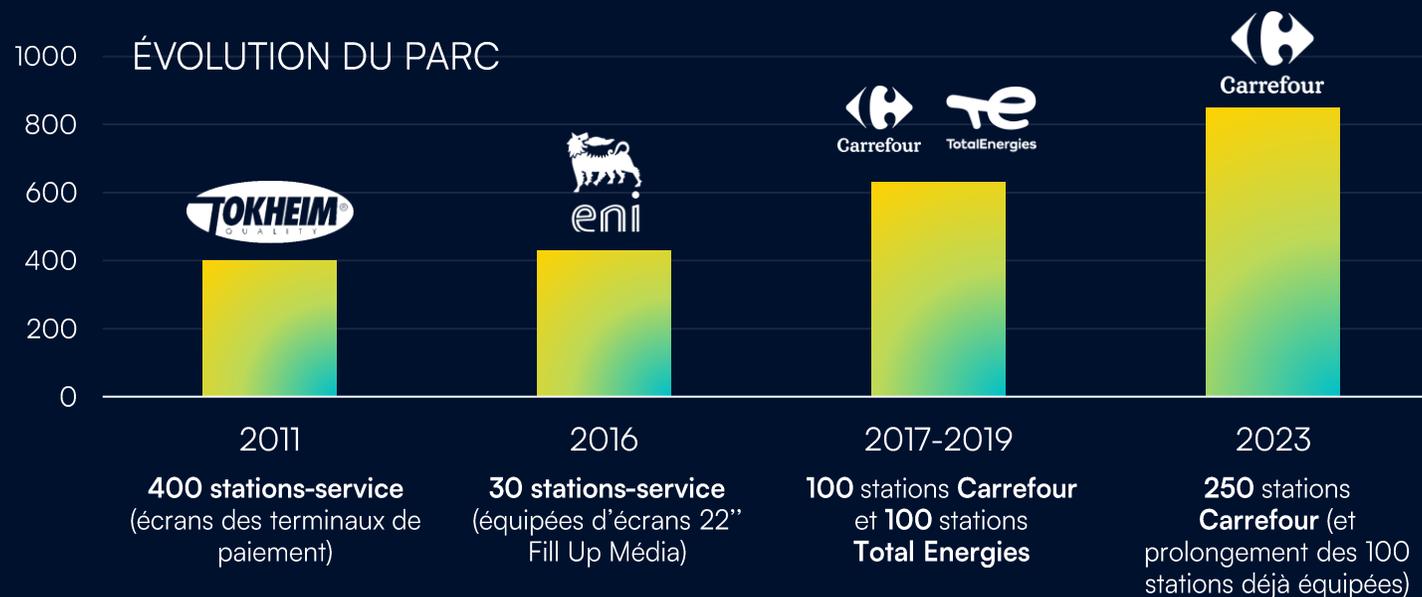
## PROPOSITION DE VALEUR SUR LE LONG TERME

- Installation et entretien des écrans pris en charge par Fill Up Média
- 25% de l'espace publicitaire réservé au partenaire (3x10s)
- 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

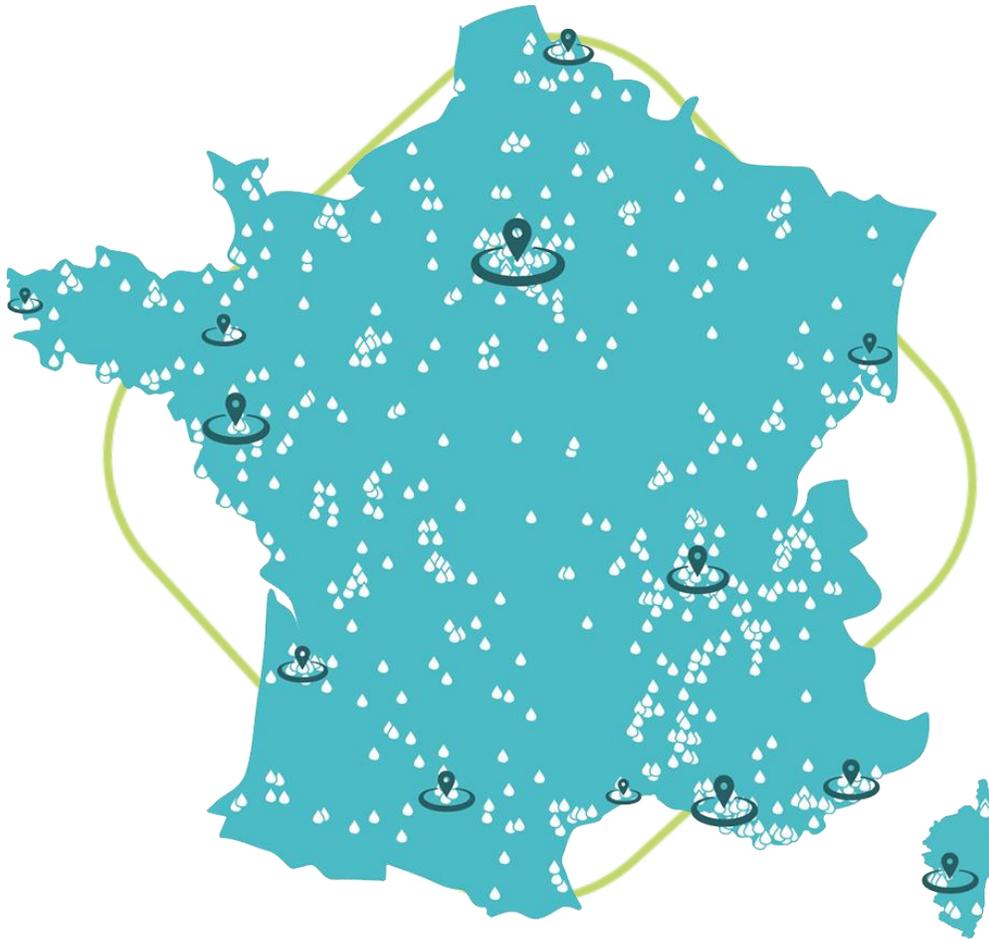
Au travers de stations-service à meilleur ROCE

