

PRÉSENTATION
INVESTISSEURS

Mars 2025



UNE **ÉQUIPE** SOUDÉE, COMPLÉMENTAIRE & VISIONNAIRE

4 co-fondateurs actionnaires



Manuel Berland

Président Directeur Général
Co-fondateur



Aurélien Grillot

Directeur Général Délégué
Co-fondateur



Julien Rabin

Directeur
du Développement Commercial
Co-fondateur



Quentin Michetti

Directeur Technique
Co-fondateur

« 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** depuis la création de la Société



Fill Up Média parmi les 400 entreprises françaises les plus dynamiques pour la **6^{ème} année consécutive¹ en 2025**



Fill Up Média **récompensé à de multiples reprises** lors de l’édition 2024 des Cas d’Or DOOH et des Digilocales

1 - Classement effectué par Les Échos et Statista

UN HISTORIQUE DE FORTE CROISSANCE

Porté par le déploiement conquérant d'une offre publicitaire innovante

Création de la Société

- Partenariat avec Tokheim : leader de la maintenance en stations-service
- 1 actionnaire : Groupe Fill Up Média
- **120 K€ de CA**

Développement & installations d'écrans 22" sur le réseau **AGIP**

Développement et installation d'écrans 22" sur le réseau **TOTAL**

Consolidation du réseau : COVID
5 M€ de CA malgré 4 mois d'arrêt

Diversification de l'offre avec de nouveaux partenaires (VIOOH, Imediacer, in-Store Media)

- 7,3 M€ de CA à parc constant
- 49 collaborateurs (24 commerciaux)
- +2 000 spots produits
- 5 150 diffusions programmées

Optimisation de l'efficacité commerciale et du plan de rentabilité

- 850 stations équipées
- 9,7 M€ de CA : +17%
- 62 collaborateurs (39 commerciaux)
- +3 000 spots produits
- 5 690 diffusions programmées



1^{ère} levée de fonds de **400 K€**

- Pilote 22" sur **Carrefour** et **Total**
- **4** nouveaux actionnaires
- **478 K€ de CA**

2^{ème} levée de fonds de **2 130 K€**

- Déploiement d'écrans 22" sur le réseau **CARREFOUR**
- **1 M€** de chiffre d'affaires
- **9** nouveaux actionnaires

Suite déploiement des 22" sur le réseau **TOTAL**

- **5 M€ de CA**

Développement auprès de grands réseaux **GMS**

- 630 stations équipées
- 6,8 M€ de CA
- 42 collaborateurs (24 commerciaux)
- 1 800 spots produits
- +3 250 diffusions programmées

Structuration de la Société en ligne avec sa stratégie de forte croissance

- 630 stations équipées
- 8,3 M€ de CA : +13%
- 56 collaborateurs (32 commerciaux)
- +2 500 productions
- +6 000 diffusions



