



## Weborama : CA annuel consolidé en hausse de 25,3% (données auditées)

Le chiffre d'affaires annuel consolidé de Weborama au titre de 2007 s'est élevé à 4 771 k€, contre 3 809 k€ au en 2006, soit une progression de 25,3%. Ces chiffres prennent en compte l'acquisition de 100% du capital de C-Marketing, consolidé à compter du 15 octobre 2007.

Le chiffre d'affaires annuel pro-forma au titre de 2007 s'est élevé à 6 440 k€. A périmètre constant, le chiffre d'affaires annuel est de 4 143 k€, en hausse de 8,8% par rapport à 2006.

La faible croissance organique enregistrée en 2007 est notamment due au repositionnement stratégique de la société sur les marchés porteurs de l'Ad-serving (Ad-Analytics) et du Ciblage Comportemental, au détriment des activités historiques (Web-Analytics et Ad-Network).

Le groupe est désormais organisé autour de deux pôles :

- **Solutions** : pôle services bâti notamment autour du produit phare : l'adserver Adperf™
- **Profiling** : offre publicitaire de ciblage comportemental exploitant la base propriétaire de 25 millions de profils.

L'année 2007 a permis de valider la qualité d'Adperf™, adserver de dernière génération, au sein du marché en forte croissance de l'Ad-serving. Weborama a pénétré ce marché rapidement grâce à son expertise en matière de Web-Analytics qui permet d'enrichir son adserver de fonctionnalités de tracking et d'analyse très avancées. Lancé à la fin 2006, Adperf™ a rapidement été adopté par de nombreux annonceurs en France et à l'international, en direct ou via les agences médias leaders. Adperf™ représente déjà près de 20% du CA 2007 à périmètre constant et les perspectives 2008 du pôle Solutions sont très prometteuses.

2007 a été également consacrée au renforcement du positionnement de la société sur le marché du Profiling avec l'acquisition de C-Marketing. Weborama et C-Marketing sont depuis 2003 leaders de ce segment en France. L'évolution récente des besoins des annonceurs en termes de ROI et de ciblage des campagnes online a incité Weborama à accélérer ses investissements dans ce secteur. L'intégration est déjà opérationnelle et le Groupe est désormais dans une position idéale pour exploiter au mieux sa base de données Wousdat™ de plus de 25 millions de profils marketing et capter l'ensemble des revenus associés.

La société bénéficiera pleinement de la consolidation des comptes de C-Marketing en 2008.

Après une année de transition, le Groupe est désormais idéalement positionné pour bénéficier des fruits des ses récents investissements au sein de ses 2 pôles, Solutions et Profiling.

### 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 25 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](http://www.weborama.com)

### Contacts :

#### Weborama

Alice Lamotte  
alice@weborama.com  
tel : 01 53 19 21 40

#### Calyptus

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