



Fort T4 pour weborama : + 47% L'international représente 1/3 du CA

weborama a réalisé un **chiffre d'affaires consolidé de 5,231 M€ au quatrième trimestre 2010, en hausse de 47%** par rapport à la même période en 2009.

Sur l'ensemble de l'année 2010, le CA consolidé s'élève à 15,2 M€, soit une croissance de 40 %.

La croissance organique s'établit à +30% sur T4 et à +24% sur l'ensemble de l'année. Cette croissance est à comparer à une croissance de 12% du marché de la publicité display en 2010 (source SRI-Cap Gemini).

La part du CA international continue de croître significativement et constitue 32% du CA consolidé, contre 23% en 2009.

Les faits marquants de 2010 :

- **L'acquisition d'Adrime™** : bonne année aux Pays-Bas avec la poursuite de la croissance et la consolidation des relations avec des acteurs majeurs du marché (ebay, MSN...).
- Suite à cette acquisition, weborama a présenté au marché européen son **offre technologique intégrée**. adper™, la solution d'advertising-tracking de weborama, a immédiatement rencontré de nombreux succès :
 - En France, **weborama a emporté plusieurs compétitions** (dont Isobar, filiale interactive d'Aegis) et est désormais le partenaire technologique des grands annonceurs (en direct ou via des agences) parmi lesquels : BNPP, Société Générale, Cetelem, Boursorama, L'Oréal, Nestlé, Danone, Dior, Bouygues Telecom, SFR, Coca Cola, Samsung, BMW...
 - En Espagne, **weborama Iberica a gagné un appel d'offres majeur** : Vivaki Es (partenaire unique de diffusion tracking) ainsi qu'un accord avec Orange.
 - En Grande Bretagne, **weborama a conclu un accord d'advertising avec l'agence américaine iCrossing** qui compte parmi ses clients Lego, Epson, Toyota ou MasterCard.
- Sur le terrain du média, **weborama a poursuivi en 2010 la conquête du marché de la publicité ciblée**. 18 parmi les 20 plus grands annonceurs français ont utilisé l'offre de ciblage de weborama. La puissance de la plate-forme a franchi le seuil des **50 millions de visiteurs uniques en Europe**. En France, la couverture du **réseau a dépassé les 80% avec 33 millions de visiteurs uniques en décembre 2010** (Nielsen Net Ratings) contre 24 millions un an plus tôt. Les accords signés avec les éditeurs (TF1, M6, CCM Benchmark Group, La Tribune, 20minutes, SPIR, MétéoFrance...) ont été mis en œuvre. weborama a également bénéficié de l'apport d'Adrime™ dans le domaine du rich media. C'est la première société à proposer une offre de publicité ciblée sur des formats rich media.

Perspectives

Avec le développement de l'achat d'audience, les marques vont communiquer de manière individuelle et personnelle avec leurs consommateurs. C'est le signal du décollage du marché de la data sur lequel la société se positionne depuis des années. L'ambition de weborama est d'en devenir un acteur incontournable au plan européen. Dans ce but, weborama continue d'investir dans la R&D et la technologie : sa plateforme algorithmique compte en 2010 plus de profils, avec plus de critères. Devant la croissance des volumes de données traitées, weborama a migré son architecture vers le cloud.

Afin de poursuivre son développement à l'international, weborama continuera à renforcer localement ses équipes commerciales.

A propos de weborama

Pionnier de l'Internet depuis 1998, weborama continue d'anticiper, d'inventer et d'accompagner les évolutions de la publicité interactive, pour le compte des annonceurs, de leurs agences et des éditeurs. Son offre s'articule autour de la w.factory™ place de marché de marketing comportemental :

- Une plateforme organisée autour du ciblage comportemental
- La suite adperf™ (adperf™ Publisher, adperf™ Advertiser et adperf™ Analytics) qui permet la mesure, la gestion et l'optimisation des performances sur Internet
- Adrime™, outil de management de diffusion et de tracking des campagnes rich media
- Le Lab, le centre d'intelligence et de recherche de weborama, qui « fait parler Internet » à des fins de ciblage, de recherche de tendances et d'analyse d'actions de communication, notamment au bénéfice des marques.

weborama accompagne plus de 300 clients grands comptes, en France, en Espagne, en Italie, au Portugal, aux Pays-Bas et au UK. Elle a reçu le label « société innovante » par Oseo ANVAR.).

weborama est cotée sur Alternext depuis juin 2006 (ALWEB).

Contacts

Corporate

Alain Levy : 01 53 19 21 40
alain@weborama.com

Finance

Daniel Sfez : 01 53 19 21 40
daniel@weborama.com