UN RÉSEAU DE DISTRIBUTION FONDÉ SUR DES PARTENARIATS SOLIDES

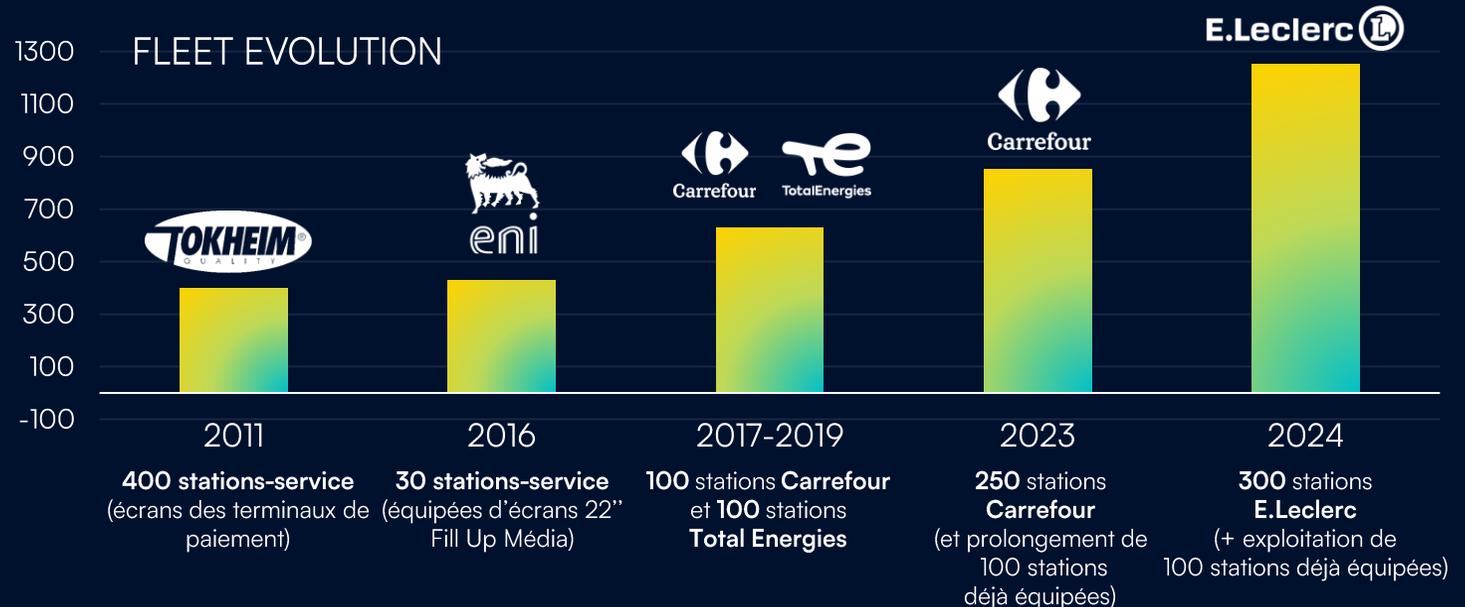
PROPOSITION DE VALEUR SUR LE LONG TERME

- 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 (9 ans dans le cadre du partenariat avec Carrefour)

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



DÉPLOIEMENT D'UNE CAMPAGNE GÉOLOCALISÉE POUR LE COMPTE DE L'ENSEIGNE **MCARTHURGLEN**

Objectif : booster le trafic du centre Paris-Giverny de l'enseigne

- Partenariat avec les agences Wavemaker et Quartier M
- Diffusion de 2 campagnes pendant 28 jours sur 222 écrans du réseau Fill Up Média répartis dans 26 stations
- Étude réalisée avec oKube pour déterminer les retombées de ce dispositif « Drive-to-store »
 - ✓ Recueil des coordonnées GPS
 - ✓ Identification des individus exposés
 - ✓ Réconciliation entre les expositions et les visites

Uplift de 151% sur les visites au sein du centre entre les personnes exposées et non exposées à la campagne, soit 2,5 fois plus de visiteurs



fill up media

ixina

Du 1^{er} 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 électrodomestiques offerts (hors participation) de la marque Bosch. Éventuellement de 2000 € d'achat (seulement pour les professionnels) de la gamme de 1500 € d'achat de la marque Bosch. Offre valable sur notre sélection d'électrodomestiques. Offre cumulable avec d'autres promotions en cours.

ixina.fr

RÉSULTATS ANNUELS 2024

Un plan de développement ambitieux pour
une croissance durable et rentable



ACCORD HISTORIQUE AVEC CONSORÉGIE, LA RÉGIE PUBLICITAIRE DE **E.LECLERC**

Installation de 3 000 écrans au sein de 300 stations-service

- Exploitation de 100 stations supplémentaires dont les distributeurs de carburant sont déjà équipés d'écrans
- Renforcement du maillage stratégique de Fill Up Média sur le territoire français
- Début des installations au sein du réseau E.Leclerc initié au cours du 4^{ème} trimestre 2024 pour une finalisation à la fin du 2^{ème} trimestre 2025
- Audience hebdomadaire de 11 millions d'automobilistes post-déploiement

**Objectif de développement 2025 dépassé :
gestion d'un parc total de 10 000 écrans répartis
dans 1 250 stations-service partenaires**

