

weborama : résultat d'exploitation en hausse de 47% au 1^{er} semestre 2010 (données auditées)

(en milliers d'euros)	conso 30/06/10	conso 30/06/09	Variation
Chiffre d'affaires	6 898	5 125	+35%
Résultat d'exploitation	1 257	853	+47%
Résultat financier	7	11	
Résultat net part du groupe	964	685	+41%
Capitaux propres	11 339	8 078	
Emprunts et dettes financières	2 381	81	
Trésorerie*	2 628	3 564	

* Ce montant ne tient pas compte de l'augmentation de capital souscrite au 30/06 par AXA et OTC à hauteur de 2 millions d'euros.

Le chiffre d'affaires consolidé du groupe weborama au titre du 1^{er} semestre 2010 s'est élevé à 6 898 k€, contre 5 125k€ sur la même période en 2009, **soit une progression de 35%**.

Le résultat d'exploitation consolidé est en hausse de 47% et s'établit sur S1 à 1257 k€ contre 853 k€ sur la même période en 2009.

La marge d'exploitation s'élève ainsi à 18,2%, en augmentation de 1,6 point (16,6% au S1 2009). En données corrigées de l'impact des immobilisations de R&D (et de leurs dotations), **la marge d'exploitation ressort en hausse de 4,3 points**.

La forte croissance enregistrée au cours du premier semestre s'accompagne d'une **amélioration de la rentabilité**, malgré la poursuite des investissements sur le plan humain (R&D, commercial).

La croissance est notamment tirée par la forte progression du **CA réalisé à l'international** qui représente désormais **plus de 30% du CA global**.

weborama a récemment ouvert un **bureau à Londres**. L'**Espagne** a fait un premier semestre en **fort développement** sur l'ensemble de l'activité. L'activité aux **Pays-Bas** a cru un **rythme très soutenu, principalement dans le domaine du rich media**.

Le 2^{ème} trimestre a été notamment consacré à l'intégration des technologies d'Adrime, qui permettent à weborama de proposer aux annonceurs un outil de diffusion couvrant l'ensemble des formats, dont le rich-media, intégré à un large éventail de fonctionnalités d'analyse. Ainsi, **weborama est la première société à proposer de la publicité ciblée sur des formats événementiels**.

Au cours du second trimestre, weborama a tiré les premiers bénéfices de **la signature de contrats cadre avec de grandes marques** (dans les secteurs automobile, agro alimentaire, bancaire) qui confèrent une bonne visibilité à l'activité publicitaire.

Concernant **l'évolution de l'actionariat de la société**, le premier semestre fut marqué par **l'entrée au capital d'AXA Private Equity et l'augmentation de la part d'OTC** au cours d'une augmentation de capital réservée de 2ME principalement dédiée au développement de la croissance organique de la société. A noter également, **le franchissement du seuil des 5% du capital par GLG**, la société d'investissement anglo-saxonne.

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