

DOCUMENT DE BASE



Weborama



En application de son Règlement général, notamment de l'article 212-23, l'Autorité des marchés financiers a enregistré le présent document de base le 5 juin 2006 sous le numéro I.06-082. Ce document ne peut être utilisé à l'appui d'une opération financière que s'il est complété par une note d'opération visée par l'AMF. Il a été établi par l'émetteur et engage la responsabilité de ses signataires. L'enregistrement, conformément aux dispositions de l'article L621-8-1-I du Code monétaire et financier, a été effectué après que l'AMF a vérifié « si le document est complet et compréhensible, et si les informations qu'il contient sont cohérentes ». Il n'implique pas l'authentification par l'AMF des éléments comptables et financiers présentés.

Ce document est disponible sans frais au siège social de la Société, ainsi qu'en version électronique sur le site Internet de l'AMF (www.amf-france.org) et sur celui de la Société (www.weborama.com).

TABLE DES MATIERES

1	PERSONNES RESPONSABLES	5
1.1	Responsables du document de base.....	5
1.2	Attestation des personnes responsables.....	5
2	CONTROLEURS LEGAUX DES COMPTES.....	6
2.1	Commissaire aux comptes titulaire	6
2.2	Commissaire aux comptes suppléant.....	6
3	INFORMATIONS FINANCIERES SELECTIONNEES	7
4	FACTEURS DE RISQUES.....	8
4.1	Risques liés à l'activité	8
4.1.1	Risques liés à l'environnement concurrentiel.....	8
4.1.2	Risques liés à la dépendance envers les clients	8
4.1.3	Risques liés au partenariat.....	9
4.1.4	Risques liés à la dépendance envers les fournisseurs.....	9
4.1.5	Risques liés à la diminution du nombre de sites du réseau Weborama	10
4.1.6	Risques liés aux évolutions technologiques	10
4.2	Risques liés à la stratégie de la Société	12
4.2.1	Risques liés aux évolutions sectorielles	12
4.2.2	Risques liés au recrutement et au départ de collaborateurs-clés	12
4.2.3	Risques liés aux acquisitions	13
4.2.4	Risques liés à la capacité à gérer une croissance rapide.....	13
4.3	Risques juridiques et fiscaux.....	13
4.3.1	Risques liés aux droits de propriété intellectuelle	13
4.3.2	Risques liés au traitement des données à caractère personnel	14
4.3.3	Litiges	14
4.3.4	Risques prud'homaux et relatifs à la durée du travail.....	15
4.3.5	Risques fiscaux	15
4.3.6	Assurances	15
4.3.7	Dépendance à l'égard de l'actionnaire de contrôle	16
4.4	Risques financiers.....	16
4.4.1	Risques de change.....	16
4.4.2	Risques de taux.....	16
4.4.3	Risques de liquidité.....	17
4.4.4	Risques liés aux engagements hors-bilan	17
5	INFORMATIONS CONCERNANT LA SOCIETE.....	19
5.1	Histoire et évolution de la Société.....	19
5.1.1	Raison sociale et nom commercial	19
5.1.2	Lieu et numéro d'enregistrement de la Société	19
5.1.3	Date de constitution et durée.....	19
5.1.4	Siège social, forme juridique, loi applicable	19
5.1.5	Evénements marquants dans le développement de la Société.....	19
5.2	Investissements	22
5.2.1	Principaux investissements réalisés.....	22
5.2.2	Principaux investissements en cours	22
5.2.3	Principaux investissements à venir	22
5.2.4	Mode de financement.....	22
5.2.5	Investissements futurs faisant l'objet d'engagements fermes	22
6	APERCU DES ACTIVITES	23
6.1	Weborama, « pure player » du marketing et de la publicité sur Internet	23
6.1.1	Une offre en phase avec les spécificités du marché Internet.....	23
6.1.2	Une offre qui s'appuie sur deux actifs différenciants	24
6.2	Une offre experte de ciblage / diffusion et de mesure / analyse des investissements de communication sur Internet.....	27
6.2.1	Ciblage / diffusion publicitaire	28
6.2.2	Mesure / analyse des investissements de communication	31
6.2.3	Synthèse de l'activité de Weborama	34
6.3	Avantages concurrentiels.....	34

6.3.1	Des actifs spécifiques	34
6.3.2	Des technologies propriétaires	35
6.3.3	Une longue expérience de la publicité et du marketing sur Internet	35
6.3.4	Une offre intégrée et indépendante	35
6.3.5	Un modèle économique qui privilégie la récurrence des revenus	35
6.3.6	Des clients prestigieux et fidèles	36
6.4	Principaux marchés.....	37
6.4.1	Le marché de la publicité et du marketing sur Internet	37
6.4.2	Le marché du ciblage et de la diffusion publicitaire sur Internet	41
6.4.3	Le marché de la mesure et de l'analyse sur Internet	42
6.4.4	Part de marché détenue par Weborama	43
6.4.5	Les enjeux de la publicité et du marketing sur Internet	44
6.5	Les clés de la croissance future.....	44
6.5.1	Bénéficiaire de la croissance du marché	44
6.5.2	Accompagner l'arrivée de nouveaux annonceurs sur Internet	44
6.5.3	Maintenir l'avance technologique de la Société et développer de nouveaux services	44
6.5.4	Continuer l'internationalisation de la Société	45
6.5.5	Accompagner la numérisation des media	45
6.5.6	Procéder à des acquisitions stratégiques	45
7	ORGANIGRAMME	46
7.1	Actionnaire de contrôle de Weborama.....	46
7.2	Filiales et participations de Weborama.....	46
8	PROPRIETES IMMOBILIERES ET EQUIPEMENTS	47
8.1	Description des immobilisations corporelles.....	47
8.2	Questions environnementales.....	47
9	EXAMEN DU RESULTAT ET DE LA SITUATION FINANCIERE	48
9.1	Chiffres comparés sur les trois derniers exercices.....	48
9.2	Evolution des résultats entre les exercices 2003 et 2004.....	48
9.3	Evolution des résultats entre les exercices 2004 et 2005.....	48
10	TRESORERIE ET CAPITAUX	50
10.1	Chiffres comparés relatifs aux trois derniers exercices.....	50
10.2	Conditions d'emprunt et structure de financement.....	50
10.3	Sources de financement attendues pour les investissements futurs.....	50
11	RECHERCHE ET DEVELOPPEMENT, BREVETS, LICENCES	51
12	TENDANCES	53
12.1	Tendances constatées sur l'exercice 2006.....	53
12.2	Tendances anticipées sur l'exercice en cours.....	53
13	PREVISIONS OU ESTIMATIONS DU BENEFICE	54
14	ORGANES D'ADMINISTRATION ET DIRECTION GENERALE	55
14.1	Informations générales relatives aux dirigeants et administrateurs.....	55
14.2	Conflits d'intérêts au niveau des organes d'administration et de direction générale.....	57
15	REMUNERATIONS ET AVANTAGES	58
15.1	Rémunérations des administrateurs et dirigeants.....	58
15.2	Sommes provisionnées aux fins de versement de pensions, retraites et autres avantages au profit des administrateurs et dirigeants.....	59
16	FONCTIONNEMENT DES ORGANES D'ADMINISTRATION ET DE DIRECTION	60
16.1	Mandats des administrateurs et dirigeants.....	60
16.2	Contrats entre les administrateurs ou les dirigeants et la Société.....	60
16.3	Comités d'audit et de rémunération.....	60
16.4	Gouvernement d'entreprise.....	60
16.5	Information relative aux conditions de préparation et d'organisation des travaux du Conseil d'administration et aux procédures de contrôle interne.....	61
16.5.1	Préparation et organisation des travaux du Conseil	61
16.5.2	Procédures de contrôle interne	63
16.5.3	Limitation des pouvoirs du Directeur Général	63
16.6	Rapport sur le contrôle interne – exercice clos au 31 décembre 2005.....	63
16.7	Rapport sur le contrôle interne – exercice clos au 31 décembre 2004.....	63
16.8	Rapport sur le contrôle interne – exercice clos au 31 décembre 2003.....	64
17	SALARIES	66
17.1	Description des effectifs et organigramme.....	66

17.2	Participations et bons de souscription des parts de créateurs d'entreprise (BSPCE) des membres du Conseil d'administration et de la Direction Générale.....	67
17.3	Participations des salariés	67
18	PRINCIPAUX ACTIONNAIRES	69
18.1	Répartition du capital et des droits de vote.....	69
18.2	Actionnaires significatifs non représentés au Conseil d'administration	69
18.3	Droits de vote des principaux actionnaires	69
18.4	Pacte d'actionnaires salariés en date du 5 mai 2006	69
18.5	Contrôle de la Société.....	70
18.6	Accords pouvant entraîner un changement de contrôle	70
18.7	Etat des nantissements d'actions	70
19	OPERATIONS AVEC DES APPARENTES.....	72
20	INFORMATIONS FINANCIERES.....	73
20.1	Comptes sociaux au 31 décembre 2005	73
20.2	Comptes sociaux au 31 décembre 2004	93
20.3	Comptes sociaux au 31 décembre 2003	111
20.4	Vérification des informations financières historiques.....	125
20.4.1	Rapports du Commissaire aux comptes relatifs à l'exercice clos le 31 décembre 2005.....	125
20.4.2	Rapports du Commissaire aux comptes relatifs à l'exercice clos le 31 décembre 2004.....	126
20.4.3	Rapports du Commissaire aux comptes relatifs à l'exercice clos le 31 décembre 2003.....	128
20.5	Honoraires du Commissaire aux comptes	130
20.6	Politique de distribution de dividendes.....	130
20.7	Procédures judiciaires et d'arbitrage.....	130
20.8	Changement significatif de la situation financière et commerciale	131
21	INFORMATIONS COMPLEMENTAIRES	132
21.1	Capital social.....	132
21.1.1	Montant du capital social	132
21.1.2	Capital autorisé non émis.....	132
21.1.3	Autres titres et droits donnant accès au capital	133
21.1.4	Titres non représentatifs du capital	133
21.1.5	Nombre, valeur comptable et valeur nominale des actions détenues par la Société ou pour son propre compte.....	133
21.1.6	Informations sur les conditions régissant tout droit d'acquisition et / ou toute obligation attaché(e) au capital souscrit, mais non libéré, ou sur toute entreprise visant à augmenter le capital.....	133
21.1.7	Options ou accords portant sur le capital de la Société	134
21.1.8	Evolution du capital social	134
21.1.9	Evolution de l'actionnariat	135
21.2	Acte constitutif et statuts	137
21.2.1	Objet social	137
21.2.2	Dispositions statutaires ou autres relatives aux membres des organes d'administration et de direction.....	137
21.2.3	Droits et obligations attachés aux actions de la Société.....	140
21.2.4	Modalités de modification des droits des actionnaires	140
21.2.5	Assemblées générales d'actionnaires	140
21.2.6	Dispositifs permettant de retarder, différer ou empêcher un changement de contrôle	142
21.2.7	Franchissements de seuils statutaires	142
21.2.8	Stipulations particulières régissant les modifications du capital.....	143
22	CONTRATS IMPORTANTS.....	144
23	INFORMATIONS PROVENANT DE TIERS, DECLARATIONS D'EXPERTS ET DECLARATIONS D'INTERETS.....	145
24	DOCUMENTS ACCESSIBLES AU PUBLIC	146
25	INFORMATIONS SUR LES PARTICIPATIONS.....	147