RÉALISATION D'UN FINANCEMENT GLOBAL DE 5,5 M€

Renforcement des ressources de Fill Up Média dans un contexte d'accélération de la croissance organique

- Augmentation de capital de 1,0 M€ auprès de fonds gérés par Vatel Capital
- Emission d'un emprunt obligataire convertible en actions de 2 M€ souscrit également par Vatel Capital
- Emission d'un emprunt obligataire convertible en actions de 0,5 M€ garanti par Vatel Capital
- Financement bancaire complémentaire de 2,0 M€ auprès du pool bancaire de la Société

Objectif de l'opération : contribuer au déploiement des écrans au sein des stations-service partenaires du réseau E.Leclerc démarré lors du 4^{ème} trimestre 2024





LANCEMENT DE L'OFFRE « ELECTRIQUE » AU SEIN DES STATIONS **TOTALENERGIES**

- Extension du partenariat avec TotalEnergies
- Diversification de l'offre de la Société sur le segment de la recharge électrique
- Exploitation de 380 écrans installés dans 179 stations de recharge du réseau
- Exploitation de 25% de l'espace publicitaire au profit exclusif de l'annonceur Peugeot

**Positionnement en tant que média de référence
de la mobilité multi-énergies**

UNE CLIENTÈLE D'ANNONCEURS LOCAUX

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

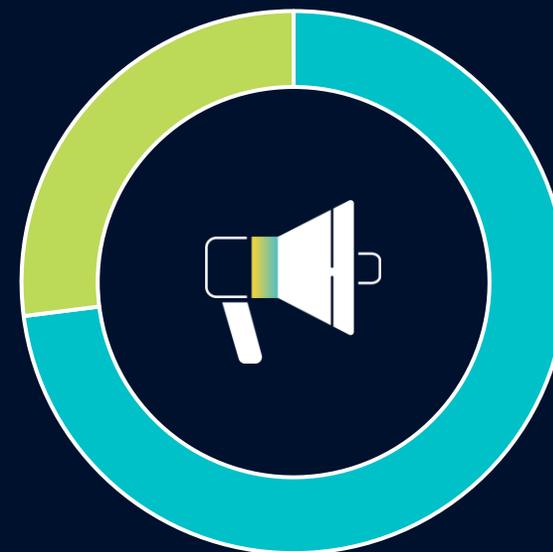
UN PORTEFEUILLE SECTORIEL ÉQUILIBRÉ AUTOUR DE 5 CATÉGORIES D'ANNONCEURS :

- **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
6 500 clients en portefeuille¹



**73% du chiffre
d'affaires annuel
2024**

UNE CLIENTÈLE D'ANNONCEURS NATIONAUX

Forte complémentarité du modèle et relais de croissance

DES CLIENTS NATIONAUX VECTEURS DE CROISSANCE

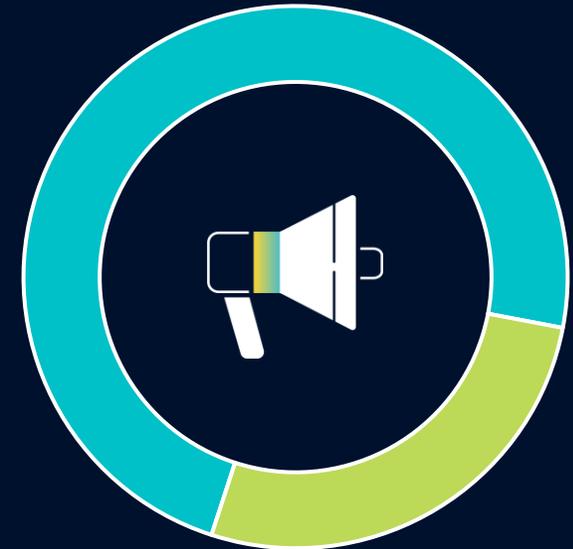
- Des annonceurs de 1^{er} plan : Stellantis, Blablacar, Basic Fit, SNCF...
- Une capacité d'innovation reconnue au sein de l'écosystème
- Une offre sur-mesure en réponse aux besoins des annonceurs : ciblage géolocalisé et programmation flexible