## UNE PRÉSENCE NATIONALE POUR UN IMPACT LOCAL

- Présence renforcée à proximité des principaux **pôles urbains**
- Lieux stratégiques à fort trafic
- **4 000** écrans répartis sur **630** stations-service
- **+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** représentant 72% du CA 2022 et 48% du CA en 2023



# 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

**56 employés à fin décembre 2023 vs. 53 à fin juin 2023**

# UNE CLIENTÈLE D'ANNONCEURS NATIONAUX

Forte complémentarité du modèle et relais de croissance

## DES CLIENTS NATIONAUX VECTEURS DE CROISSANCE

- Des annonceurs de 1<sup>er</sup> plan : Ford, Blablacar, Basic Fit, Peugeot...
- 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

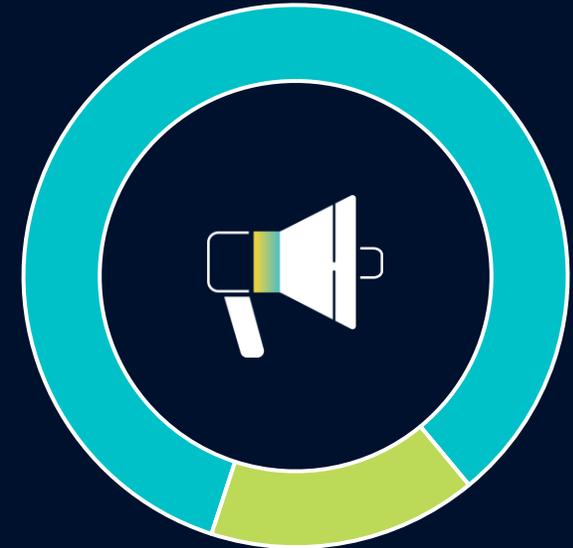
## UN MODE DE FONCTIONNEMENT AGILE ET DUPLICABLE À L'INTERNATIONAL

- 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



## CLIENTS NATIONAUX

Augmentation significative des  
revenus vs. 2022



**16% du chiffre d'affaires  
annuel 2023**

# UNE CLIENTÈLE D'ANNONCEURS LOCAUX

Barrière à l'entrée d'un modèle de croissance résilient

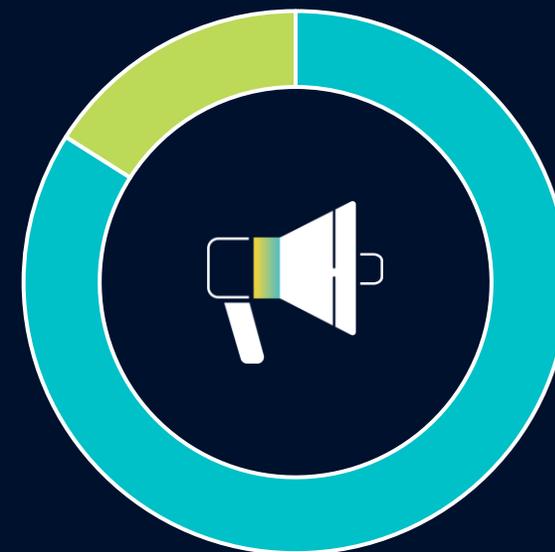
## UN PORTEFEUILLE SECTORIEL ÉQUILIBRÉ AUTOUR DE 5 CATÉGORIES D'ANNONCEURS :

- **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

UNE CLIENTÈLE LOCALE DIVERSIFIÉE  
5 400 clients en portefeuille<sup>1</sup>



84% du chiffre  
d'affaires annuel  
2023

# 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-service et donc aux émissions carbone



## UNE CULTURE OUVERTE AU DIALOGUE ET COLLABORATIVE

- Un engagement pour favoriser la parité :
  - 55% du management féminin
  - Codir composé de 2 femmes sur 6 membres
- Evolution interne favorisée



