



Hausse du résultat d'exploitation au premier semestre 2017

Communiqué de presse, Paris le 28 septembre 2017

Au premier semestre 2017, le résultat d'exploitation consolidé du groupe Weborama s'est établi en hausse à 754 K€, contre 93 K€ sur la même période en 2016.

La marge d'exploitation s'est élevée à +5 % contre +0,7 % au premier semestre 2016.

Cette hausse de la marge d'exploitation fait suite à une croissance du chiffre d'affaires consolidé du groupe de 10,7 % au premier semestre 2017 et à un mix favorable d'activité, lié au renforcement de la data strategy, à l'international notamment.

Au premier semestre, le résultat net des entreprises intégrées s'est établi à +1 151 K€ contre +555 K€ l'année dernière.

Les flux provenant de l'activité ont fortement augmenté grâce à la hausse du résultat net et à l'amélioration du BFR. En parallèle, le groupe a remboursé des dettes et poursuivi sa stratégie d'investissement. Ceux-ci ont atteint 17% du CA au premier semestre, en forte augmentation par rapport aux semestres précédents. Les dépenses d'innovation ont représenté 2 732 K€, soit 35% de plus qu'au premier semestre 2016. L'intensification des investissements en R&D impacte favorablement le taux d'IS du groupe.

Au 30 juin 2017, la trésorerie était de +5,2 M€ et l'endettement à moyen/long terme de 5,1 M€.

L'évolution du monde du marketing vers une « consumer centricity » s'accélère. La connaissance du consommateur est au centre de cette évolution. Et c'est le cœur de l'activité de Weborama. Au cours du premier semestre, des entreprises aussi variées que EDF, MAIF, Pernod Ricard, Medela, Endesa, Findus, Yezon, Moschino, ont adopté les solutions data proposées par Weborama. La société a depuis la clôture du semestre, signé un accord significatif avec un grand acteur du secteur medias/marketing. Weborama met à disposition de son partenaire sa suite sémantique qui permet de viser une connaissance scientifique du consommateur. Cet accord, international, va notamment permettre à Weborama de développer sa présence aux Etats Unis.



Weborama est un leader mondial de la Data Science au service de la connaissance client et des technologies de management de la data. Nous accompagnons les entreprises dans leur stratégie marketing, tant en termes d'innovation que d'optimisation (data strategy), et dans leur recherche d'une pertinence et d'une efficacité accrues de leur communication digitale (data advertising). Weborama apporte les outils et méthodologies pour organiser, valoriser et développer leur patrimoine data et mettre en œuvre les scénarios les plus opérationnels, innovants et divers.

L'offre de Weborama est constituée de plusieurs technologies propriétaires - notamment une DMP (data management platform) - alimentées par la base de données comportementales indépendante (BigSea), l'une des plus élaborées au plan mondial (900 millions de profils dont plus de 100 millions en France). Nos solutions sont fondées sur une Data Science exclusive alliant notamment Traitement Automatique du Langage et Machine Learning pour rassembler et organiser l'ensemble des données lexicales dans l'environnement Big Data. La qualification des contenus ainsi obtenue devient une source d'insights inédits, et l'exploitation des profils d'utilisateurs qui en découle, un puissant levier de performance pour nos clients.

Nous plaçons au cœur de notre pratique l'appropriation par nos clients des vecteurs de performance que procurent nos technologies et algorithmes. Nous les guidons dans la sécurisation de leurs données et dans la gestion la plus rigoureuse du respect de la vie privée.

Cotée à Paris sur Alternext, Weborama développe son expertise dans une trentaine de pays - à l'aide d'une équipe de 235 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 ».

www.weborama.com