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



**27% du chiffre d'affaires
annuel 2024**

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

IMEDIA
CENTER

 in-Store Media

- Imediacenter : plus de 500 écrans digitaux implantés au sein de 65 galeries commerçantes à travers la France
- in-Store Media : un parc de plus de 1 400 écrans répartis dans plus de 300 galeries marchandes
- Commercialisation d'un inventaire sur l'offre IMALL, prospection des annonceurs locaux non mandatés, signature des contrats et réalisation des spots publicitaires

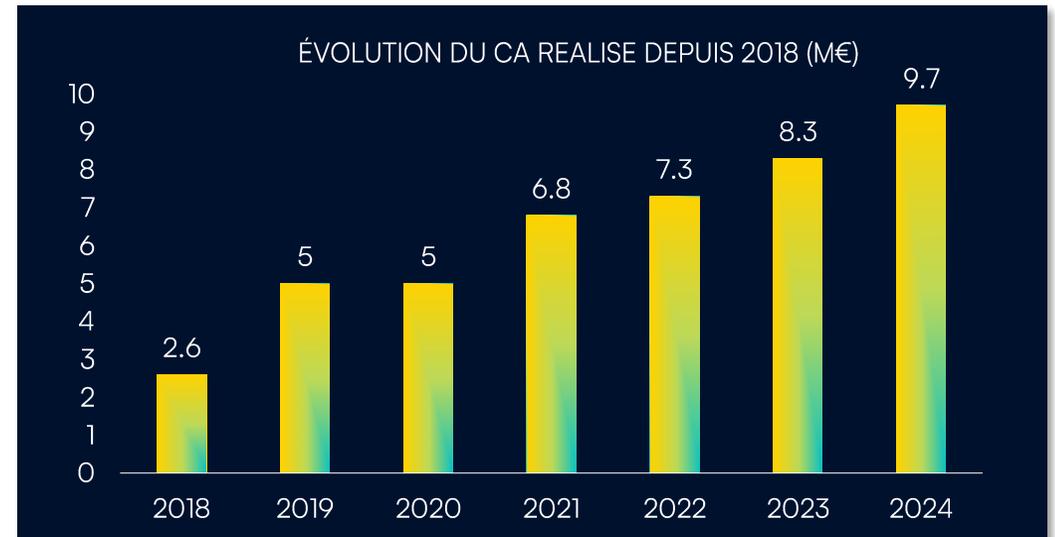
**1 138 K€ de chiffre d'affaires en 2024,
soit 9,5% du chiffre d'affaires annuel**



CHIFFRE D'AFFAIRES ANNUEL 2024 EN FORTE CROISSANCE DE +17% À **9,7 M€**

13^{ème} année consécutive de croissance du chiffre d'affaires

- Génération des premiers revenus par les écrans installés au sein du réseau Carrefour au cours du second semestre 2024
- Illustration de la résilience et de la prédictibilité du modèle d'affaires de Fill Up Média
- Confirmation des objectifs financiers à horizon 2025



STRUCTURATION DE LA SOCIÉTÉ AFIN DE PÉRENNISER SA TRAJECTOIRE DE CROISSANCE

En K€	2024	2023	Variation
Chiffre d'affaires	9 731	8 301	+17%
Autres produits d'exploitation	1 099	532	+107%
Produits d'exploitation	10 836	8 847	+22%
EBITDA	(1 051)	(1 178)	+11%
Marge d'EBITDA	-11%	-14%	-
EBITDA retraité	(636)	(775)	+18%
Marge d'EBITDA retraité	-7%	-9%	-
Résultat d'exploitation	(2 106)	(2 652)	+21%
Résultat financier	(346)	(68)	(406%)
Résultat courant	(2 452)	(2 721)	+10%
Résultat net	(2 525)	(2 630)	+4%

Bonne maîtrise de la structure de coûts dans un contexte de forte structuration des équipes au bénéfice du développement rapide de l'activité sur 2025 et 2026