## CONTRIBUTION AU DYNAMISME ÉCONOMIQUE LOCAL

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



## ENGAGEMENT SOCIÉTAL QUOTIDIEN

- Diffusions gratuites pour Téléthon, Fondation Abbé Pierre, Fondation des Femmes, Centre Léon Berard, Les Restos du Cœur...
- Partenariat avec le Ministère de la Justice : diffusion des messages « Alerte Enlèvement »

\*Comparaison effectuée sur des écrans digitaux avec une taille > 0,10m2

fill up media

ixina

Du 1<sup>er</sup> au 31 mars 2022  
JUSQU'À

**PROLONGATION**  
JUSQU'AU 30 AVRIL 2022

6

**ÉLECTROS  
OFFERTS**

SUR VOTRE CUISINE ÉQUIPÉE\*

\* Prolongation de l'offre de mars jusqu'au 30 avril 2022. Jusqu'à 6 électrologes offerts (hors participation) de la marque Ixina. Budget de 2000 € d'achat (seulement pour les professionnels, hors de l'abonnement et hors de la marque Siemens). Offre valable sur notre sélection d'électrologes Ixina. Consultable avec d'autres promotions en cours.

ixina.fr



UN CHIFFRE  
D'AFFAIRES ANNUEL  
en solide progression



LIVRAISON MINIMALE 5 LITRES

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



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



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



in-Store Media

**UN DES LEADERS MONDIAUX  
DU RETAIL MEDIA**

- Présent dans 9 pays et partenaire de plus de 60 enseignes majeures au service de 1 600 marques
- Parc de plus de 1 400 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)



# SIGNATURE D'UN CONTRAT MAJEUR AVEC **CARREFOUR**

Déploiement de 2 000 écrans dans 250 stations supplémentaires

- Exploitation de **250 nouvelles stations-service partenaires** et prolongement des 100 stations-service déjà équipées pendant près de 9 ans
- Gestion d'un parc total de **6 000 écrans** répartis au sein de **850 stations-service**, dont 350 au sein de l'enseigne Carrefour
- Atteinte de près de **50% de l'objectif de déploiement** de nouvelles stations-service partenaires à horizon 2025

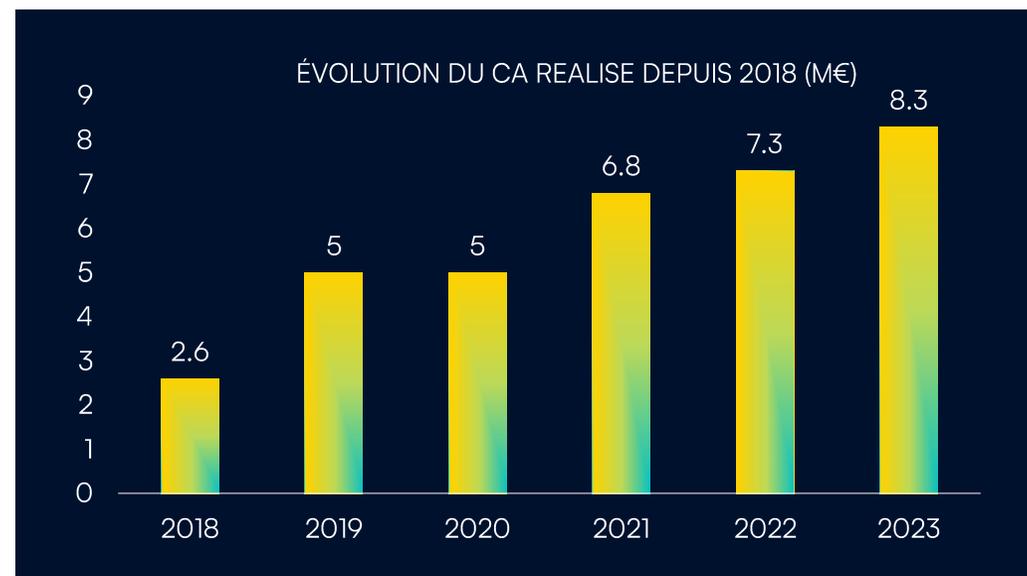
**Accélération du développement commercial de Fill Up Média lui permettant d'adresser plus de 6 millions d'automobilistes par semaine**



# POURSUITE D'UN HISTORIQUE DE CROISSANCE **FORTE**

## PROGRESSION DU CHIFFRE D'AFFAIRES DE +13% en 2023

- Solide croissance du CA annuel à 8,3 M€, réalisée à parc constant de stations-service partenaires, accroissement du taux de remplissage des écrans
- **12<sup>ème</sup> année consécutive de croissance pour la Société**
- 84% du CA 2023 réalisé auprès d'annonceurs locaux, confirmant l'expertise et le positionnement différenciant de la Société auprès de cette cible
- 847 K€ de CA généré en 2023 grâce à la diversification avec les régies publicitaires retail, **Imediacenter** et **in-Store Media**