1 PERSONNES RESPONSABLES

1.1 Responsables du document de base

Monsieur Rodolphe Rodrigues, Directeur Général de Weborama (ci-après « Weborama » ou « la Société »).

Monsieur Alain Levy, Président du Conseil d'administration et Directeur Général délégué de Weborama.

1.2 Attestation des personnes responsables

A notre connaissance, et après avoir pris toute mesure raisonnable à cet effet, les informations contenues dans le présent document de base sont conformes à la réalité ; elles comprennent toutes les informations nécessaires aux investisseurs pour fonder leur jugement sur le patrimoine, l'activité, la situation financière, les résultats et les perspectives de la Société ; elles ne comportent pas d'omissions de nature à en altérer la portée.

La Société a obtenu de ses contrôleurs légaux des comptes une lettre de fin de travaux, dans laquelle ils indiquent avoir procédé, conformément à la doctrine professionnelle applicable en France, à la vérification de la concordance des informations portant sur la situation financière et les comptes données dans le présent document de base ainsi qu'à la lecture d'ensemble du document de base.

Nous vous précisons que les comptes sociaux de l'exercice 2003, inclus dans le présent document de base, ont fait l'objet d'un rapport du commissaire aux comptes, inséré au paragraphe 20.4.3 du document de base, qui contient l'observation suivante :

« Sans remettre en cause l'opinion exprimée ci-dessus, nous attirons votre attention sur l'amortissement en totalité, au cours de l'exercice, du solde des frais de développement concernant un logiciel d'analyse de requête pour un montant de 17 998 € enregistré au compte d'amortissement exceptionnel. Ce point avait fait l'objet d'une réserve dans notre précédent rapport. »

Fait à Paris, le 5 juin 2006

Rodolphe Rodrigues
Directeur Général

Alain Levy
Président du Conseil d'administration
Directeur Général délégué

2 CONTROLEURS LEGAUX DES COMPTES

2.1 Commissaire aux comptes titulaire

Cabinet BKR Sefitec

Représenté par Monsieur Frédéric Lafay
11 avenue d'Eprenesnil
78 401 Chatou Cedex

Date de première nomination : 22 mai 2000

Date de renouvellement du mandat : 10 avril 2006

Date d'expiration du mandat : Assemblée générale annuelle appelée à statuer sur les comptes de l'exercice clos le 31 décembre 2011.

Le cabinet BKR Sefitec est à la fois membre du groupement de cabinets BKR Eurus en France et du réseau BKR International.

2.2 Commissaire aux comptes suppléant

Madame Françoise Viale
11 avenue d'Eprenesnil
78 401 Chatou Cedex

Date de première nomination : 22 mai 2000

Date de renouvellement du mandat : 10 avril 2006

Date d'expiration du mandat : Assemblée générale annuelle appelée à statuer sur les comptes de l'exercice clos le 31 décembre 2011.

3 INFORMATIONS FINANCIERES SELECTIONNEES

En €	31/12/2003	31/12/2004	31/12/2005
Chiffre d'affaires net	1 385 053	1 822 448	2 567 099
Résultat d'exploitation	345 165	767 925	1 008 639
Résultat courant avant impôts	345 151	768 239	1 056 871
Résultat net	307 274	709 657	798 605
Actif immobilisé net	193 462	481 777	640 970
Besoin en fonds de roulement	369 130	500 030	293 611
Capitaux propres	680 938	1 390 595	1 723 210
Situation financière nette *	+ 118 347	+ 408 788	+ 788 629
Total du bilan comptable	1 118 311	1 950 516	2 511 020

Source : comptes sociaux audités de la Société

* différence entre (i) les valeurs mobilières de placement et disponibilités et (ii) les emprunts et dettes à caractère bancaire et financier

4 FACTEURS DE RISQUES

Les investisseurs sont invités à prendre en considération l'ensemble des informations figurant dans le présent document de base, y compris les risques décrits dans le présent chapitre, avant de se décider à acquérir ou à souscrire des actions de la Société. Les risques présentés dans le présent chapitre sont ceux que la Société considère, à la date du présent document de base, comme étant susceptibles d'avoir un effet défavorable significatif sur la Société, son activité, sa situation financière, ses résultats ou son développement. La Société ne peut exclure, toutefois, que d'autres risques puissent se matérialiser à l'avenir et avoir un effet défavorable significatif sur la Société, son activité, sa situation financière, ses résultats ou son développement.

4.1 Risques liés à l'activité

4.1.1 Risques liés à l'environnement concurrentiel

Weborama intervient sur les marchés du marketing et de la publicité sur Internet. De nombreux types d'acteurs interviennent sur ce marché à différents stades de la relation entre l'annonceur et sa cible marketing : agences de publicité, agences media, régies publicitaires, prestataires d'advertising¹, prestataires de webanalytics², etc. Weborama rencontre une concurrence particulière auprès de chacun de ces types d'acteurs.

Avec le positionnement unique de son offre, son expérience de plus de huit ans, la qualité de ses équipes et son expertise reconnue, la Société pense détenir les atouts nécessaires pour faire face à la concurrence existante.

Sur un marché récent et en constante évolution, la Société ne peut cependant exclure que de nouveaux acteurs y entrent et adoptent un positionnement identique, ou que des acteurs déjà présents modifient leur stratégie en proposant des offres plus larges et prennent ainsi des parts de marché significatives.

4.1.2 Risques liés à la dépendance envers les clients

Weborama cible une clientèle de grands et très grands comptes. La part de chiffre d'affaires provenant des dix premiers clients est de 46% et celle du client le plus important de 13,2%. Ces chiffres démontrent que le risque lié à la défaillance d'un client est limité.

Part du CA réalisé avec le(s)	2003	2004	2005
10 premiers clients	51.4%	47.5%	46%
5 premiers clients	36.3%	34.7%	32%
Premier client	8.7%	9.8%	13.2%

La diversification du chiffre d'affaires de Weborama est suffisante pour que la perte d'un client n'ait qu'un impact limité sur l'activité de la société. A titre d'exemple, entre 2004 et 2005, 95% des clients de l'activité analyse / mesure ont renouvelé leurs abonnements et ont même vu leur facturation croître de plus de 25%. En outre, les clients les plus importants de la Société sont de grandes entreprises pour lesquelles le risque financier est maîtrisé.

Les services de publicité / marketing proposés par Weborama sont vendus sous forme de licence annuelle. Bien que 95% des clients renouvellent leurs contrats d'une année sur l'autre, la Société ne peut prévoir la perte d'un client et donc une baisse du chiffre d'affaires.

¹ Outil de diffusion des publicités sur les sites.

² Outil d'analyse du comportement des internautes sur un site.

Le poste clients de la Société est en partie impacté par la saisonnalité de la facturation de l'activité diffusion / ciblage. Ce phénomène tend à augmenter le compte clients à la fin des mois de juin et décembre sans que ceci ne constitue un risque particulier pour la Société. Une attention particulière est portée à la gestion des comptes clients. Des procédures internes ont été définies afin de réduire les délais de paiement.

Les délais moyens de paiement sont aujourd'hui de :

- 120 jours (fin de campagne) pour la diffusion publicitaire ;
- 60 jours pour les licences (logiciels) ;
- 60 jours pour les prestations de conseil.

Les revenus de l'activité diffusion / ciblage sont indexés sur les volumes traités lors de chaque campagne publicitaire utilisant les outils Weborama. La facturation est effectuée à la fin de chaque campagne.

Les revenus de l'activité analyse / mesure sont perçus de deux manières différentes :

- Facturation annuelle : un premier forfait annuel est facturé lors de l'adhésion du client au service. Le tarif est fonction du volume de données traité à l'aide des logiciels Weborama. Une facture complémentaire est émise chaque trimestre en cas de changement de tranche de facturation au trimestre précédent. A chaque date anniversaire, une facture est émise sur la base du forfait qui correspond.
- Facturation mensuelle : l'abonnement du client est ajusté mensuellement en fonction de la consommation réelle du mois précédent.
- Prestations de conseil : les prestations « intellectuelles » peuvent être facturées sous forme d'abonnement mensuel ou sous forme de mission ponctuelle. Elles sont facturées en fin de prestation.

