

weborama 2010 : croissance du CA 40% Résultat d'exploitation annuel en hausse de 37%

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 milliers d'euros)	2010	2009	var
Chiffre d'affaires consolidé	15 211	10 840	+40%
Résultat d'exploitation	2 887	2 111	+37%
Marge d'exploitation	19%	19,5%	
Résultat net des entreprises intégrées	2 714	1 938	+40%
Marge nette (entreprises intégrées)	17,8%	17,9%	
Résultat net (part du groupe)	2 395	1 634	+47%
Capitaux propres	13 217	9 035	
Trésorerie	5 650	3 245	
Dettes financières	3 420	0	

Le chiffre d'affaires consolidé de weborama au titre de l'exercice 2010 s'est élevé à 15 211 K€, contre 10 840 K€ sur la même période en 2009, soit une progression de 40%.

Le périmètre de consolidation s'est élargi sur la période, avec l'intégration au 20 février 2010 de la société néerlandaise Adrime™, spécialiste du rich media.

Le résultat d'exploitation consolidé est en hausse de 37% à hauteur de 2 887 K€.

La marge d'exploitation s'établit à 19% contre 19,5% en 2009.

Les importants investissements réalisés au cours de l'année au plan technologique (intégration technique d'Adrime™, investissement dans une nouvelle architecture de type « cloud ») et au plan des équipes commerciales à l'international, expliquent la stabilité de la marge.

Ces investissements ont permis de mener à bien l'intégration d'Adrime™, et de mettre en œuvre les trois complémentarités anticipées :

- **Complémentarité technologique** : l'intégration des fonctionnalités étendues sur le rich media d'Adrime™ a permis de hisser adperf™ au plus haut niveau européen des solutions d'adserving. weborama a gagné ainsi de nombreux appels d'offres au plan international : IsoBar en France, Vivaki en Espagne, iCrossing au Royaume Uni.

- **Complémentarité des offres** : weborama a lancé en 2010 la première offre couplant rich media et ciblage comportemental. Cette offre a séduit de nombreux annonceurs dans les domaines de l'automobile, de l'agro-alimentaire et de la grande distribution. Ainsi, **weborama compte 18 des 20 premiers annonceurs Internet Kantar* parmi ses clients, contre 8 en 2009.**

- **Complémentarité géographique** : en 2010, weborama a connu un fort développement de son **activité internationale, qui a représenté 32% de l'activité globale** contre 23% l'année précédente. La croissance fut soutenue en Espagne et aux Pays-Bas. **Des bureaux ont été ouverts à Londres et à Milan**, avec les recrutements des dirigeants expérimentés (ex. Starcom, Google, Adconion) pour dynamiser le lancement de l'activité.

En 2011, le développement de weborama sera concentré sur trois piliers :

- **La poursuite du déploiement international.**

- **De nouvelles innovations technologiques** qui permettront d'une part à la suite adperf™ de poursuivre sa montée en puissance sur le marché et d'autre part, à l'activité média d'offrir des dispositifs de ciblage encore plus innovants et efficaces. Une nouvelle technologie d'optimisation des campagnes à la performance sera notamment déployée.

- **La généralisation de l'offre data**, avec la constitution de bases de données de profils marketing en Italie, aux Pays-Bas et au Royaume Uni.

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).

Contact corporate : Alain Levy

Tél 01 53 19 21 40 - Mail alain@weborama.com

Contact finance : Daniel Sfez

Tél 01 53 19 21 40 - Mail daniel@weborama.com