

Weborama : forte progression (+31%*) du chiffre d'affaires au premier trimestre 2011

Le chiffre d'affaires consolidé de Weborama au titre du 1^{er} trimestre 2011 s'élève à 4 111 K€, contre 3 150 K€ sur la même période en 2010, soit une progression de 31%*.

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).

La croissance pro-forma du 1^{er} trimestre s'établit à 26%.

Au cours de ce bon premier trimestre, Weborama a progressé tant sur ses activités Media que Technologies, en France comme à l'international.

Au sein du pôle Media, **Weborama a signé des accords cadres**, confirmant l'adéquation de son offre Media avec la stratégie de communication des agences et annonceurs. Weborama a été notamment choisi par **OMG et Alliance (Renault-Nissan)** comme un de leurs partenaires 2011.

De nouveaux annonceurs ont rejoint la plate-forme de Weborama au cours de cette période et la société a récemment lancé une offre « Régions », proposant **la géolocalisation de l'ensemble des dispositifs de ciblage**.

Grâce à la création de nouveaux formats « rich media », **Weborama a lancé en France et en Espagne le premier réseau vidéo d'achat d'audience**.

Au sein du pôle Technologies, AdPerf™ est devenu un adserver de référence sur le marché français : **31 des 100 premiers annonceurs** utilisent AdPerf™**.

La mutation actuelle de l'achat d'espace vers l'achat d'audience s'accélère. Pour répondre aux besoins de certains clients face à la complexification du marché des technologies publicitaires, Weborama a confirmé sa stratégie d'ouverture et a créé une passerelle (bridge) avec la solution de web analytics d'AT Internet (leader du marché français).

Weborama poursuit sa **stratégie d'implantation dans le domaine de la data, en intégrant les différents trading desk des agences et notamment la plateforme « Audience On Demand » de Vivaki**.

A l'international, Weborama poursuit sur sa lancée 2010 avec de **nouveaux budgets pour AdPerf™** : Viajes El Corte Ingles en Espagne, Manzoni en Italie, MediaBrands au Portugal.

*Données non auditées

** Top 100 annonceurs Internet Kantar, janvier-décembre 2010

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