4.1.3 Risques liés au partenariat

Weborama utilise les services de C-Marketing pour vendre son offre de diffusion publicitaire sur le réseau de sites Weborama auprès des principales agences media françaises. Ce partenariat a généré 40% du chiffre d'affaires de la Société en 2005. Depuis septembre 2004, Weborama détient 10% des parts sociales de C-Marketing.

Weborama n'exerce aucun contrôle sur C-Marketing, SARL contrôlée par M. Yannick Ferstler, son gérant et actionnaire majoritaire. Il n'existe aucun lien, de quelque nature que ce soit, entre d'une part la Société, ses administrateurs ou ses dirigeants et d'autre part M. Yannick Ferstler.

Au titre de son exercice 2005 / 2006, le réseau Weborama représentait 48% du chiffre d'affaires total réalisé par C-Marketing.

Weborama ne peut exclure une défaillance de ce partenaire. Une telle défaillance se traduirait par une baisse importante de ses revenus de diffusion publicitaire. Néanmoins, l'équipe et les produits Weborama sont bien connus de ces agences media. Cette baisse ne serait que temporaire, le temps pour Weborama de réorganiser sa force commerciale. Les liens techniques et commerciaux qui lient les deux partenaires rendent cette hypothèse peu probable.

4.1.4 Risques liés à la dépendance envers les fournisseurs

L'architecture technique de production de Weborama est hébergée chez un fournisseur unique. Un cas de force majeure pourrait entraîner une défaillance de ce fournisseur et obliger la Société à migrer l'ensemble de ses infrastructures au risque de perturber fortement la qualité du service offert à ses clients durant la migration (environ 48 heures ouvrées).

Par ailleurs, le poids des principaux fournisseurs de Weborama se répartit comme suit :

Achats en % du CA	2003	2004	2005
10 premiers fournisseurs	15,1 %	11,4 %	9,8 %
5 premiers fournisseurs	10,9 %	8,4 %	6,6 %
Premier fournisseur	4,2 %	3,9 %	2,1 %

4.1.5 Risques liés à la diminution du nombre de sites du réseau Weborama

Weborama a constitué son réseau en proposant aux sites adhérents d'utiliser gratuitement les outils mis à leur disposition (annuaire, outils de mesure d'audience, chat). En contrepartie, ces adhérents acceptent que Weborama diffuse des publicités sur leurs sites. Les adhérents choisissent Weborama pour la qualité des outils de mesure, les nombreuses fonctionnalités qu'ils offrent ainsi que pour figurer sur l'annuaire de sites Weborama afin de promouvoir leur site. Weborama mesure en temps réel l'audience de ces sites. Le réseau de sites de Weborama touche chaque jour environ 1,5 million d'internautes différents.

Si un concurrent venait à proposer une offre plus attrayante que celle de Weborama, le volume de visites constaté sur le réseau de sites pourrait connaître une croissance moins importante. Cela ne remettrait en cause ni la capacité de Weborama à diffuser des publicités sur son réseau de sites, ni la modélisation des profils socio-démographiques permettant de fournir à ses clients les prestations de ciblage et de segmentation associées à ses offres.

Notons que l'arrivée sur le marché de la mesure d'audience gratuite en novembre 2005 d'un concurrent de poids, Google, n'a engendré aucune diminution de la croissance du réseau de sites.

4.1.6 Risques liés aux évolutions technologiques

Weborama maîtrise les technologies informatiques et Internet les plus récentes et les plus performantes. Cette maîtrise a permis à la Société de construire une architecture technique propriétaire développée à partir d'applications « open source ». Weborama maintient en permanence une veille technologique en matière de systèmes d'exploitation, de bases de données, d'informations sur la sécurité et d'outils de programmation afin de faire évoluer ses procédures de développement et de permettre à ses clients de bénéficier des dernières avancées technologiques.

Bien que la Société mette en œuvre les moyens adaptés pour conserver son avance technologique vis-à-vis de la concurrence, notamment par le dépôt de plusieurs brevets internationaux, elle n'est pas en mesure de garantir qu'un ou plusieurs brevet(s) déposé(s) ou en cours de dépôt par des sociétés tierces ne puisse(nt) perturber son travail de recherche et ainsi ralentir ses développements. Ceci générerait un retard dans la mise en production de nouveaux services et donc une moindre croissance de son chiffre d'affaires.

Risques liés à l'architecture technique

L'architecture technique de Weborama est hébergée dans un « datacenter » qui répond aux normes en vigueur en termes d'alimentation électrique, de climatisation, de système anti-incendie, de sécurisation des accès. L'architecture technique est reliée à trois des principaux fournisseurs d'accès de bande passante (Neo Telecom / Above Net, Cogent, ND Software) et permet ainsi un bon niveau de redondance de connexion Internet. Un système de sauvegarde des données, interne à l'architecture technique, a été mis en place pour permettre à un serveur dédié de sauvegarder quotidiennement l'ensemble des programmes informatiques et des données récoltées par Weborama sur une période de 15 jours. Ces informations sont régulièrement transférées sur un site physiquement différent du « datacenter ».

Bien que la Société ait mis en place des systèmes redondants, elle ne peut pas exclure qu'une défaillance complète de son prestataire d'hébergement conduise à l'arrêt partiel de ses activités pendant la durée de cette défaillance.

Risques liés à Internet

Bien que Weborama mette en œuvre les moyens adaptés pour assurer la sécurité et l'intégrité de ses systèmes informatiques, elle n'est pas en mesure de garantir une protection absolue contre les virus, chevaux de Troie, vers et autres techniques d'exploitation de vulnérabilités ou d'intrusion des systèmes, même si les technologies choisies et développées par Weborama (open source) sont moins propices au développement de ces vers et autres virus.

Une intrusion des systèmes par une personne malveillante pourrait compromettre la confidentialité et l'intégrité des données à caractère personnel des clients présents dans les bases de données hébergées par Weborama, ce qui causerait un préjudice de réputation important à la Société et serait de nature à engager sa responsabilité. Une intrusion des systèmes ou un virus pourrait également perturber le bon fonctionnement des systèmes et affecter la qualité du service rendu aux clients présents dans les bases de données hébergées par Weborama, en ralentissant les serveurs ou en rendant la bande passante indisponible aux personnes désirant se connecter aux sites de la Société.

En raison de la nature ouverte des réseaux Internet et de la constante évolution des problématiques de sécurité informatique, les sites Internet de Weborama et ceux des opérations marketing que la Société héberge pour le compte de ses clients sont constamment exposés, comme tout autre site Internet, à des attaques de type « déni de service ». Une attaque malveillante dirigée contre les serveurs de la Société pourrait mettre hors ligne pour plusieurs heures ou jours les sites de Weborama, occasionnant ainsi pour la Société une baisse d'efficacité des opérations marketing menées pour le compte de ses clients et un préjudice commercial et de réputation.

Weborama ne peut également exclure la possibilité que ses serveurs puissent involontairement servir de vecteurs de propagation de virus, en particulier à l'occasion de l'apparition d'un nouveau virus qui ne serait pas encore référencé auprès des fournisseurs de solutions anti-virus, ou encore qu'ils puissent être exploités par des tiers malveillants afin de diffuser des e-mails non sollicités.

Risques sur les cookies

Les technologies de Weborama utilisent les cookies³ afin de collecter des informations sur leur comportement lorsqu'ils naviguent sur les sites des clients de la Société ou dans le cadre du ciblage de campagnes publicitaires. Ces cookies peuvent être bloqués par des programmes tiers ou par une modification de la gestion des cookies dans les navigateurs. Dans le cas où l'utilisation de ces programmes tiers deviendrait importante, la pertinence des informations que Weborama récolte pour constituer sa base de données de profils sociaux démographiques diminuerait fortement. Les règles d'utilisation des cookies peuvent aussi restreindre l'accès à ces fichiers. Dans les deux cas, la restriction d'accès aux informations placées sur les cookies obligerait la Société à développer et à utiliser des technologies alternatives et donc à consommer du temps et des ressources. La suppression totale de l'utilisation des cookies et notamment des cookies tiers⁴ empêcherait Weborama de proposer un service de ciblage dans le cadre de ses prestations de diffusion publicitaire.

La Société tient néanmoins à souligner le caractère fortement improbable d'une interdiction généralisée de l'utilisation des cookies. Cette interdiction bloquerait de nombreux services de reconnaissance automatique des utilisateurs, de personnalisation des contenus, etc.

³ Enregistrement d'informations par le serveur dans un fichier texte situé sur un ordinateur, informations que ce même serveur (et lui seul) peut relire et modifier ultérieurement. Par exemple, un moteur de recherche de site positionne des cookies en fonction des rubriques visitées par le client afin, ultérieurement, d'afficher dynamiquement des bandeaux publicitaires correspondant aux goûts ainsi décelés (source : www.cnil.fr).

⁴ Cookie déposé par un serveur tiers, c'est-à-dire différent du serveur du site sur lequel l'internaute se trouve.

4.2 Risques liés à la stratégie de la Société

4.2.1 Risques liés aux évolutions sectorielles

Bien que Weborama ait connu une croissance rapide et régulière depuis sa création, elle n'a qu'un historique d'exploitation limité sur lequel fonder son évaluation, ses revenus actuels et prévisionnels. Ceux-ci doivent être lus et analysés à la lumière des risques, des dépenses et des difficultés habituellement rencontrés par des sociétés jeunes, évoluant sur un marché nouveau et en plein essor tel que celui de la publicité et du marketing interactifs.

Weborama ne peut en outre garantir que l'engouement du grand public pour les media interactifs en général, et pour Internet en particulier comme canal de publicité et d'achat, se poursuivra. Le développement des revenus de la Société dépend en grande partie du développement de la publicité sur Internet, du commerce en ligne, de la communication et du marketing interactif.

