

weborama accélère son développement

A propos de weborama

Pionnier de la publicité sur Internet depuis 1998, weborama anticipe, invente et accompagne les évolutions de la publicité interactive, pour les annonceurs, leurs agences et les éditeurs. Son offre s'articule autour de :

-La suite adperf™ (adperf™ Publisher, adperf™ Advertiser et adperf™ Analytics), technologies qui permettent la mesure, la gestion et l'optimisation des campagnes sur Internet.
-Une offre Média organisée autour du ciblage comportemental.
- Adprime™, outil de management, de diffusion et de tracking des campagnes rich media.
- La wfactory™, 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, au bénéfice des marques.

weborama accompagne plus de 300 clients grands comptes et agences, 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).

weborama accélère son développement en France et en Europe et confirme qu'il est l'un des principaux acteurs européens de la publicité on-line, qu'il s'agisse des technologies ou des stratégies média.

Le chiffre d'affaires de weborama pour 2010 s'établit à 15,2 millions d'euros, en croissance de 40% en terme consolidé (24 % à périmètre inchangé). Au cours du troisième trimestre 2010, le chiffre d'affaires de weborama a progressé de 30%.

Désormais les plus grandes marques utilisent les solutions technologiques et de stratégies média de weborama, à l'exemple de Boursorama, Club Med, Cofidis, Bouygues Telecom, Cetelem, Danone, BforBank, BNP Paribas, Société Générale, SFR, Virgin Mobile, Nestlé, L'Oréal, P&G, Dior, Vodafone, LVMH, TF1, M6 ou IDTGV.

L'année 2011 de weborama s'annonce prometteuse, avec une série de succès d'ores et déjà à son actif :

weborama Espagne devient le partenaire principal de Vivaki Espagne et d'Orange :

- A l'issue d'une compétition disputée face aux principaux acteurs mondiaux, Vivaki Espagne a confié à weborama une large partie de ses activités d'adserving. Les campagnes de marques comme P&G, L'Oréal ou Nissan en Espagne sont donc désormais diffusées, suivies, gérées et mesurées par weborama.

-De son côté, Orange a également décidé de confier à weborama l'ensemble de ses activités d'adserving.

weborama développe sa présence aux Pays-Bas :

-weborama a renouvelé son contrat avec l'agence de publicité Blue Mango, dont Vodafone est un des principaux clients et a conclu des accords internationaux de certification avec eBay, MSN et Yahoo, pour la fourniture de technologies rich media.

Premiers pas très positifs en Grande-Bretagne :

ICrossing (groupe Hearst Corporation), qui compte parmi ses clients Lego, Epson, Toyota, Coca-Cola ou MasterCard, a conclu un accord d'adserving avec weborama.



A propos de weborama

Pionnier de la publicité sur Internet depuis 1998, weborama anticipe, invente et accompagne les évolutions de la publicité interactive, pour les annonceurs, leurs agences et les éditeurs. Son offre s'articule autour de :

*-La suite adperf™ (adperf™ Publisher, adperf™ Advertiser et adperf™ Analytics), technologies qui permettent la mesure, la gestion et l'optimisation des campagnes sur Internet.
-Une offre Média organisée autour du ciblage comportemental.
- Adrime™, outil de management, de diffusion et de tracking des campagnes rich media.
- La wfactory™, 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, au bénéfice des marques.*

*weborama accompagne plus de 300 clients grands comptes et agences, 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).*

En France, weborama conforte encore ses positions :

-Isobar (groupe Aegis) a choisi weborama pour gérer l'advertising d'une partie de ses annonceurs, en particulier SFR, Club Med, Cofidis et BMW.

-weborama a remporté également l'appel d'offre d'advertising de Virgin Mobile, élargissant ainsi la coopération déjà existante entre les deux entreprises.

adperf™ Advertiser, l'adserver de weborama gère désormais les campagnes de 30 des 100 premiers annonceurs sur Internet en France.

Ces succès confirment le bien fondé de la stratégie de développement européen de weborama, implanté désormais en Espagne, aux Pays-Bas, en Grande-Bretagne et en Italie. L'élargissement de la présence en Europe s'accompagne du recrutement de dirigeants expérimentés comme Roberto Carnazza en Italie (ancien directeur général de Starcom) ou Daniel Philpot et Franklyn Martin en Grande-Bretagne (auparavant respectivement chez Google DoubleClick et Adconion).

Déjà leader du ciblage comportemental en France, weborama enrichit son offre avec une gamme de nouveaux ciblés et optimisations permettant aux annonceurs et à leur agences d'atteindre l'ensemble des objectifs de leurs campagnes, du branding à la performance. L'offre média de weborama s'impose comme une solution unique sur le marché du display, du search retargeting au rich media ciblé.

En 2011, weborama va orienter sa stratégie vers :

- La création de nouveaux outils d'optimisation des campagnes
- Le déploiement de l'activité rich media et vidéo
- La création de produits d'étude au service des marques
- Le développement de l'offre de traitement et d'analyse de données
- L'extension des solutions Technologie et Média à l'ensemble des écrans (téléphones mobiles et tablettes)

Contact presse : Guillaume Menet, Les Rois Mages

Tél 01 41 10 08 08 - Mail guillaume.menet@lesroismages.fr

Agathe Moretti, weborama

Tél 01 53 19 20 97 - Mail amoretti@weborama.com