



Weborama : CA 9 mois en hausse de 7,6%

Le chiffre d'affaires consolidé de Weborama au 30 septembre 2007 s'est élevé à 2 957 k€, contre 2 749 k€ sur les 9 premiers mois 2006, soit une progression de 7,6%.

L'apparente stabilité du chiffre d'affaires traduit en fait l'amorce d'un redimensionnement de l'activité de Weborama, avec :

- la moindre croissance des (« web analytics »), activité historique de Weborama, qui se fait au profit du développement rapide de l'activité d'Adservering (Adperf).
- des revenus publicitaires volontairement restreints, afin de préserver la qualité du réseau, actif essentiel pour le développement de l'offre de ciblage comportemental,
- la forte progression de l'activité en Espagne.

4 538 k€ de CA pro forma avec C-Marketing (9 premiers mois)

L'acquisition de C-Marketing est effective depuis le 15 octobre. Outre le complément d'activité apporté par la régie, estimé à 1 581 k€, l'opération va permettre de dynamiser les ventes vers l'ensemble des annonceurs sur les solutions de ciblage comportemental.

Validation du nouveau positionnement sur le ciblage comportemental

Weborama et C-Marketing sont les leaders en France en matière de ciblage comportemental sur Internet depuis 2003 tant sur le plan commercial (200.000 sites en réseau) que technologique (plus de 20 millions de profils d'internautes).

Les mouvements récents opérés sur le marché de la publicité en ligne démontrent l'évolution attendue des investissements publicitaires au profit de ce type de solutions : rachats de BlueLithium par Yahoo et de Tacoda par AOL.

Suite à l'intégration de C-Marketing, le groupe entend étendre sa solution de ciblage à un périmètre élargi.

Weborama dispose d'une technologie innovante et exclusive, renforcée par l'étendue et la précision de sa base de données, et des AdServer intégrant la capacité de ciblage. Ces atouts font de Weborama l'un des acteurs les plus avancés en Europe sur ce créneau.

L'intégration de C-Marketing devrait permettre de concrétiser dès 2008 la réussite de ce positionnement stratégique.

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

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

Calyptus

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