La capacité de Weborama à générer des revenus significatifs provenant de la publicité dépendra notamment de la large adoption d'Internet comme vecteur de publicité, du développement de réseaux de sites Internet, de la capacité à cibler toujours davantage les publicités envoyées et à développer une stratégie marketing adaptée. Il ne peut ainsi y avoir aucune garantie que les annonceurs continueront à acheter de la publicité à des tarifs équivalents à ceux pratiqués actuellement, et que la Société sera capable d'attirer de nouveaux annonceurs.

Le marché de la publicité sur Internet est très récent et il est encore difficile de juger pleinement de son efficacité par comparaison aux media traditionnels. De nombreux annonceurs travaillant avec Weborama ont une expérience limitée de la publicité et du marketing interactifs, et la plupart d'entre eux ne leur consacrent pas encore une part significative de leur budget. Pour ceux qui investissent des montants importants dans d'autres media et canaux d'acquisition et de fidélisation, ils pourraient être réticents à adopter une stratégie basée sur Internet qui remettrait en cause leur politique actuelle. Il n'y a donc aucune certitude que le marché de la publicité et du marketing sur Internet se développe. En conséquence, la Société ne peut être certaine qu'elle pourra continuer à générer des revenus aussi significatifs, ni conserver le même niveau de marge du fait d'une plus forte concurrence, de la législation ou de la situation économique générale ou plus spécifiquement liée aux media interactifs. Si le marché se développe plus lentement que prévu, le développement et les résultats de Weborama s'en trouveront affectés.

Le développement des revenus de Weborama dépend également en grande partie du développement continu de l'utilisation d'Internet pour effectuer des achats de produits et services. L'utilisation d'Internet comme moyen d'effectuer des transactions de détail de manière efficace est encore à un stade récent de développement, et la demande des consommateurs reste encore incertaine.

4.2.2 Risques liés au recrutement et au départ de collaborateurs-clés

Le succès de Weborama repose en grande partie sur la qualité et l'implication des dirigeants, de leurs collaborateurs et de l'équipe constituée au cours de ces huit dernières années.

Quand bien même la Société viendrait à perdre les services de ses collaborateurs-clés, elle estime qu'une grande partie des tâches effectuées par ses dirigeants et par les autres collaborateurs-clés pourrait être aujourd'hui prise en charge par d'autres collaborateurs, le cas échéant, après une période d'adaptation et / ou de formation aux fonctions laissées vacantes.

Toutefois, et étant donné que le succès de la Société est notamment lié à la coopération passée et présente de ses dirigeants et de leurs collaborateurs, elle ne peut pas garantir que leur départ ou indisponibilité n'entraînerait pas pour elle un impact négatif significatif. En particulier, le départ ou l'indisponibilité prolongée d'un ou plusieurs collaborateurs-clés pourrait avoir un effet négatif non négligeable sur la stratégie, les résultats et la situation financière de la Société ainsi que sur la mise en œuvre de nouveaux projets nécessaires à son développement et à sa pérennité.

4.2.3 Risques liés aux acquisitions

A la date du présent document de base, Weborama n'a pas réalisé d'acquisition. Bien que la Société privilégie une croissance organique, elle n'exclut pas de procéder à des acquisitions stratégiques afin d'accélérer son développement, notamment à l'international. Ce type de projet pourrait demander au management d'y consacrer du temps. De plus, des acquisitions de sociétés situées hors de France pourraient avoir des conséquences importantes en termes d'intégration des bases de données, des équipes nouvelles et de leurs dirigeants. En cas de projet d'acquisition, la Société envisage de faire appel à des conseils spécialisés.

4.2.4 Risques liés à la capacité à gérer une croissance rapide

La Société connaît actuellement une forte croissance. Cette croissance se traduit par le gain de nombreux nouveaux clients et l'augmentation du volume d'affaires réalisé avec les clients existants. Afin de maintenir cette croissance, la Société devra effectuer les recrutements et les investissements technologiques nécessaires pour gérer davantage d'opérations et continuer d'augmenter la valeur ajoutée apportée à ses clients. La croissance internationale de la Société s'accompagne de problématiques propres à des cultures et des langues différentes.

Si la direction de la Société venait à rencontrer des difficultés sérieuses pour gérer efficacement cette croissance, le chiffre d'affaires, les résultats et la situation financière de la Société pourraient être affectés de façon significative.

4.3 Risques juridiques et fiscaux

4.3.1 Risques liés aux droits de propriété intellectuelle

Weborama est titulaire de l'ensemble des droits de propriété intellectuelle, notamment ses brevets, marques, logos et noms de domaine, couvrant l'ensemble des technologies essentielles à ses métiers, telles que celles relatives aux offres de ciblage / diffusion et mesure / analyse d'audience.

La Société a mis en œuvre une politique systématique de défense de ses droits mais ne peut être certaine que les démarches entreprises en France et à l'étranger pour protéger ses droits de propriété intellectuelle seront efficaces ou que des tiers ne vont pas contrefaire ou détourner ses droits de propriété intellectuelle.

Étant donné l'importance des droits de propriété intellectuelle pour Weborama, toute contrefaçon ou détournement de ce type pourrait avoir un effet défavorable sur l'activité de la Société, ses résultats, sa situation financière et sa capacité à réaliser ses objectifs.

Il est à noter que les trois demandes de brevets déposées par la Société visent des inventions réalisées par un salarié. Au jour de l'établissement du présent document, le salarié travaille toujours pour la Société. Ce salarié a reconnu que les inventions appartiennent bien à la Société.

Il est à noter en outre qu'il peut exister des marques ou d'autres droits de propriété intellectuelle antérieurs détenus par des tiers, phonétiquement, visuellement ou intellectuellement identiques ou similaires aux signes déposés par Weborama. Leur titulaire pourrait en conséquence agir sur le fondement de ses droits antérieurs en nullité desdites marques déposées par la Société, ce qui serait susceptible de compromettre la valeur de ses marques et contraindrait la Société à assumer les coûts et les risques des procédures judiciaires y afférentes. Il peut également exister des droits antérieurs aux demandes de brevets déposées par Weborama, sur la base desquels des tiers pourraient invoquer une contrefaçon et / ou demander la nullité des brevets de la Société. La Société ne peut garantir la validité des brevets qu'elle possède, compte tenu du risque inhérent à tout brevet, la nouveauté ou le caractère inventif de l'invention pouvant être contestés.

De même, la Société ne peut garantir que les droits de propriété intellectuelle qu'elle possède ne portent pas atteinte aux droits des tiers. Ainsi, une action de tiers à l'encontre de Weborama pourrait résulter en l'interdiction d'utiliser tout ou partie d'un contenu, d'un logiciel ou d'une base de données utilisé par la Société et exposer cette dernière à des sanctions, qui pourraient avoir des conséquences

défavorables significatives sur l'activité de la Société, ses résultats et la continuité de son exploitation. La résolution d'un litige de cette nature, qui pourrait s'effectuer par une transaction et la conclusion d'un contrat de licence au profit de Weborama, serait de nature à engendrer un surcoût d'exploitation qui pourrait impacter substantiellement les résultats de la Société.

Enfin, Weborama utilise des systèmes et logiciels dits « libres » pour son exploitation et certains de ses développements. Ces systèmes et logiciels sont mis à la libre disposition du public par leurs auteurs sous une licence qui permet à l'utilisateur d'avoir accès au code source, de l'utiliser, le copier, le modifier, l'incorporer à des programmes de sa création, et de les redistribuer. Les logiciels dits « libres » sont mis à la disposition du public sans aucune garantie et aux risques et périls de l'utilisateur. La Société ne peut en conséquence garantir l'origine des logiciels qu'elle utilise, ni que ceux-ci ne portent pas atteinte à des droits de propriété intellectuelle de tiers. Un tiers pourrait agir en justice pour faire reconnaître ses droits sur un logiciel dit « libre ». Ceci serait de nature à affecter l'exploitation de Weborama soit en créant un surcoût, soit en obligeant la Société à cesser d'utiliser le logiciel litigieux et à recréer de nouveaux développements ou à acquérir un autre logiciel ayant des fonctions similaires. Les coûts induits seraient susceptibles d'affecter les résultats de la Société de façon significativement défavorable.

4.3.2 Risques liés au traitement des données à caractère personnel

Weborama a effectué des déclarations auprès de la Commission nationale de l'informatique et des libertés (CNIL) et a constitué un fichier des clients qui utilisent les logiciels Weboscope, WPerformance, WReport et AdPerf (cf. Conditions générales d'utilisation du service), comportant des informations nominatives.

Ces logiciels (Weboscope, WPerformance, WReport et AdPerf) nécessitent d'autre part la collecte de données indirectement personnelles, à savoir l'adresse IP des internautes (conservée par la Société pendant une durée de 15 jours), qui a fait l'objet d'une déclaration auprès de la CNIL.

La Société construit des profils comportementaux anonymes au fur et à mesure de la navigation des internautes sur les différents sites participant aux classements. Ces profils, contenus dans la base de données Wousdat, ne contiennent pas d'informations permettant d'identifier, directement ou indirectement, une personne physique.

Les services proposés par Weborama nécessitent l'utilisation de cookies. Les conditions d'utilisation des logiciels Weboscope, WPerformance, WReport et AdPerf le rappellent, et ce conformément aux dispositions de l'article 32-II de la loi Informatique et libertés du 6 janvier 1978. De même, la charte « Vie privée » de Weborama, accessible en ligne, rappelle les engagements de la Société concernant le respect de la vie privée, et plus particulièrement l'utilisation de cookies.

Bien que la Société ait pris les mesures nécessaires pour se conformer aux dispositions de la loi protégeant les données à caractère personnel de ses membres, elle ne peut exclure la possibilité d'une déperdition ou d'une fuite de ses données ou de celles qu'elle héberge pour le compte de ses partenaires ou clients par le biais d'une fraude, ou d'une intrusion sur les systèmes, et leur utilisation abusive par des tiers non autorisés. De telles pertes, fuites, intrusions, fraudes ou usages abusifs pourraient porter le cas échéant un préjudice d'image et de réputation important à la Société et seraient susceptibles d'affecter son chiffre d'affaires de façon défavorable.