# STRATÉGIE ET PERSPECTIVES

# UNE AMBITION **AFFICHÉE**

Être le leader de la communication digitale extérieure (DOOH) en station-service en Europe



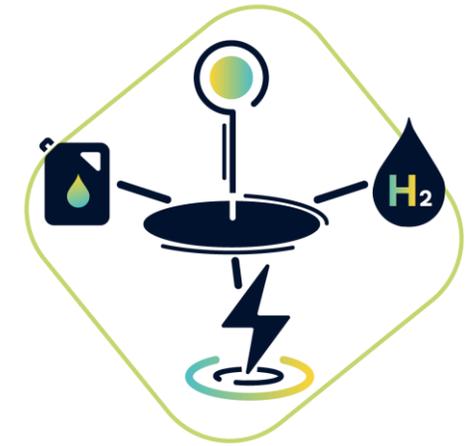
## AUGMENTER LE NOMBRE DE STATIONS-SERVICE PARTENAIRES :

- En France : + de 550 stations-service partenaires à horizon 2025
- 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

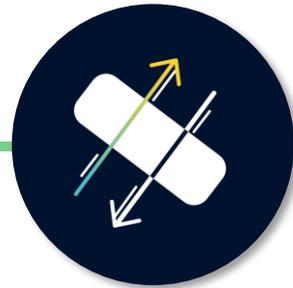
(thermique, électrique et hydrogène)

# 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 5 400<sup>1</sup> clients locaux, régionaux et nationaux



## 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 1er jour

<sup>1</sup>Depuis la création de la Société

# 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)

**ANNEXES**



# STRUCTURATION DE LA SOCIÉTÉ EN LIGNE AVEC SA STRATÉGIE DE CROISSANCE

En K€	S1 2023	S1 2022	Variation
<b>Chiffre d'affaires</b>	<b>4 643</b>	<b>3 827</b>	<b>+21%</b>
Autres produits d'exploitation	160	150	+7%
<b>Produits d'exploitation</b>	<b>4 854</b>	<b>4 042</b>	<b>+20%</b>
<b>EBITDA</b>	<b>57</b>	<b>262</b>	<b>-78%</b>
Marge d'EBITDA	1%	6%	-
<b>EBITDA retraité</b>	<b>259</b>	<b>490</b>	<b>-47%</b>
Marge d'EBITDA retraité	5%	12%	-
<b>Résultat d'exploitation</b>	<b>(532)</b>	<b>(79)</b>	
Résultat financier	(42)	(160)	
<b>Résultat courant</b>	<b>(575)</b>	<b>(239)</b>	
<b>Résultat net</b>	<b>(590)</b>	<b>(208)</b>	

## ÉVOLUTION DES CHARGES OPÉRATIONNELLES CONFORME À LA POLITIQUE D'INVESTISSEMENT DE LA SOCIÉTÉ

Augmentation des charges de personnel afin d'accompagner la croissance de la Société (+0,5 M€)

- Recrutement de 6 nouveaux collaborateurs sur la période
- Emménagement dans un nouveau siège social plus en adéquation avec la croissance des effectifs

