

COMMUNIQUÉ DE PRESSE DU 11 JUILLET 2011

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

WEBORAMA : VIVE ACCELERATION DE LA CROISSANCE ORGANIQUE (49%*) DU CHIFFRE D'AFFAIRES AU DEUXIEME TRIMESTRE 2011

Le chiffre d'affaires consolidé de **Weborama** au titre du 2^{ème} trimestre de l'année 2011 s'est élevé à **5,580 K€**, contre **3,748 K€** sur la même période en 2010, soit une **progression de 49%**.

Sur l'ensemble du premier semestre, le chiffre d'affaires consolidé est de **9,690 K€** versus **6,900 K€** en 2010 soit **40% de croissance consolidée**, à comparer à une croissance de **12%** du marché de la publicité digitale (source : SRI/Cap Gemini/Udecam)

La spectaculaire accélération de la croissance du deuxième trimestre valide le bon positionnement de **Weborama**, au centre de l'écosystème de la communication numérique. Avec l'avènement de la vidéo, du ciblage comportemental et des ad-exchanges, ce marché devient plus technologique que jamais. Les technologies de **Weborama** (adserving, analytics, data) sont indispensables pour obtenir le meilleur ROI des investissements publicitaires dans le digital.

Toutes les activités de **Weborama** ont bénéficié de cette excellente dynamique.

Du côté « média », l'activité a capitalisé sur la data et le rich media, signant de nouveaux annonceurs tels que Monoprix, Carrefour, Pepsico, La Poste ou encore IBM. Une alliance a été mise en place avec la société américaine Glam Media (leader sur l'audience féminine), avec la création de l'offre « Women First » à destination des femmes internautes françaises. Avec 16,7 millions de VU sur la cible femme c'est l'offre la plus puissante du marché publicitaire français.

L'activité technologique a poursuivi sur sa bonne lancée, et a constaté une forte progression des volumes gérés par l'adserver Adperf, le renouvellement des accords avec ses principaux partenaires et le gain de compétitions majeures (PMU en France, El Corte Ingles en Espagne, Vodafone en Italie).

Enfin, la société a poursuivi ses investissements dans le **développement international**. Les gains de nouveaux contrats en Angleterre (Starcom pour Blackberry) et en Italie (P&G) valident ces initiatives. La part de l'activité internationale de **Weborama** sur ce semestre a atteint **36,5%** contre **30%** sur le premier semestre 2010.

Weborama continue d'investir dans les technologies. Les outils de **Weborama** sont désormais performants dans l'univers mobile (smartphones et tablettes : première campagne sur iPad en HTML5), le rich media et la vidéo (création d'un format vidéo HD « full page »). L'architecture technique continue d'être renforcée, afin de répondre au besoin croissant d'interconnexion avec les ad-exchanges (google, yahoo, etc), et les DSP (invite, MediaMath...). Les data produites par **Weborama** sont utilisées par un nombre croissant de trading desks à travers l'Europe (AOD de Vivaki, Xaxis de WPP, Affiperf d'Havas, Matiro...)

Selon Alain Levy, président de **Weborama** : « *La société a une fois de plus démontré sa capacité à croître nettement plus vite que son marché de référence, lui-même en forte croissance. Cette spectaculaire croissance organique ne doit rien au hasard ou à une action commerciale spécifique, elle est le fruit des investissements en R&D, et du renforcement des équipes commerciales, notamment à l'international. Cela nous conforte dans nos convictions. La société continue de gagner des parts de marché sur un secteur en croissance. L'excellente performance de l'international au développement de l'entreprise légitime l'ambition de **Weborama** de devenir le leader européen des technologies publicitaires.* »

*Données non auditées



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 média.

La **w.factory**[™], 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).