4.3.3 Litiges

Une procédure de référé a été diligentée par une société concurrente de Weborama devant le Tribunal d'Amsterdam, dont l'audience était fixée au 2 mai 2006. Il était reproché à la Société d'avoir porté atteinte à ses droits sur des bases de données, ainsi qu'à ses droits de propriété et d'avoir commis des actes de concurrence déloyale et de parasitisme. La société demanderesse avait sollicité que la Société soit notamment condamnée au paiement d'une somme de 25.000 € à titre d'avance du préjudice subi et de manque à gagner. Par jugement rendu le 18 mai 2006, le Tribunal d'Amsterdam a débouté la société demanderesse en totalité de sa demande en paiement de dommages et intérêts. Il n'est néanmoins pas exclu que la société demanderesse fasse appel de ce jugement.

4.3.4 Risques prud'homaux et relatifs à la durée du travail

Trois licenciements sont intervenus en 2005 sans qu'aucun accord transactionnel n'ait été signé. Dans ces conditions, on ne peut exclure un faible risque pour qu'une procédure contentieuse soit engagée.

De même, un risque potentiel réside, en matière de durée du travail, dans de possibles demandes de rappel de salaires au titre des heures supplémentaires et de dommages-intérêts au titre des repos compensateurs.

4.3.5 Risques fiscaux

Néant.

4.3.6 Assurances

Les principales polices d'assurance souscrites par la société sont les suivantes :

Risques couverts	Assureur	Expiration	Franchise	Plafonds couverts
- Responsabilité civile professionnelle (RCP)	Gan	1er janvier 2007	10% du montant des indemnités dues (minimum de 1.520 € et maximum de 3.040 €)	915.000 € par année sans pouvoir excéder pour les dommages autres que corporels 305.000 € et par marché 153.000 €
- Responsabilité civile en cas de détournement			10% du montant des indemnités dues (minimum de 1.520€ et maximum de 3.040 €)	Compris à l'intérieur des montants relatifs à la RCP dans la limite de 76.500 €
- Responsabilité civile pour les dommages aux biens confiés			10% du montant des indemnités dues (minimum de 1.520 € et maximum de 3.040 €)	Compris à l'intérieur des montants relatifs à la RCP dans la limite de 76.500 € par année
- Responsabilité civile en cas de reconstitution des supports d'informations			10% du montant des indemnités dues (minimum de 1.520 € et maximum de 3.040 €)	Compris à l'intérieur des montants relatifs à la RCP dans la limite de 38.500 € par année
- Responsabilité civile du fait des risques d'exploitation			228 €	8.000.000 € par sinistre sans pouvoir excéder pour les dommages matériels et immatériels consécutifs 915.000 €
- Responsabilité civile en cas de vol commis par les préposés			228 €	Compris à l'intérieur de ce montant dans la limite de 38.500 €
- Intoxications alimentaires dans les cantines et maladies professionnelles non classées				385.000 € par année
- Défenses et recours				3.820 €
Risque électronique génération II	Gan	8 août 2006	Franchise variable selon le type de matériel	Valeur de remplacement à neuf totale

Bris de matériel Coûts financiers Incendie Transport Vol	Gan	8 août 2006	Franchise variable selon le type de matériel	Valeur de remplacement à neuf totale
Assurance multirisque des activités de service	Gan	2 avril 2007		

Weborama estime que les polices d'assurance décrites ci-dessus couvrent de manière raisonnable l'ensemble des risques majeurs inhérents à son activité et que sa politique d'assurance est en adéquation avec les pratiques retenues dans son secteur d'activité.

Les primes payées au titre de l'exercice clos le 31 décembre 2005 sont les suivantes :

	Période	Montants comptabilisés en charges
Responsabilité civile professionnelle	Juin 2005 à juin 2006	2.336 €
Bris de machine	Août 2005 à août 2006	1.586 €
Total charges d'assurances		3.922 €

4.3.7 Dépendance à l'égard de l'actionnaire de contrôle

Startup Avenue détient actuellement près de 97% du capital social de Weborama. Dans l'hypothèse d'une admission des titres de la Société à la négociation sur Alternext d'Euronext Paris, cet actionnaire devrait continuer à détenir une participation majoritaire dans le capital et les droits de vote de la Société.

Cet actionnaire serait ainsi en mesure d'avoir une influence déterminante sur la plupart des décisions sociales de la Société (voir également à ce titre chapitre 18 – paragraphe 18.5), étant précisé que la Société n'a pas pour le moment mis en place de mesures de gouvernement d'entreprise (voir également à ce titre chapitre 16 – paragraphe 16.4).

En outre, dans l'hypothèse où, postérieurement à l'admission des actions de la Société à la négociation sur Alternext d'Euronext Paris, cet actionnaire venait à vendre sur le marché un nombre important d'actions, le cours de bourse de l'action pourrait être affecté selon les conditions du marché au moment de la vente, les modalités et le volume de celle-ci, ses motivations et la perception qu'en aurait le public.

4.4 Risques financiers

4.4.1 Risques de change

L'ensemble de l'activité est payée et facturée en euros. Il n'existe donc pas de risque de change.

4.4.2 Risques de taux

A ce jour, Weborama n'a souscrit aucun endettement à long terme. La trésorerie disponible est placée en SICAV monétaires.

Au 31 décembre 2005, la Société bénéficiait d'un emprunt souscrit en 2004 auprès de BNP Paribas, d'un montant initial de 50 K€, au taux fixe de 4,15% présentant un solde de 30 K€ expirant en 2007.

4.4.3 Risques de liquidité

Au 31 décembre 2005, Weborama n'a contracté aucune ligne de crédit.

La Société bénéficie de la meilleure cotation (3++) au fichier bancaire des entreprises (FIBEN) tenu par la Banque de France.

4.4.4 Risques liés aux engagements hors-bilan

Les tableaux présentés ci-après reprennent de manière exhaustive les engagements hors-bilan⁵ supportés par la Société au 31 décembre 2005 :

En €	31/12/2005	31/12/2004
Cautions de contre-garantie sur marchés		
Nantissements hypothèques et sûretés réelles	50.000 *	50.000 *
Avals, cautions et garanties données	17.580	9.336
Autres engagements donnés		
Total	67.580	59.336

* Nantissement des actions de C-Marketing détenues par Weborama à hauteur du prêt de 50 K€.

Obligations contractuelles (€)	Total	Paiements dus par période		
		A moins de 1 an	De 1 à 5 ans	A plus de 5 ans
Dettes à long terme	0			
Obligations en matière de location-financement	34.064	3.700	30.364	
Contrats de location simple	237.177	52.706	184.471	
Obligations d'achat irrévocables	0			
Autres obligations à long terme	0			
Total	271.241	56.406	214.835	

Autres engagements commerciaux (€)	Total	Montant des engagements		
		A moins de 1 an	De 1 à 5 ans	A plus de 5 ans
Lignes de crédit	0			
Lettres de crédit	0			
Garanties	0			
Obligations de rachat	0			
Autres engagements commerciaux	0			
Total	0			

⁵ Les engagements hors bilan présentés dans les annexes 2005 ne tiennent pas compte des engagements relatifs aux nantissements, avals, cautions et garanties donnés et aux contrats de location simple.

Type de nantissements/hypothèques s/immo. incorporelles s/immo. corporelles s/immo. financières		Date de départ du nantissement	Date d'échéance du nantissement	Montant d'actif nanti (a) en K€	Total du poste de bilan (b) en K€	% correspondant (a)/(b) en %
immo. financières 110 parts sociales C-Marketing immo. incorporelles Fonds de commerce	Emprunt BNP 50.000 €	28/09/2004	27/09/2007	200.000 € (parts C-Marketing)	200.000 € (parts C-Marketing)	100%

5 INFORMATIONS CONCERNANT LA SOCIETE

5.1 Histoire et évolution de la Société

5.1.1 Raison sociale et nom commercial

La dénomination sociale de la Société est « Weborama ».

5.1.2 Lieu et numéro d'enregistrement de la Société

La Société est enregistrée auprès du registre du commerce et des sociétés de Paris sous le numéro 418 663 894.

5.1.3 Date de constitution et durée

La Société a été constituée sous la forme d'une société à responsabilité limitée le 6 mai 1998.

Elle a été transformée en société anonyme à Conseil d'administration suivant la décision unanime de l'ensemble des associés le 22 mai 2000.

La Société a été constituée pour une durée de 99 ans à compter du 6 mai 1998, sauf dissolution anticipée ou prorogation décidée par l'Assemblée générale extraordinaire des actionnaires.

5.1.4 Siège social, forme juridique, loi applicable

Weborama est une société anonyme à Conseil d'administration. La Société, régie par le droit français, est principalement soumise pour son fonctionnement aux articles L.225-1 et suivants du Code de commerce.

Le siège social de la Société est situé au 15 rue Clavel à Paris (75019).

Le numéro de téléphone de la Société est le +33 (0)1 53 19 21 40 et l'adresse de son site Internet est : <http://www.weborama.com>.

5.1.5 Evénements marquants dans le développement de la Société

Weborama fait partie des « pure players » français de l'Internet et, à ce titre, a participé activement au développement de ce nouveau media en France. Depuis sa création en 1998, Weborama a en particulier accompagné le développement d'Internet comme media publicitaire, en tant que pionnier des services de mesure d'audience puis de suivi de la performance à destination des annonceurs sur Internet. La Société propose aujourd'hui une offre intégrée de ciblage, de diffusion, de mesure et d'analyse des investissements de communication sur Internet.