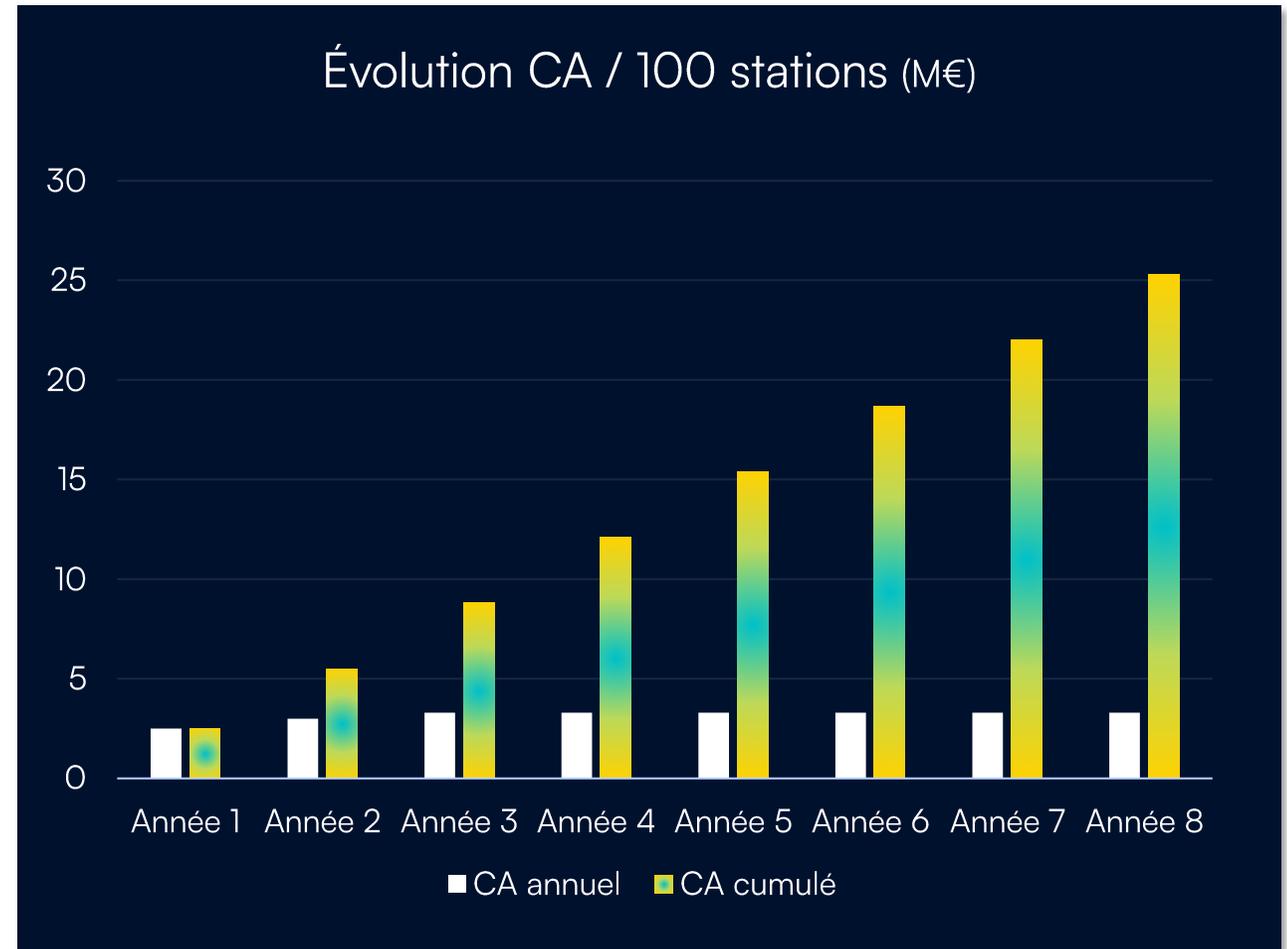
Progression des charges externes

- Frais d'affacturage et moins-value latente liée au contrat de liquidité

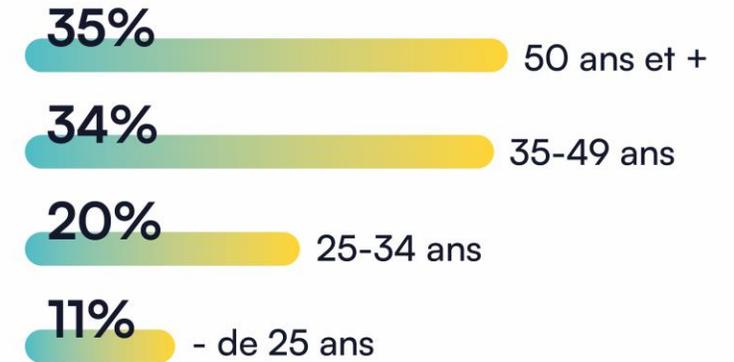
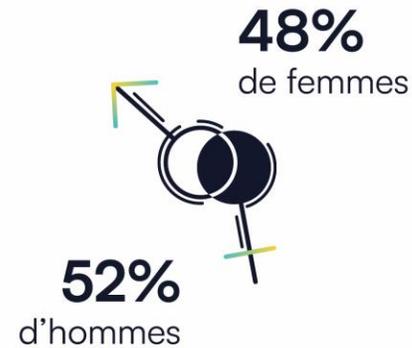
# UN MODÈLE ÉCONOMIQUE PRÉDICTIBLE