- ✓ Amélioration significative de la marge d'EBITDA grâce à un pilotage strict des charges de personnel (+3 pts)
- ✓ Renforcement des équipes commerciales (+13 collaborateurs à fin 2024) et 30 recrutements en cours en vue de la montée en puissance des 300 nouvelles stations Carrefour et de la finalisation des 300 déploiements au sein du réseau E.Leclerc prévu au 2^{ème} trimestre 2025
- ✓ Amélioration de l'EBITDA retraité en valeur malgré 0,4 M€ de charges externes non récurrentes (frais de recrutements pour 0,2 M€, frais de communication pour 0,2 M€)

BILAN AU 31 DECEMBRE 2024

Actif (en €)	Au 31/12/2024	Au 30/12/2023
Immobilisations incorporelles	1 710 167	2 139 218
<i>dont Frais d'établissement</i>	<i>529 494</i>	<i>741 585</i>
<i>dont Frais de recherche et de développement</i>	<i>563 383</i>	<i>720 336</i>
<i>dont Concessions, brevets, et droits similaires</i>	<i>155 994</i>	<i>191 031</i>
<i>dont Autres immobilisations incorporelles</i>	<i>134 056</i>	<i>159 025</i>
<i>dont Avances et acomptes sur immobilisations incorporelles</i>	<i>825 712</i>	<i>327 241</i>
Immobilisations corporelles	4 760 972	1 709 680
<i>dont Install. Techniques, matériels et outillage industriels</i>	<i>2 849 261</i>	<i>945 861</i>
<i>dont Autres immobilisations corporelles</i>	<i>40 301</i>	<i>7 569</i>
<i>dont Immobilisations en cours</i>	<i>1 871 410</i>	<i>756 250</i>
Immobilisations financières	616 462	729 185
<i>dont Autres titres immobilisés</i>	<i>2 500</i>	<i>2 500</i>
<i>dont Autres immobilisations financières</i>	<i>613 962</i>	<i>726 685</i>
Total Actif immobilisé	7 586 073	4 578 084
Stocks	44 839	49 178
<i>dont Matières premières, approvisionnements</i>	<i>44 839</i>	<i>49 178</i>
Avances et acomptes versés sur cdes	23 012	3 787
Clients et comptes rattachés	12 403 960	9 282 922
Autres créances	1 785 262	865 375
Valeurs mobilières de placements	50	50
Disponibilités	3 222 537	4 870 890
Charges constatées d'avance	257 363	212 499
Total Actif circulant + CCA	17 737 025	15 295 538
Frais d'émission d'emprunts	1 048 186	30 296
TOTAL BILAN ACTIF	26 371 283	19 903 918

Passif (en €)	Au 31/12/2024	Au 31/12/2023
Capital social	745 881	704 503
Primes d'émission, de fusion, d'apport	7 697 398	9 368 567
Réserves	31 752	31 752
<i>dont Réserve légale</i>	<i>21 400</i>	<i>21 400</i>
<i>dont Autres réserves</i>	<i>10 352</i>	<i>10 352</i>
Report à nouveau	(2 750 003)	(2 750 003)
RESULTAT DE L'EXERCICE	(2 527 190)	(2 629 791)
Total Capitaux propres	3 197 838	4 725 028
Total Provisions pour R&C	-	-
Emprunts obligataires convertibles	2 810 159	-
Emprunts et dettes financières	5 826 416	4 472 285
<i>dont Emprunts et dettes auprès des étab. de crédit</i>	<i>5 826 416</i>	<i>4 459 798</i>
<i>dont Emprunts et dettes financières diverses</i>	<i>-</i>	<i>12 487</i>
Fournisseurs et comptes rattachés	7 888 487	3 848 302
Dettes fiscales	2 292 060	1 637 958
Dettes sociales	374 264	476 655
Autres dettes	2 796 244	4 038 352
Produits constatés d'avance	1 185 815	705 187
Total Dettes & Comptes de régularisation	23 173 445	15 178 890
TOTAL BILAN PASSIF	26 371 283	19 903 918

