

COMMUNIQUÉ DE PRESSE DU 2 FÉVRIER 2012

CONTACT WEBORAMA : DANIEL SFEZ TÉL. : 01 53 19 21 40 - MAIL : DANIEL@WEBORAMA.COM

CONTACT PRESSE : GUILLAUME MENET, LES ROIS MAGES MAIL : GUILLAUME.MENET@LESROISMAGES.FR

WEBORAMA : CROISSANCE ORGANIQUE DE 46% AU T4

Weborama a réalisé un chiffre d'affaires consolidé de 7 623 K€ au 4^{ème} trimestre 2011, en hausse de 46% par rapport à la même période en 2010. Cette croissance est purement organique. Sur l'ensemble de l'année 2011, le CA consolidé s'élève à 22 430 K€, soit une croissance organique de 46%.

Cette croissance est à comparer à une croissance de 14% du marché de la publicité display en 2011 (source SRI-Cap Gemini).

Le CA international représente 36% du CA contre 32% en 2010.

Le marché de la data en fort développement :

- Globalement, l'année 2011 a été marquée par le rôle prépondérant du ciblage et par la progression de l'automatisation des échanges publicitaires. Deux tendances anticipées par Weborama, qui bénéficie de son positionnement fort au cœur de l'univers de la data publicitaire.
- La plateforme de Weborama a considérablement progressé en 2011 : plus de profils (200 M au plan européen), plus d'annonceurs (branding et performance) et plus de partenaires éditeurs.
- Au dernier trimestre 2011 Weborama a interfacé sa solution technique avec le DSP de Google, Invite Media. Ainsi, des agences (Isobar, Vivaki, Netbooster...) ont acheté de la data Weborama sur la plateforme de Google. Weborama va multiplier ce type de partenariats afin de permettre au plus grand nombre d'acteurs (annonceurs, agences et éditeurs) d'acheter et d'utiliser simplement ses données.
- Un accord international a été signé avec Vivaki en octobre 2011. Ce partenariat va notamment permettre aux données de Weborama d'appuyer les opérations d'achat d'audience de la plateforme AOD.

Une activité soutenue en France et à l'international :

- En France, l'activité a fortement progressé, aussi bien sur le média ciblé que sur la technologie : croissance du Rich Media (Women First avec Glam Media), des opérations à la performance (Banque Postale, SFR,...), du branding ciblé (Microsoft, Nokia...) ainsi que des volumes diffusés : 35 des 100 premiers annonceurs français (Kantar) utilisent Adperf™ pour piloter leurs investissements.
- Toujours leader du Rich Media aux Pays Bas, Weborama NL a fortement progressé dans sa conquête du marché de l'advertising, avec des gains importants, parmi lesquels KPN, le premier annonceur « digital » aux Pays-bas.
- En Europe du Sud (Espagne, Italie, Portugal) aussi, le dernier trimestre fut riche en développements avec de nombreux nouveaux partenaires, tant utilisateurs d'Adperf™ (Europ Assistance, Aventis...) qu'annonceurs (Microsoft, Porsche, Iberia...). Enfin, de nombreux éditeurs ont rejoint la plateforme (20minuten, publico.es...).

- En Angleterre, la **prise de participation dans Hi-Media UK** (en décembre 2011) va accélérer le développement des opérations, tant sur le média ciblé, que sur la technologie (Rich Media) et la data.

Weborama poursuit ainsi le **déploiement de ses lignes de produits** (Techno, Media, Data) à l'international en intensifiant ses investissements sur le marché de la data qui accompagne le développement de l'automatisation des échanges publicitaires.



WEBORAMA : FROM DATA TO VALUE

Weborama est le leader européen du management, de la diffusion et du tracking des publicités ciblées sur Internet. Son offre s'articule autour des activités Data, Technology et Media. Depuis la création de **Weborama**

à Paris en 1998, plus de 300 clients grands comptes et agences utilisent ses solutions innovantes pour piloter et optimiser leurs investissements online en France, en Espagne, en Italie, au Portugal, aux Pays-Bas et au UK.

Weborama est cotée sur Alternext depuis juin 2006 (ALWEB). Son chiffre d'affaires est en constante croissance et a atteint 22,4 millions d'euros en 2011.

Site internet : www.weborama.com