



Weborama : croissance temporairement freinée au 1^{er} semestre Maintien d'un haut niveau de résultats, malgré d'importants investissements techniques et commerciaux

(en milliers d'euros)	30/06/07	30/06/06	Variation
Chiffre d'affaires	2 091	1 977	+5,8%
Résultat d'exploitation	536	743	-27,9%
Résultat financier	78	-1	-
Résultat net part du groupe	453	517	-12,4%
Capitaux propres	6 959	5 957	
Trésorerie nette	4 912	4 621	

Une exploitation volontairement modérée du réseau de sites Weborama

Le ralentissement de la croissance au 1^{er} semestre 2007 est dû principalement à la stratégie de « capping » des campagnes publicitaires sur le réseau de sites Weborama. Cette stratégie consiste à limiter le nombre d'expositions aux campagnes pour un internaute donné. Ceci permet de préserver la qualité et le nombre de sites affiliés, et donc la qualité de la base de plus de 20 millions de profils qualifiés.

Le ciblage comportemental au cœur des développements en 2007

La capacité de ciblage de Weborama, unique en Europe, constitue la base des développements entrepris en 2007, portant sur l'adserving et le ciblage comportemental :

- pour les annonceurs et les agences, avec l'adserver AdPerfTM qui enregistre depuis juillet des volumes en forte croissance, avec des clients comme Cetelem, BNPP, Zed Digital, Lagardère...
- pour les sites et les régies, avec la version éditeur de son adserver, Aimfar, utilisé sur des réseaux externes au groupe comme Rentabiliweb, E-Stat., Vivastreet, Tele2, Ulimit et Promobenef ainsi que l'exploitation de la base de données WousdatTM pour du ciblage comportemental avec Le Monde, Caradisiac...

Weborama se donne ainsi les moyens de mieux exploiter ses actifs technologiques, en diffusant pour tous les acteurs du marché publicitaire des campagnes ciblées en dehors de son réseau, sur l'ensemble du web.

Maintien d'un haut niveau de résultats

La marge d'exploitation du 1^{er} semestre s'établit à 25,6% du CA, contre 38,0% sur l'année 2006, malgré les charges importantes liées au repositionnement de Weborama sur l'Adserving et le ciblage, et la faible progression du chiffre d'affaires. Avec 453 k€ de résultat net, la marge nette ressort à 21,7%, contre 30% en 2006.

Poursuite du développement à l'international

Après l'Espagne, où la filiale Weborama Iberica connaît de nouveaux succès commerciaux, notamment auprès des agences, Weborama a ouvert en août un bureau en Allemagne. La société est par ailleurs déjà présente au Portugal, à travers un partenariat avec Marktest, leader de la mesure d'audience, et depuis avril 2007 aux Pays-Bas où la société a signé un partenariat avec l'agence Bluemango (Vodafone).

Politique d'innovation continue

Weborama a lancé en début d'année W-In-text, liens sponsorisés contextuels de nouvelle génération, qui a trouvé un bon accueil auprès du marché et se développe conformément aux prévisions.

Par ailleurs, résultat de ses recherches dans le domaine du web 2.0, la société prévoit de lancer à la fin de l'année un site collaboratif, Yoolink, déjà disponible en ligne en version alpha (www.yoolink.fr).

En intensifiant ses investissements dans les technologies, Weborama renforce son positionnement sur les deux secteurs d'avenir de la publicité sur Internet : l'Ad-serving et le ciblage comportemental. Les investissements récents vont permettre de mieux exploiter les actifs développés depuis la création de Weborama, en élargissant le spectre de clients potentiels, notamment à l'international.

Information sur la société

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 plus de 20 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 depuis juin 2006 (codes : FR0010337444 – ALWEB)

www.weborama.com

Contacts :

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

Calyptus
Mathieu Calleux
mathieu.calleux@calyptus.net
tel : 01 53 65 37 91