



Communiqué de presse, Paris le 9 Février 2017

WEBORAMA POURSUIT SA CROISSANCE EN 2016

29,06 M€ DE CHIFFRE D’AFFAIRES, EN PROGRESSION DE 11%

Le groupe Weborama conforte en 2016 sa place de premier acteur technologique indépendant du data marketing en Europe, avec un chiffre d’affaires consolidé de 29,06 M€ contre 26,18 M€ en 2015, en croissance de 11%.

A taux de change constant, après neutralisation de l’effet de la dépréciation du Rouble sur la période, la croissance du chiffre d’affaires **s’élève à +13% en 2016.**

Le premier semestre 2016 a été marqué par un développement soutenu de l’activité « **data strategy** », notamment en France et en Russie, alors que les activités « **data advertising** » continuaient leur progression sur d’autres territoires. Le second semestre renforce cette tendance avec un **CA consolidé de 15,48 M€.**

Sur cet exercice, le poids des activités internationales reste stable par rapport à 2015 avec 68% du CA. Le groupe Weborama enregistre en toute fin d’année 2016 les premiers revenus issus d’activités aux Etats-Unis.

Les performances de sa plateforme technologique, son haut niveau de service, son exigence sur les questions de respect de la vie privée, enfin son indépendance et ses garanties en matière de sécurité de la donnée constituent les avantages concurrentiels de Weborama.

Cet exercice permet notamment à la DMP Weborama Audience Manager de s’imposer comme la principale alternative européenne aux offres américaines. La base de données comportementales – la plus élaborée en Europe avec 500M de profils anonymes – est utilisée par près de 300 marques dans plus de 20 pays. Elle s’inscrit durablement dans la stratégie data d’un nombre croissant d’entreprises « consumer-centric ».

Les compétitions remportées par Weborama permettent au groupe de renforcer son expertise sectorielle dans différents domaines tels que l’assurance, l’alimentation et de la boisson, les produits d’entretien ou encore les entreprises publiques.

Directement ou avec ses partenaires agences médias, à l’international comme en France, Weborama a notamment gagné en 2016 la confiance des groupes EDF, COVEA, Nestlé, Reckitt Benckiser, Unilever, PepsiCo, Heinz, Domino’s, Quiksilver, Heineken, Red Bull, Barilla, Bayer...



Spécialiste des solutions de data marketing, Weborama possède la plus importante base de données comportementale indépendante en Europe, édite différentes technologies parmi lesquelles une DMP et propose ses services de data-science aux entreprises « consumer-centric ».

La donnée comportementale Weborama, qui compte 500 millions de profils, est exploitée pour la communication digitale de centaines de marques en Europe. La DMP Weborama Audience Manager, choisie par plusieurs dizaines de grandes entreprises, est également leader parmi les solutions européennes.

Weborama est une entreprise française forte de 220 collaborateurs, cotée sur Alternext, active dans 20 pays à travers huit bureaux en Europe et en Amérique Latine.

www.weborama.com