



Consolidation de l'activité au 1^{er} semestre dans un marché en recomposition

Chiffre d'affaires de 15,2 M€ au 30 juin 2019, en baisse de 5% par rapport à un S1 2018 pré-RGPD

Communiqué de presse – Paris, le 25 juillet 2019 à 17h45

Weborama (FR0010337444 – ALWEB – PEA PME), leader mondial de la Data Science au service de la connaissance client, présente aujourd'hui son chiffre d'affaires consolidé au 30 juin 2019.

Dans un environnement de marché encore affecté par la mise en place du RGPD en Europe il y a un an, Weborama enregistre au 1^{er} semestre 2019 un chiffre d'affaires de 15,2 M€, en recul de 5,4% par rapport à un 1^{er} semestre 2018 pré-RGPD qui était en progression.

A périmètre et taux de change constants, le recul se réduit à -4,0%, avec un impact de change négatif du rouble de 0,2 M€ sur la période.

Le Groupe, fortement présent à l'international, réalise plus de 68% de son chiffre d'affaires à l'export, dont 33% en Europe (hors France), 19% en Russie et 16% aux Etats-Unis.

en M€	S1 2019	S1 2018	Var.
Data Strategy	11,8	11,7	+0,9%
Advertising	3,4	4,3	-21%
Total	15,2	16,0	-5,4%

Chiffres non audités

Prépondérance du pôle Data Strategy

Dans un marché mondial de l'e-marketing fortement impacté à la fois par les changements liés à la mise en place du RGPD en Europe et par la stratégie d'expansion hégémonique des GAFAs, Weborama maintient le niveau d'activité de son **pôle Data Strategy**, qui représente 77% de l'activité au 1^{er} semestre 2019 (11,8 M€). Son offre, basée sur la connaissance scientifique des consommateurs, répond à une demande croissante des entreprises de tous secteurs de s'approprier la maîtrise de leurs données marketing pour avoir le choix de les activer librement, dans le respect de la protection des données personnelles.

La base de données BigSea, la DMP Weborama et les services associés, ont remporté l'adhésion de nouveaux clients, en particulier sur les secteurs d'expertise de Weborama que sont l'automobile, le voyage, la finance, la distribution, les telecoms et le luxe/cosmétiques. Les différentes filiales ont ainsi signé au cours du semestre de nouveaux partenariats avec des marques leaders, comme par

exemple OUI.sncf, numéro 1 français de l'e-commerce, Heineken, Samsung, Coty, Jaguar Land Rover....

Le **pôle Advertising** s'affiche en baisse de 21% sur le semestre, à 3,4 M€. Les synergies mises en place avec les actifs data du Groupe pour proposer de façon croissante aux marques des offres publicitaires « data-driven » permettent toutefois d'envisager de nouveaux leviers de développement sur cette activité au cours des semestres à venir.

Perspectives

Weborama poursuit son développement, porté par l'attractivité croissante de ses offres grâce aux investissements technologiques réalisés ainsi que par des résultats commerciaux encourageants aux Etats-Unis où les partenariats mis en place avec les plateformes se concrétisent.

Dans un marché global du marketing en évolution rapide, le positionnement unique de Weborama, qui offre à l'échelle mondiale une solution data propriétaire personnalisée, efficace, peu intrusive et compétitive est un atout clé, perçu comme tel par un nombre croissant d'annonceurs.

Prochain communiqué : résultats Semestriels 2019, le 17 octobre 2019

Weborama est un leader mondial de la Data Science qui accompagne les entreprises dans la transformation digitale de leur marketing grâce à ses outils et à son savoir-faire en connaissance scientifique du consommateur. Dans un monde du marketing globalisé où la relation entre les marques et leurs audiences est de plus en plus individualisée, Weborama apporte aux marketers nouvelle génération une solution data propriétaire personnalisée, efficace, peu intrusive et compétitive, le tout à l'échelle mondiale.

L'offre de Weborama est constituée de plusieurs technologies propriétaires - notamment une DMP (data management platform) - alimentées par une des bases de données comportementales les plus élaborées au monde (BigSea : 1,5 milliard de profils anonymisés, 220 critères de qualification). En forte expansion, cette base de données repose sur une Data Science exclusive alliant Traitement Automatique du Langage et Machine Learning.

Coté à Paris sur Euronext Growth, Weborama développe son expertise dans une trentaine de pays à l'aide d'une équipe de 250 personnes. Weborama est organisme de recherche agréé en France et membre du Club Excellence de BPI France dont elle a reçu le label « Entreprise Innovante » et est éligible PEA-PME.
www.weborama.com

Contact :

WEBORAMA – Alain Levy / Daniel Sfez – 01.53.19.21.40 – alain@weborama.com / daniel@weborama.com
CALYPTUS – Sophie Levesque / Mathieu Calleux – 01.53.65.68.68 – weborama@calyptus.net