TABLEAU DES FLUX DE TRÉSORERIE

En €	Au 31/12/2023	Au 31/12/2024
Résultat net	(2 629 791)	(2 527 190)
+/- Dotations aux amortissements et provisions nettes des reprises, QP de subventions	1 368 721	771 136
- Plus-values de cession	(9 288)	111 978
= Marge brute d'autofinancement	(1 270 357)	(1 644 077)
- Variation du BFR (brut et retraité des comptes courants intragroupes débiteurs)	407 932	(359 101)
Flux de trésorerie liés à l'exploitation	(862 425)	(2 003 178)
Cession d'immobilisations corporelles et incorporelles	155 895	
- Acquisitions d'immobilisations corporelles et incorporelles ¹	(1 485 489)	971 107
+/- Variation des immobilisations financières brutes	(192 098)	(4 975 148)
+/- Variation des dettes envers les fournisseurs d'immobilisations	-	-
Flux de trésorerie liés à l'investissement	(1 521 692)	(4 004 041)
Variation du capital en numéraire	-	1 000 000
- Dividendes versés	(0)	-
+/- Variation des subventions d'investissement	-	-
+/- Variation des emprunts	2 559 018	3 365 002
+/- Variation des comptes courants intragroupes	5 700	(6 137)
Flux de trésorerie liés au financement	2 564 718	4 358 865
Variation de trésorerie	180 600	(1 648 354)
Trésorerie à l'ouverture	4 690 340	4 870 940
Trésorerie à la clôture	4 870 940	3 222 537

A compter du 1^{er} janvier 2024, les informations transmises par le factor permettent de retraiter les écritures liées au contrat d'affacturage de la trésorerie. Il résulte de ce changement de présentation une consommation de trésorerie pour le premier semestre 2024 augmentée « artificiellement » de 1,5 M€ (cela se répercute également pour le même montant sur la variation de BFR).

Les principaux points à noter sont les suivants :

- Augmentation significative de la variation du BFR entraînant des flux de trésorerie liés à l'exploitation de -2,0 M€.
- Les flux d'investissements concernent les installations des stations Carrefour et des acomptes pour le nouveau réseau Leclerc et sont financés par les flux liés aux investissements.



STRATÉGIE ET PERSPECTIVES

DES **PERSPECTIVES** AMBITIEUSES ET ASSURÉES

E.Leclerc 



Poursuite du déploiement des écrans dans les stations-service du réseau E.Leclerc jusqu'à la fin du 2^{ème} trimestre 2025

Confirmation des objectifs financiers à horizon 2025

- Chiffre d'affaires de 26 M€ permettant d'atteindre une marge d'EBITDA retraitée supérieure à 35%

Opportunité unique pour un déploiement européen

- Modèle prédictible et duplicable à l'international (sous réserve du respect des réglementations locales)
- 1^{ère} expansion envisagée en Allemagne et au Benelux grâce au support de TotalEnergies