**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



## Etude du parcours de 4 millions de consommateurs cibles par semaine



# UNE AUDIENCE RÉCEPTIVE

pour un nouveau  
format de publicité



**+ 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.

# 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

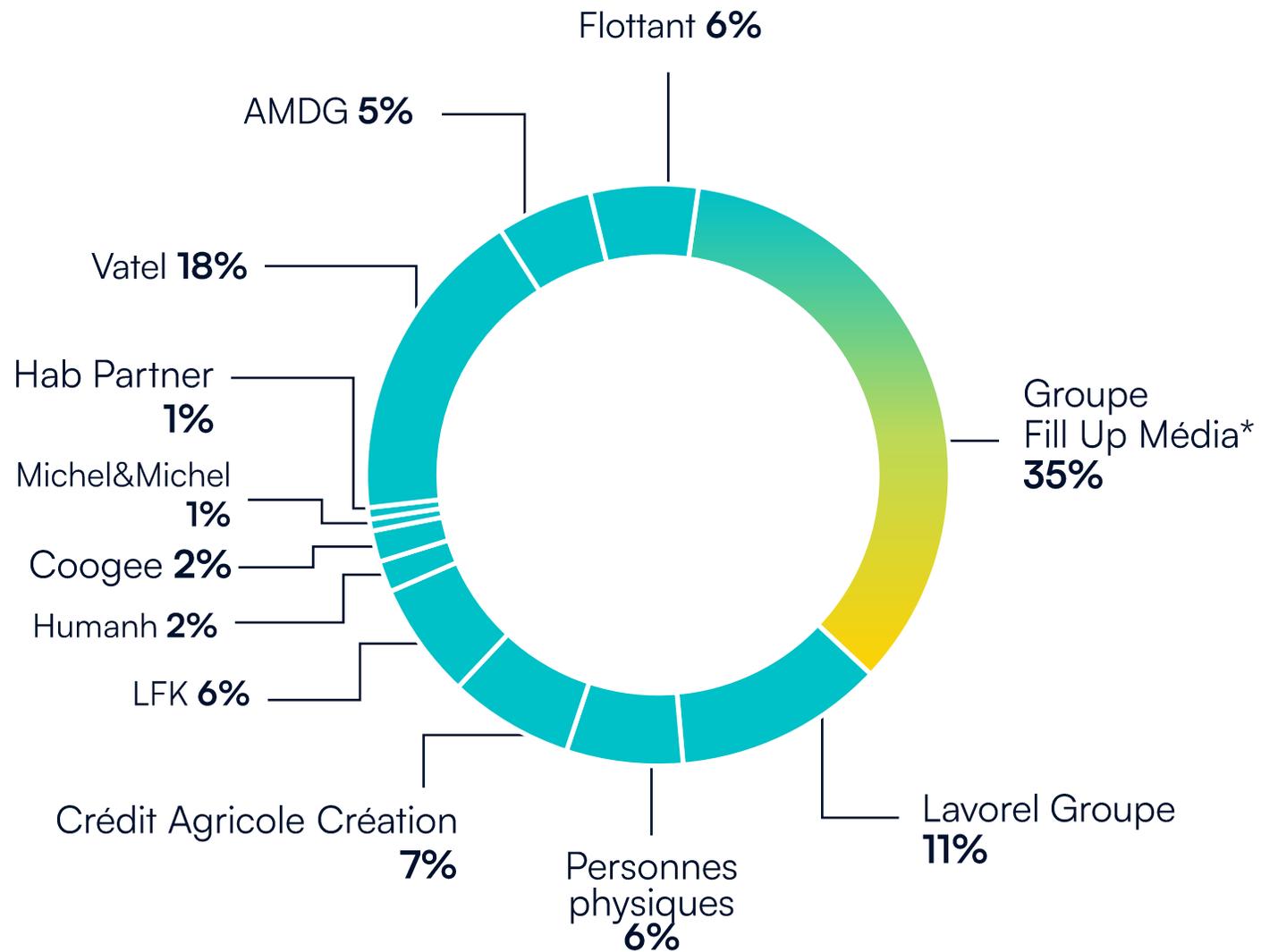
« Nous sommes ravis d'annoncer ce **partenariat stratégique** avec Fill Up Média, dont les écrans spécialisés dans les stations-service complètent notre inventaire existant sur le marché français. J'ai hâte de voir les nombreuses campagnes qui résulteront de ce nouvel accord. Grâce à la plateforme premium 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-service en France. »

**Jean-Christophe Conti, Directeur Général de VIOOH**

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

The image shows the VIOOH logo in white, bold, sans-serif capital letters. The letter 'O' in the middle has a small diamond shape above it. The background is a blurred blue and purple gradient.

# ACTIONNARIAT



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

# PRÉSENTATION 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

# PRÉSENTATION 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<sup>er</sup> 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

**ONEX**  
FALCON

**ROCKBRIDGE**  
GROWTH EQUITY

# AUGMENTER LE NOMBRE DE STATIONS-SERVICE PARTENAIRES

Densifier le maillage sur le territoire national



Passage de 630 stations-service 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-service** complémentaires à conquérir au-delà de 2025

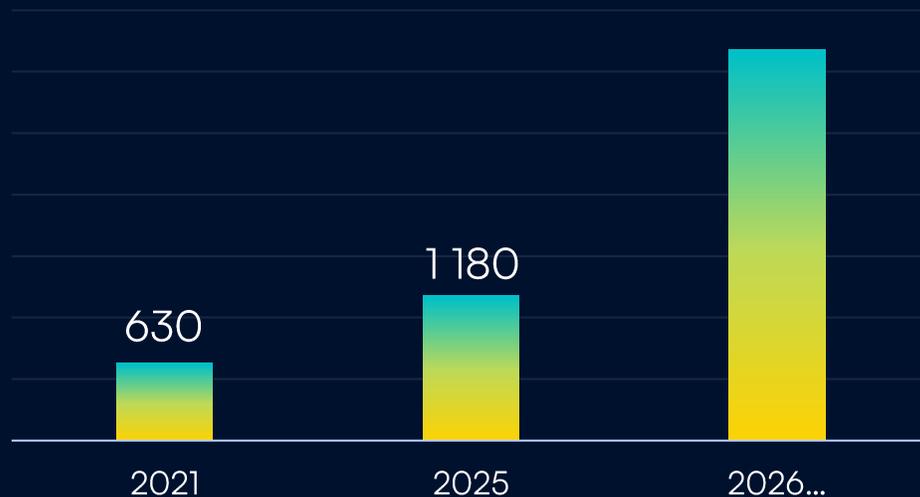


Potentiel de marché en France estimé à **60 M€** : **2 000 stations identifiées** comme cibles stratégiques