Mai 1998 : Création de Weborama

Après s'être rencontrés dans les laboratoires de recherche de l'Université de Jussieu, François Chassaing, Sunny Paris et Rodolphe Rodrigues décident de créer le premier annuaire de sites web francophone. La société Weborama naît sous la forme d'une SARL.

Août 1998 : Lancement du site www.weborama.fr

La Société développe la technologie de mesure d'audience site-centric⁶.

La Société lance le « Weborama », premier classement des sites de l'Internet francophone.

⁶ Analyse qui repose sur la comptabilisation des connexions à un site web par le biais de marqueurs placés dans le code source de la page.

Juillet 1999 : Lancement de Weboscope (1er logiciel de la gamme)

Forts de leur maîtrise de la mesure du trafic sur Internet, les fondateurs de Weborama lancent un logiciel professionnel de mesure d'audience appelé Weboscope. La Seita est la première société à adopter cette technologie, rapidement suivie par Compaq France.

Juin 2000 : Startup Avenue entre au capital de Weborama

Startup Avenue prend 20% du capital de la Société.

30 Juin 2000 : Weboscope Audience obtient le label OJD

Weborama fait auditer et labelliser son logiciel Weboscope Audience par l'Organisme de justification de la diffusion (OJD).

Avril 2001 : Constitution de Wousdat, la première base de données de profils marketing

Développement et lancement de Wousdat, une base de données de ciblage socio-démographique.

Mai 2001 : Weborama obtient le label « Société Innovante » de l'ANVAR

Novembre 2002 : Lancement des services de diffusion publicitaire sur les sites du réseau Weborama

Weborama choisit C-Marketing pour commercialiser l'espace publicitaire constitué par les sites de son réseau (clients des services gratuits), ainsi que ses outils de ciblage et de diffusion publicitaire.

Décembre 2002 : Weborama boucle son premier exercice bénéficiaire

Septembre 2003 : Lancement d'une version de Weboscope pour les Intranets

Septembre 2003 : Partenariat commercial en Espagne

Weborama développe un partenariat commercial avec COMO Produccion pour distribuer le logiciel Weboscope Audience sur le marché espagnol.

Février 2004 : Weborama invente le « Slide-in⁷ »

Weborama propose un nouveau format aux annonceurs diffusant des campagnes sur son réseau de sites : le Slide-in. Le Slide-in rencontre très vite le succès auprès des internautes comme auprès des annonceurs.

Mars / avril 2004 : Dépôt de deux brevets

Le premier brevet est relatif à un procédé de qualification du profil d'un utilisateur de réseau de communication.

Le second est relatif à un modèle statistique destiné au redressement d'une population d'étude.

Juin 2004 : Lancement de WPerformance

Après l'étude du comportement des internautes sur un site Internet (mesure d'audience), Weborama développe des méthodologies de mesure de performance des campagnes de publicité sur Internet en lançant un logiciel spécialisé : WPerformance.

Septembre 2004 : Dépôt d'un troisième brevet

Ce brevet est relatif à un procédé de gestion et de traitement de volumes importants de données comportementales issus des cookies.

⁷ Fenêtre publicitaire dynamique et multimedia.

Septembre 2004 : Partenariat commercial au Portugal

Weborama développe un partenariat commercial avec Marktest au Portugal pour distribuer le logiciel Weboscope Audience sur le marché lusophone (Portugal et Brésil).

Octobre 2004 : Prise de participation de Weborama dans C-Marketing

Weborama prend une participation de 10% dans C-Marketing afin de consolider ce partenariat.

Avril 2005 : Weborama lance une offre de conseil à destination des annonceurs sur Internet

Afin de répondre à la demande d'accompagnement des annonceurs sur Internet, Weborama propose des prestations de conseil à ses clients dans le domaine de l'optimisation des investissements de communication sur Internet.

Avril 2005 : Weborama s'installe en Espagne

Weborama crée sa première filiale à l'étranger, Weborama Iberica, et ouvre un bureau à Madrid.

Octobre 2005 : Startup Avenue rachète la totalité du capital de Weborama

Actionnaire de la première heure, Startup Avenue exerce son droit de préemption à la suite d'une offre de rachat d'un tiers et acquiert la totalité du capital de Weborama. Alain Levy devient Président du Conseil d'administration de Weborama.

Novembre 2005 : Weborama se classe 25ème du « Deloitte Technology Fast 50 »

Avec un taux de croissance cumulé sur cinq ans de plus de 600%, Weborama est la 25ème société technologique française en terme de croissance, selon l'étude du cabinet Deloitte.

Décembre 2005 : Lancement de WReport, l'outil de mesure d'audience de site Internet de nouvelle génération

Succédant à Weboscope Audience, WReport enrichit les informations transmises aux sites web, tout en proposant de réelles innovations ergonomiques pour la consultation des statistiques de plusieurs sites ainsi qu'une synthèse graphique de ces informations.

Février 2006 : Weborama crée AdPerf

Weborama crée un « serveur de bannière annonceur » reprenant les fonctionnalités de suivi et d'analyse intégrées à WPerformance. Dénommé AdPerf, cet outil permet aux annonceurs d'évaluer l'impact global de leurs campagnes, depuis l'affichage jusqu'au coût d'acquisition et au retour sur investissement (ROI).

Avril 2006 : Dépôt d'un quatrième brevet

Ce brevet est relatif à une nouvelle méthodologie d'analyse des contenus numériques d'une page web.

5.2 Investissements

5.2.1 Principaux investissements réalisés

Sur les trois derniers exercices, les investissements ont essentiellement concerné :

- les frais de recherche et développement de la Société que cette dernière a, pour partie, immobilisés ;
- les frais concernant le dépôt de brevets et de marques ;
- une prise de participation financière dans le capital de la société C-Marketing ;
- l'acquisition de matériel informatique (serveurs principalement) afin d'assurer les services proposés (diffusion, mesure).

En K€	Exercice 2005	Exercice 2004	Exercice 2003
Investissements corporels	20,7	12,1	39,9
Investissements incorporels	225,7	188,9	34,5
Investissements financiers	64,8	200	9,2
Total	311,2	401	83,6

5.2.2 Principaux investissements en cours

Un nouveau brevet a été déposé au cours du mois d'avril 2006. Par ailleurs, des dépenses de recherche et développement pourraient être partiellement immobilisées au cours de l'exercice en cours.

5.2.3 Principaux investissements à venir

Weborama continuera à mobiliser une partie de ses ressources pour le développement de nouveaux logiciels. Ceci pourra l'amener à immobiliser une partie de ces dépenses.

Par ailleurs, le projet d'introduction en bourse de Weborama s'inscrit dans une démarche de croissance qui pourrait amener la Société à réaliser une ou plusieurs acquisitions en Europe.

5.2.4 Mode de financement

Jusqu'à présent, les activités de recherche et développement sont financées sur fonds propres. La prise de participation dans C-Marketing a fait l'objet d'un financement bancaire. Le matériel informatique est habituellement financé en crédit-bail.

Les développements futurs à l'étranger seront vraisemblablement financés sur fonds propres. Les éventuelles acquisitions seront financées sur fonds propres et, dans la mesure du possible, par emprunt bancaire.

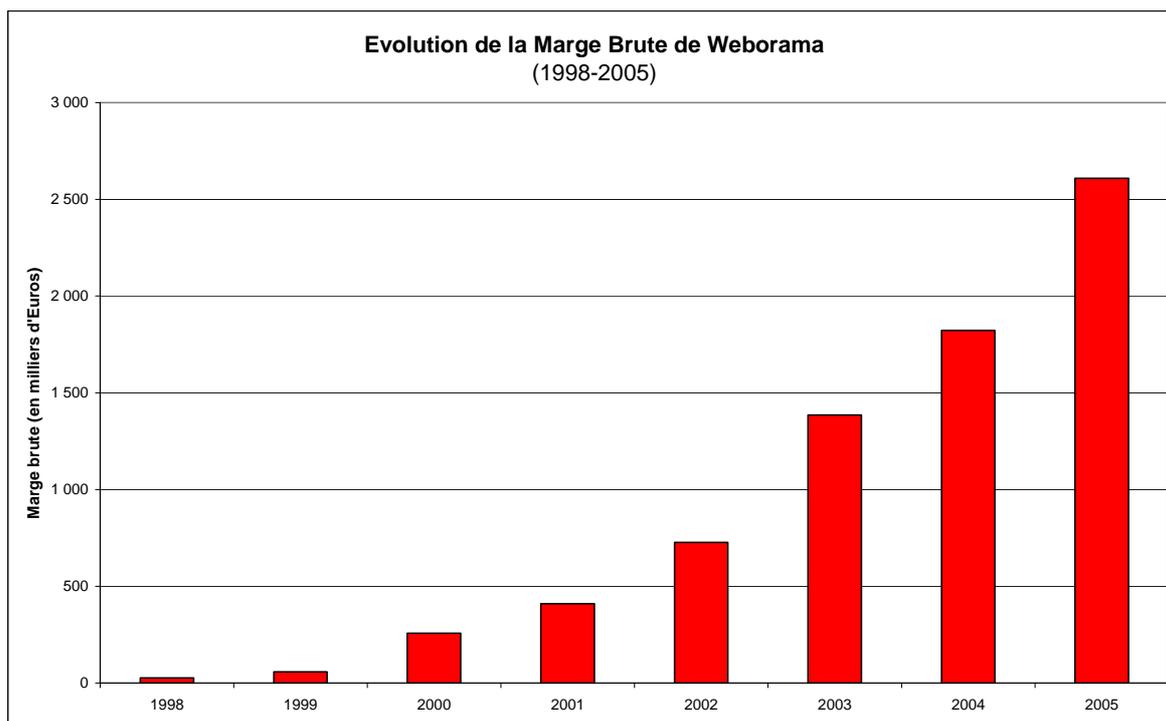
5.2.5 Investissements futurs faisant l'objet d'engagements fermes

Les seuls engagements fermes d'investissement pris au sein de la Société en 2006 concernent le dépôt d'un brevet au mois d'avril 2006 (5 K€) et des travaux d'aménagement des locaux qui font suite à une extension du bail en 2005 (environ 50 K€).