MERCI DE VOTRE
ATTENTION



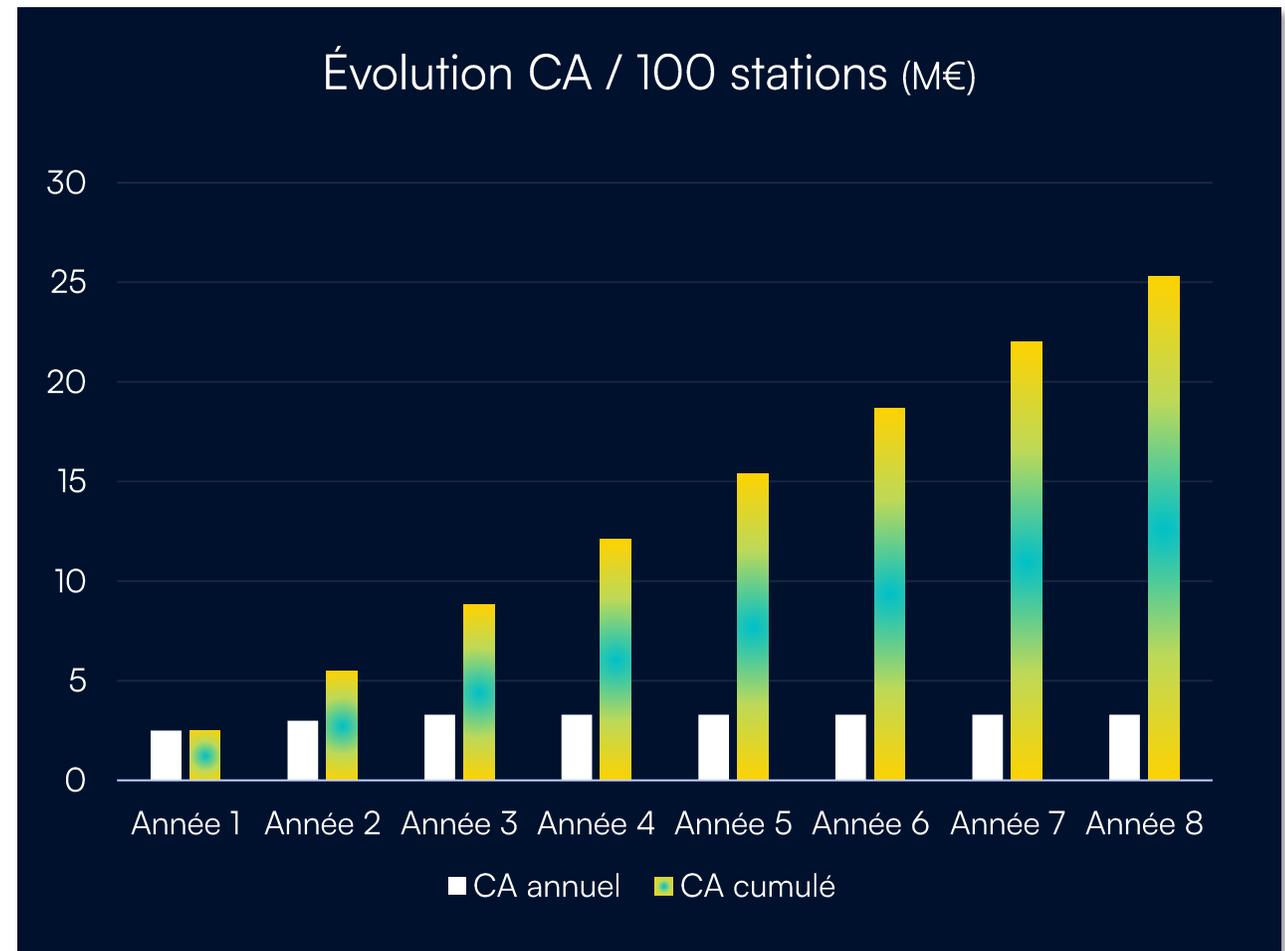
ANNEXES



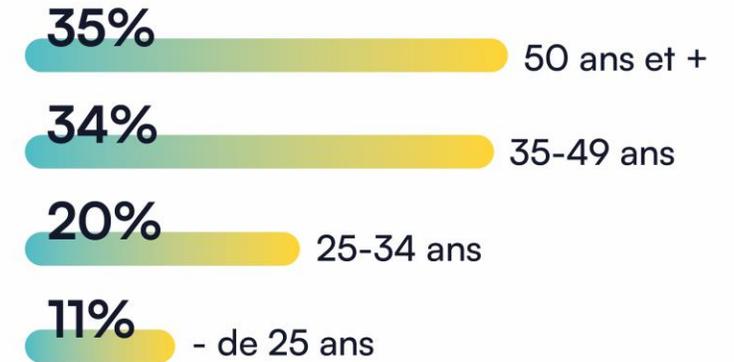
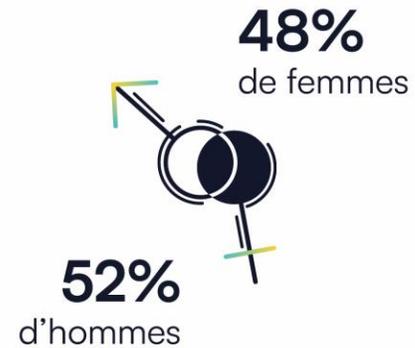
UN MODÈLE ÉCONOMIQUE PRÉDICTIBLE