- Qualité de l'audience
- Pertinence du trafic
- Potentiel du volume d'annonceurs

# AUGMENTER LE NOMBRE DE STATIONS-SERVICE PARTENAIRES

## DENSIFIER LE MAILLAGE SUR LE TERRITOIRE NATIONAL



PROJECTION PARC — NB STATIONS ÉQUIPÉES

## CONQUÉRIR L'INTERNATIONAL LIMITROPHE

- 1<sup>ère</sup> 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

# DIVERSIFIER LES SOURCES DE REVENUS

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



Enrichissement de l'offre via un relais qui bénéficie de tendances dynamiques : **+22%** de croissance en 2021 pour le secteur Social Media\*

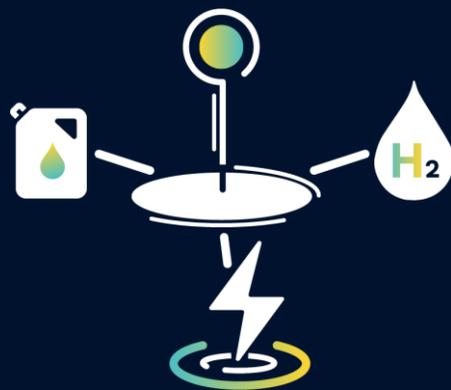


**Optimisation de l'utilisation du spot créé** pour un annonceur grâce à un ciblage efficient :

- 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<sup>er</sup> semestre 2021



## UNE AMBITION

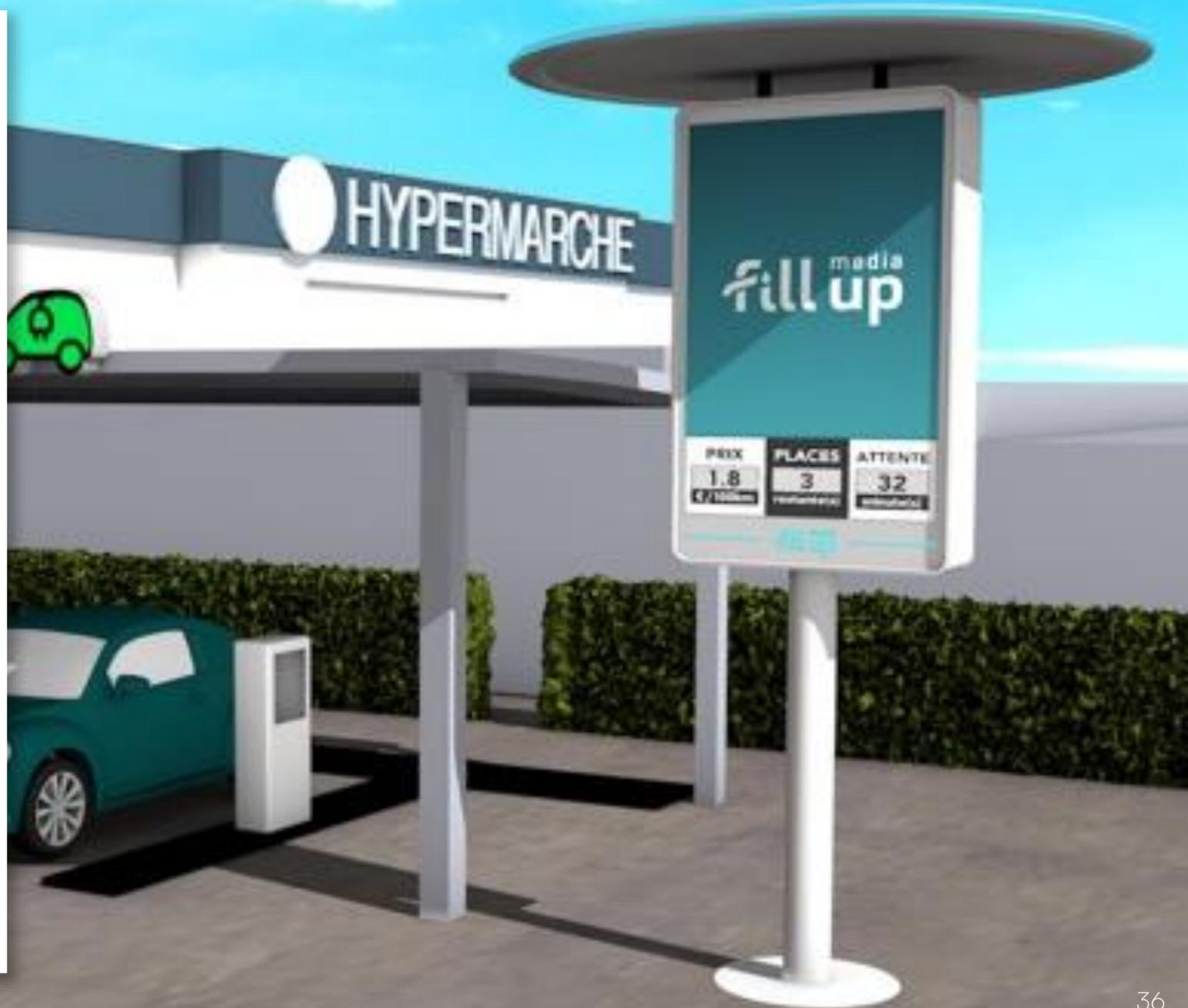
# DEVENIR LE MÉDIA DE LA MOBILITÉ MULTI-ÉNERGIES