6 APERCU DES ACTIVITES

6.1 Weborama, « pure player » du marketing et de la publicité sur Internet

Weborama exerce ses activités sur le marché du marketing et de la publicité sur Internet. La Société propose aux annonceurs un ensemble de technologies et de services de ciblage / diffusion et de mesure / analyse des investissements de communication sur Internet. Sur ce marché en forte croissance, Weborama dispose d'avantages concurrentiels déterminants qui lui ont permis de connaître une très forte progression de sa marge brute depuis sa création en 1998.



Source : Weborama

Dans le présent chapitre 6 du présent document de base, la notion de « marge brute » sera utilisée plutôt que le chiffre d'affaires. La marge brute représente la véritable valeur ajoutée des entreprises du secteur du marketing et de la publicité car elle n'inclut pas les volumes facturés dans le cadre de mandats d'achat d'espace publicitaire pour le compte des annonceurs.

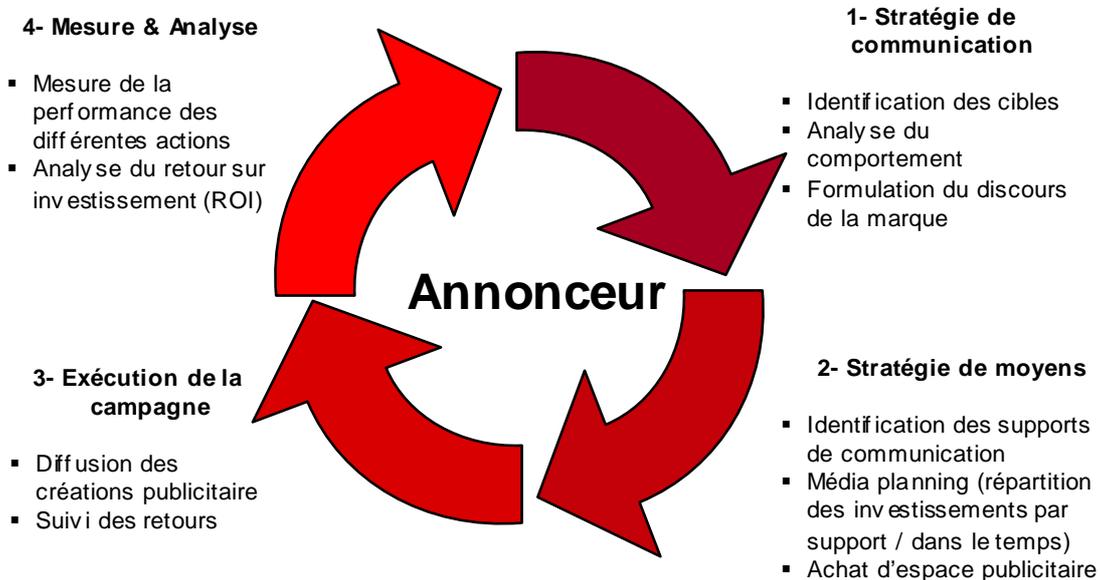
6.1.1 Une offre en phase avec les spécificités du marché Internet

Le monde de la publicité et des media est organisé autour de plusieurs types d'acteurs :

- les agences de publicité, chargées de définir la stratégie de communication de l'annonceur et de produire ses créations publicitaires ;
- les agences media, dont le rôle consiste à identifier et à acheter les emplacements publicitaires les plus adaptés pour diffuser le message de l'annonceur ;
- les régies publicitaires, qui commercialisent les espaces publicitaires des media ;
- les sociétés d'étude, qui mesurent les audiences et analysent l'impact des campagnes publicitaires.

Si ce schéma correspond bien au système traditionnel, il est totalement bouleversé sur Internet du fait de la dimension technologique de ce media. Les principales étapes de la communication sur Internet sont décrites ci-après :

Chaîne de valeur simplifiée de la communication en ligne



Source : Weborama

Le succès d'Internet en tant que nouveau media repose sur les spécificités suivantes :

- A la différence des autres media, l'internaute n'est pas un spectateur passif. Il est actif, et même prêt à être interactif.
- Les moyens de ciblage permettent de diffuser chaque message auprès d'une cible qualifiée. La déperdition est considérablement réduite.
- Les effets de la communication peuvent être mesurés quasi instantanément et celle-ci corrigée jusqu'au point de trouver une efficacité optimale.

La mise en œuvre d'une campagne publicitaire sur Internet est beaucoup plus rapide que sur les media traditionnels (réactivité) ; de plus, l'ensemble des actions (connexion à un site web, affichage d'une bannière, clic sur un lien, etc.) font l'objet d'un traitement numérique et peuvent ainsi être enregistrées et analysées (traçabilité).

La réactivité et la traçabilité des investissements de communication sur Internet permettent aux annonceurs qui disposent des outils adéquats d'affiner en permanence les processus de ciblage et de tendre vers une optimisation en temps réel de leurs investissements marketing.

Afin de répondre à ce besoin d'optimisation des investissements sur Internet, Weborama a développé une offre de technologies et de services permettant aux annonceurs de cibler et de diffuser, puis de mesurer et d'analyser leurs investissements en communication.

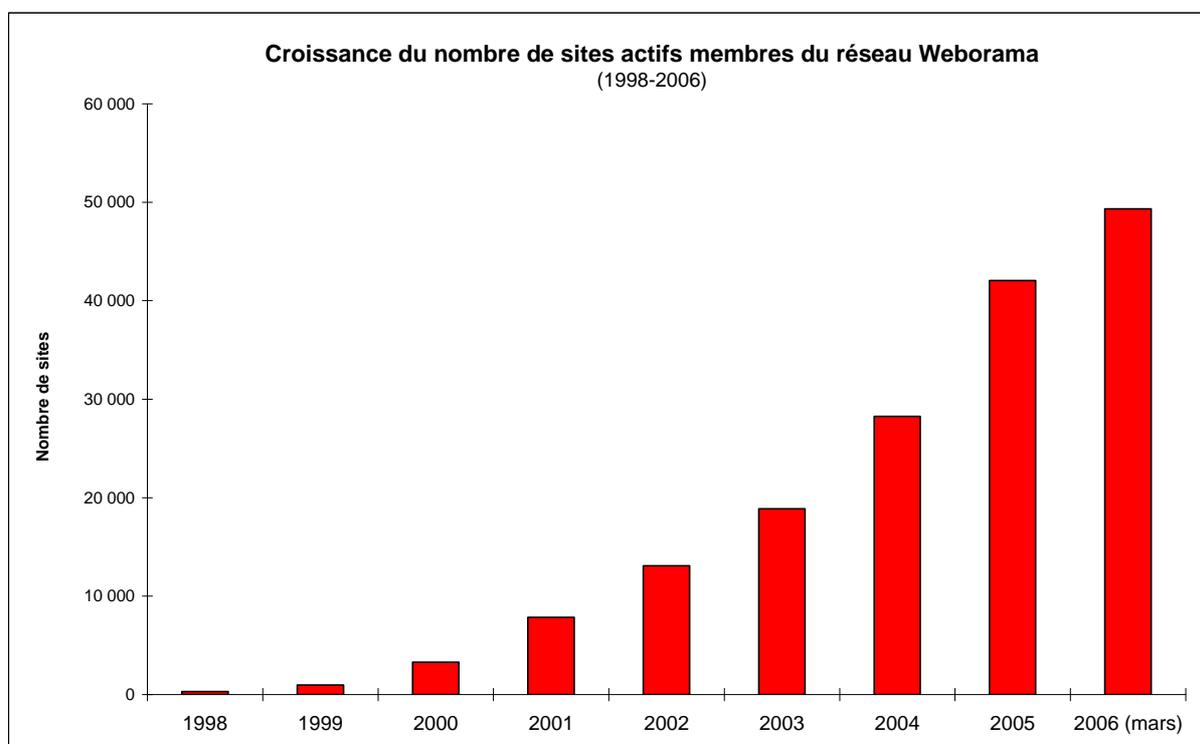
6.1.2 Une offre qui s'appuie sur deux actifs différenciants

Deux actifs principaux sous-tendent les services de ciblage / diffusion et de mesure / analyse de Weborama :

- un réseau de 50.000 sites affiliés ;
- une base de données propriétaire de 22 millions de profils marketing.