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



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



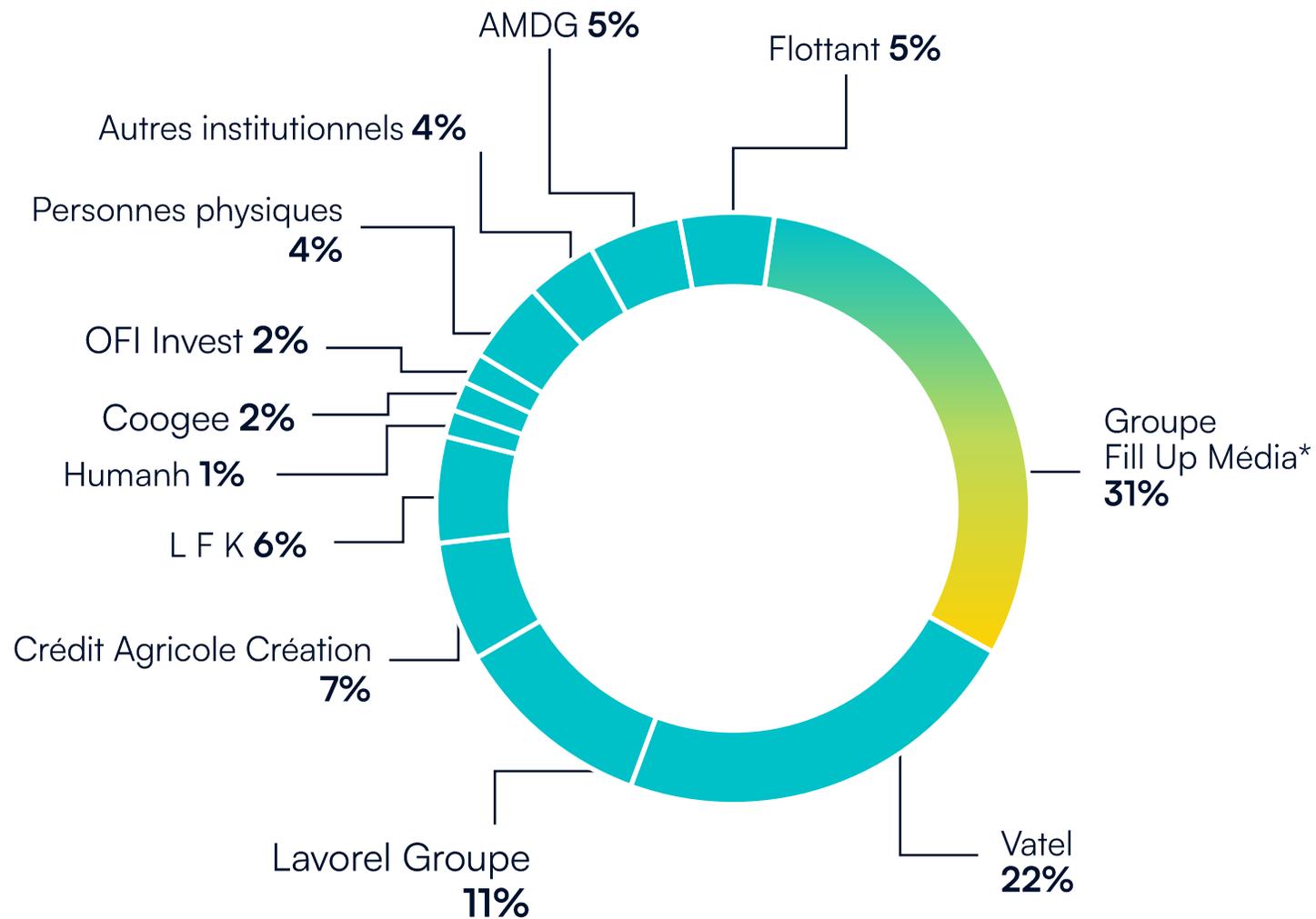
63%

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.

ACTIONNARIAT

AU 31/12/2024



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