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

# ÉLECTRIQUE

Une recharge longue  
(40 min minimum)

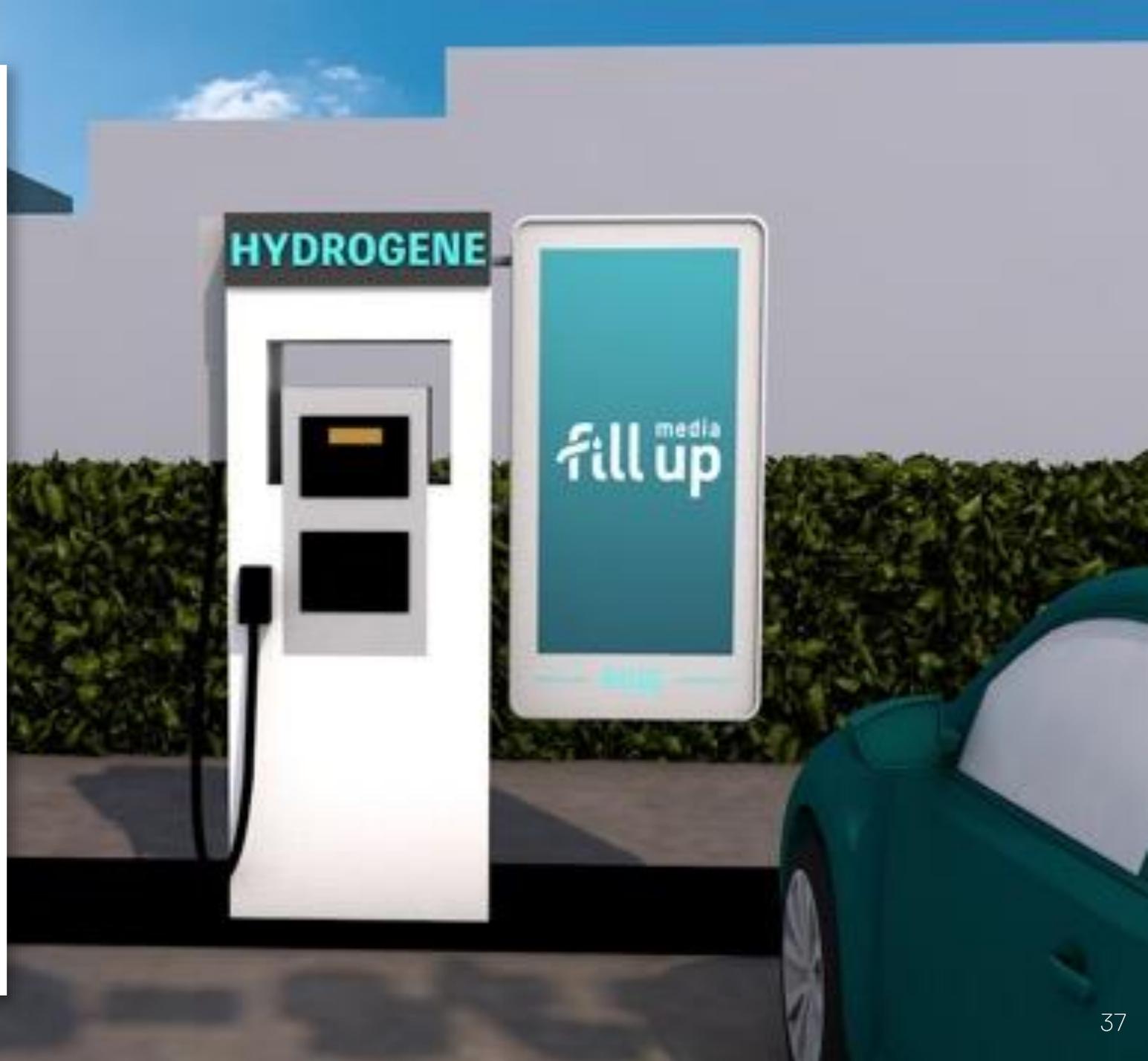
- Réinventer les totems prix des stations-service
- Toucher une audience plus grande
- Mise en avant d'annonceurs éco-responsable



# 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

