



Paris, le 7 février 2007

## Weborama : CA 2006 en hausse de 48% (46% à périmètre comparable)

Le chiffre d'affaires consolidé de Weborama en 2006 s'est élevé à 3 808 k€ contre 2 567 k€ sur la même période en 2005, ce qui représente une augmentation de 48,3%. En réintégrant le CA 2005 de la filiale espagnole, qui n'était pas consolidée sur l'exercice précédent, la croissance est de 46,0% à périmètre comparable.

(en milliers d'euros)	2006	2005	Var. %
Chiffre d'affaires (marge brute)	3 808	2 567	+48%

Le pôle **Ciblage et diffusion** a bénéficié du succès d'Adperf™, lancé en septembre 2006. Pour mémoire, l'Adserver Adperf™ est un outil complet de ciblage et de diffusion, qui permet aux annonceurs de diffuser leurs campagnes publicitaires, tout en bénéficiant des outils exclusifs de ciblage et d'analyse développés par Weborama.

Le pôle **Mesure et analyse** bénéficie à la fois d'une forte récurrence de l'activité, et de conquêtes de nouveaux clients :

- le taux de fidélisation des clients est de 96%, et le CA par client augmente régulièrement. La progression de l'activité sur les clients existants provient d'une part de la hausse des volumes, sur laquelle est indexée la facturation, et d'autre part de la vente de nouveaux services (analyse de performance, conseil...).
- la stratégie de conquête continue à porter ses fruits, avec le gain de nouveaux clients majeurs, comme par exemple 01Net ou Ventesprivees.com, 10<sup>ème</sup> site de e-commerce le plus visité en France au cours du 2<sup>ème</sup> semestre (source Fevad).
- enfin, l'activité de mesure de performance croît fortement (+81% à 0,4 M€), tirée par la hausse du marché publicitaire sur Internet, et portée par une tendance forte chez les annonceurs pour qui la mesure de l'efficacité des campagnes est un critère de plus en plus important.

Weborama entame l'année 2007 avec des objectifs de croissance toujours forts, et de nouveaux produits porteurs de revenus et de marge. L'accueil favorable réservé à Adperf™ à son lancement permet d'anticiper pour ce produit un fort développement commercial. Weborama vient par ailleurs de lancer en janvier W-in-Text™, nouvelle génération de liens sponsorisés qui permet d'offrir aux annonceurs, en plus du ciblage socio-démographique, un ciblage contextuel en fonction du contenu lu par l'internaute. Ces développements illustrent la capacité d'innovation qui soutient la croissance de Weborama depuis sa création.

### Prochain communiqué : résultats annuels le 6 mars 2007

#### A propos de Weborama

Pionnier de l'Internet depuis 1998, Weborama a développé une offre exclusive pour les annonceurs et les agences, fondée sur :

- la capacité, unique en Europe, de diffuser des campagnes publicitaires de manière ciblée grâce à sa base de données de 22 millions de profils d'internautes qualifiés ;
- des technologies de pointe, propriétaires et brevetées, pour mesurer efficacement l'audience et la performance de l'ensemble de leurs actions de communication en ligne.

Weborama a plus de 300 clients grands comptes, en France et en Europe. Elle a reçu le label « société innovante » par Oseo ANVAR, et figure aux palmarès français et européen du Deloitte Technology Fast.

Weborama est cotée sur Alternext (codes : FR0010337444 – ALWEB)

[www.weborama.com](http://www.weborama.com)

#### Weborama

Irène Labus  
irene@weborama.com  
tel : 01 53 19 21 40

#### Calyptus

Mathieu Calleux / Marie Ein  
mathieu.calleux@calyptus.net / marie.ein@calyptus.net  
tel : 01 53 65 37 91 / 01 53 65 68 66