



Weborama : Croissance organique au T4 de 42,2 % (données auditées)

Le chiffre d'affaires consolidé de Weborama au titre du 4ème trimestre 2008 s'est élevé à 2 658 k€, contre 1 814 k€ sur la même période en 2007, soit une progression de 46,5%.

Sur la même période, la croissance organique s'élève à 42,2%.

Sur l'ensemble de l'année la croissance atteint 82,2% en consolidé et 43,8% en organique.

Chiffre d'affaires(en k€)	2007	2008	Variation
Consolidé	4 770	8 693	+82,2%
Organique (hors C Marketing)	4 143	5 957	+43,8%
Pro-forma (C-Marketing sur 1 an plein)	6 440	8 693	+35,0%

En 2008, Weborama fait nettement mieux que le marché du display qui a progressé de 19% (source SRI). Sur le quatrième trimestre, la croissance est demeurée très soutenue, malgré l'effet de la crise qui a commencé à affecter les budgets publicitaires.

L'exercice 2008 valide les choix stratégiques opérés par la société en fin 2007. Le double positionnement de Weborama sur les outils de performance et sur le « behavioral targeting » (ciblage comportemental) a permis de poursuivre la croissance relancée dès le début de 2008 :

- Les outils d'Ad-Analytics développés par **Weborama Solution** ont remplacé les outils historiques de Web-Analytics (tracking des sites). L'adserver de Weborama est devenu une référence sur le marché et de nombreux nouveaux clients ont été gagnés en 2008 (Boursorama, Symio...)
- La **w.factory TM**, la nouvelle plate-forme de ciblage publicitaire développée et exploitée par Weborama Connection s'est substituée au traditionnel réseau de Weborama et de C-Marketing, repoussant ainsi les limites d'intervention de nos technologies. Cette plate-forme offre aux annonceurs un ciblage comportemental précis et efficace, et propose aux éditeurs de nouvelles sources de revenus. La mise en place de cette plate-forme s'est traduite par une amélioration des prix, une augmentation de la couverture du réseau, ainsi que la mise en place de nombreux partenariats (TF1, Le Nouvel Obs, LePost, Caradisiac...)

L'innovation technologique reste au cœur du développement de la société. Weborama poursuit ses investissements. En 2009, la société va lancer Adperf for Publishers, un adserver qui permet aux éditeurs de gérer leurs revenus de manière optimale, ainsi qu'une nouvelle version de sa technologie de ciblage comportemental.

Information sur la société

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

- Une plate-forme de marketing publicitaire organisée autour du ciblage comportemental : Weborama Connection
- Les « ad analytics » de Weborama Solution : ensemble de technologies de pointe, propriétaires et brevetées, pour diffuser, analyser la performance et mesurer efficacement l'audience 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)

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