6.1.2.1 Le réseau Weborama, 50.000 sites actifs affiliés

Weborama a constitué un réseau de plus de 50.000 sites actifs. Ce réseau représente l'une des plus importante communauté de sites web de l'Internet francophone et couvre environ 40% de la population des internautes français en rythme mensuel, selon panel France Univers Global de Mediamétrie / Netratings (octobre 2004). Ce réseau connaît une croissance forte et régulière depuis sa création en 1998 :

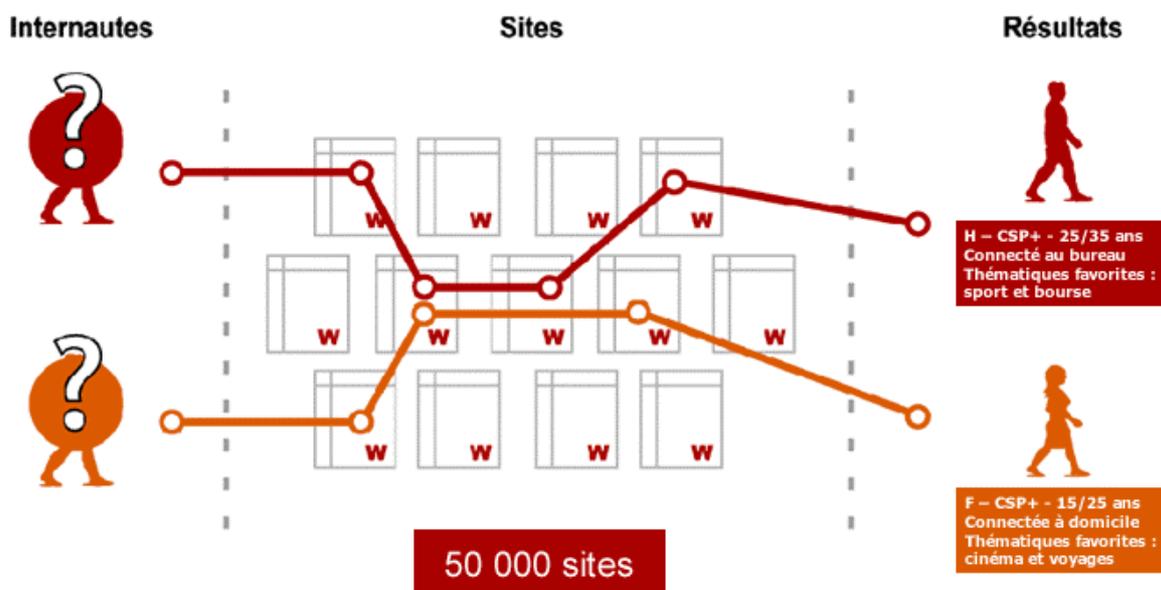


Source : Weborama

Weborama a mis en place des procédures de gestion de son réseau afin d'en garantir la qualité et l'activité : les sites qui ne sont plus actifs sont régulièrement supprimés et le contenu éditorial des sites est contrôlé avant de valider leur inscription.

6.1.2.2 La base de données Wousdat, 22 millions de profils marketing

Weborama a constitué une base de données contenant 22 millions de profils marketing d'internautes. Dénommée Wousdat (Weborama Objective User Segmentation Done by Anonymous Tracking), cette base de données permet à Weborama d'associer, à tout internaute qui a navigué sur son réseau de sites, un profil socio-démographique et des centres d'intérêt.



La base de données Wousdat est sans équivalent sur le marché européen, tant par sa taille que par la richesse des informations qu'elle contient. Chaque profil d'internaute comprend les informations suivantes :

- le genre (homme / femme) ;
- la tranche d'âge (moins de 25 ans / 25 - 34 ans / 35 - 49 ans / 50 et plus) ;
- la catégorie socio-professionnelle (CSP + / CSP - / étudiant / retraité) ;
- l'usage (domicile / travail et heures d'utilisation) ;
- la zone géographique de connexion (pays / région / ville) ;
- les centres d'intérêt de l'internaute (31 thématiques).

Les données contenues dans la base de données Wousdat sont entièrement anonymes et ne contiennent aucune information qui devrait faire l'objet, directement ou indirectement, d'une déclaration à la CNIL.

Les profils marketing contenus dans la base de données Wousdat sont déterminés par Weborama à partir d'une méthode de calcul statistique reposant sur plusieurs brevets déposés à l'international. Cette base de données constitue un actif propriétaire de la société.

6.1.2.3 Des actifs au fort potentiel de valorisation

Le réseau de 50.000 sites et la base de données de 22 millions de profils marketing supportent aujourd'hui les activités de ciblage / diffusion et de mesure / analyse des investissements de communication de Weborama :

- Weborama diffuse sur les sites de son réseau une partie des campagnes publicitaires ciblées (bannières, pop-up, etc.) vendues dans le cadre de son activité de ciblage / diffusion de campagnes publicitaires.
- La base Wousdat fournit les profils utilisés dans le cadre du ciblage socio-démographique et / ou comportemental des campagnes.
- Les profils de la base de données sont également utilisés pour la segmentation des données d'audience et de performance dans le cadre de l'activité de mesure / analyse.

Ces actifs propriétaires de Weborama possèdent également un potentiel d'exploitation important dans les domaines fonctionnels proches que sont :

- la stratégie de communication (analyse comportementale, observatoire des usages d'Internet, etc.) ;
- la stratégie des moyens (mediaplanning).

Ces activités constituent des pistes de développement prioritaires pour Weborama, que la Société a d'ores et déjà commencé à explorer de manière indépendante ou en partenariat avec des acteurs installés.

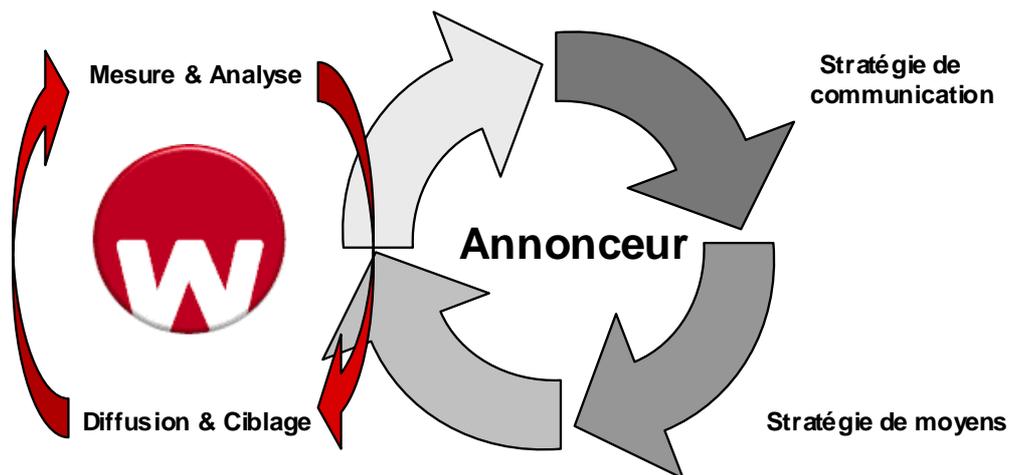
6.2 Une offre experte de ciblage / diffusion et de mesure / analyse des investissements de communication sur Internet

Weborama a développé une expertise dans le domaine du marketing et de la publicité sur Internet, qu'elle met en œuvre dans le cadre de deux prestations complémentaires :

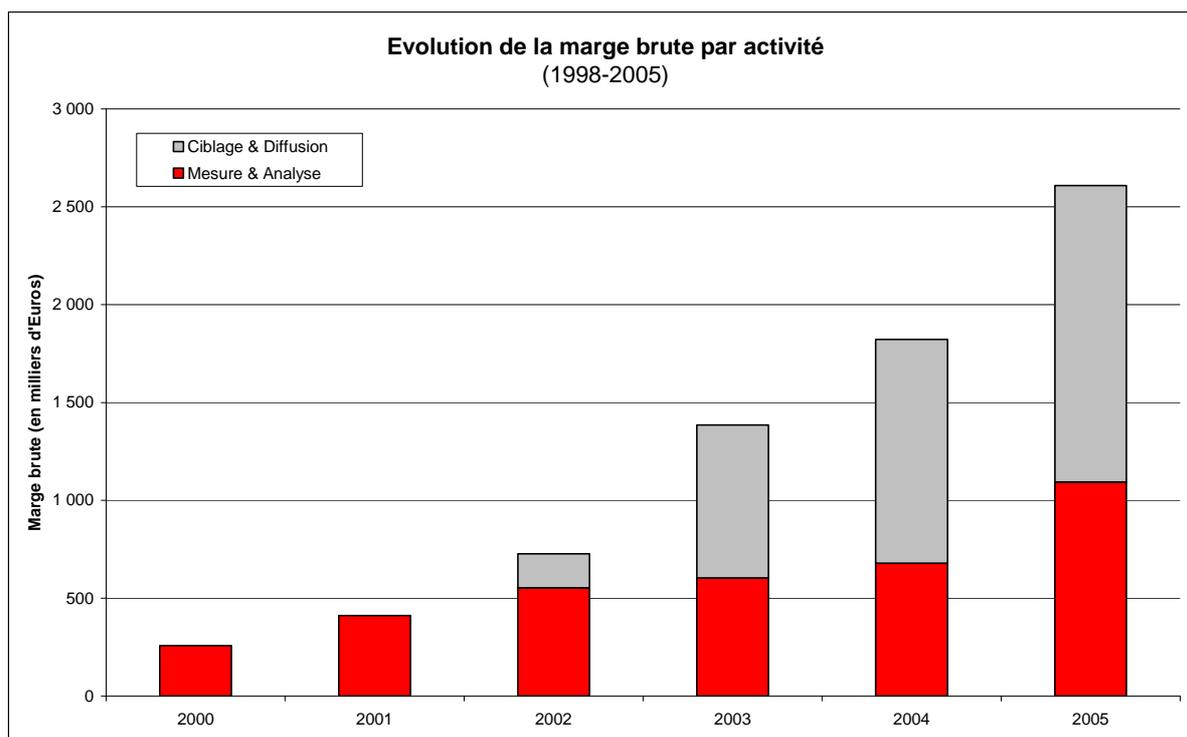
- ciblage / diffusion de campagnes publicitaires ;
- mesure / analyse des investissements de communication.

Ces deux métiers sont très complémentaires et s'alimentent mutuellement : gérer la diffusion d'une campagne permet de mieux en mesurer l'impact, et l'analyse du retour sur investissement (ROI) d'une action marketing permet d'améliorer le ciblage ; le cycle court dans lequel s'inscrivent les actions sur Internet permet en outre d'effectuer des rectifications en temps réel.

Positionnement de Weborama sur la Chaîne de Valeur de la Publicité sur Internet



La marge brute de Weborama se répartit comme suit entre les activités de ciblage / diffusion d'une part, et de mesure / analyse d'autre part, au cours des six dernières années :



6.2.1 Ciblage / diffusion publicitaire

Weborama propose aux acteurs de la communication sur Internet (annonceurs, agences, éditeurs de sites web) des prestations de ciblage et de diffusion de campagnes publicitaires.

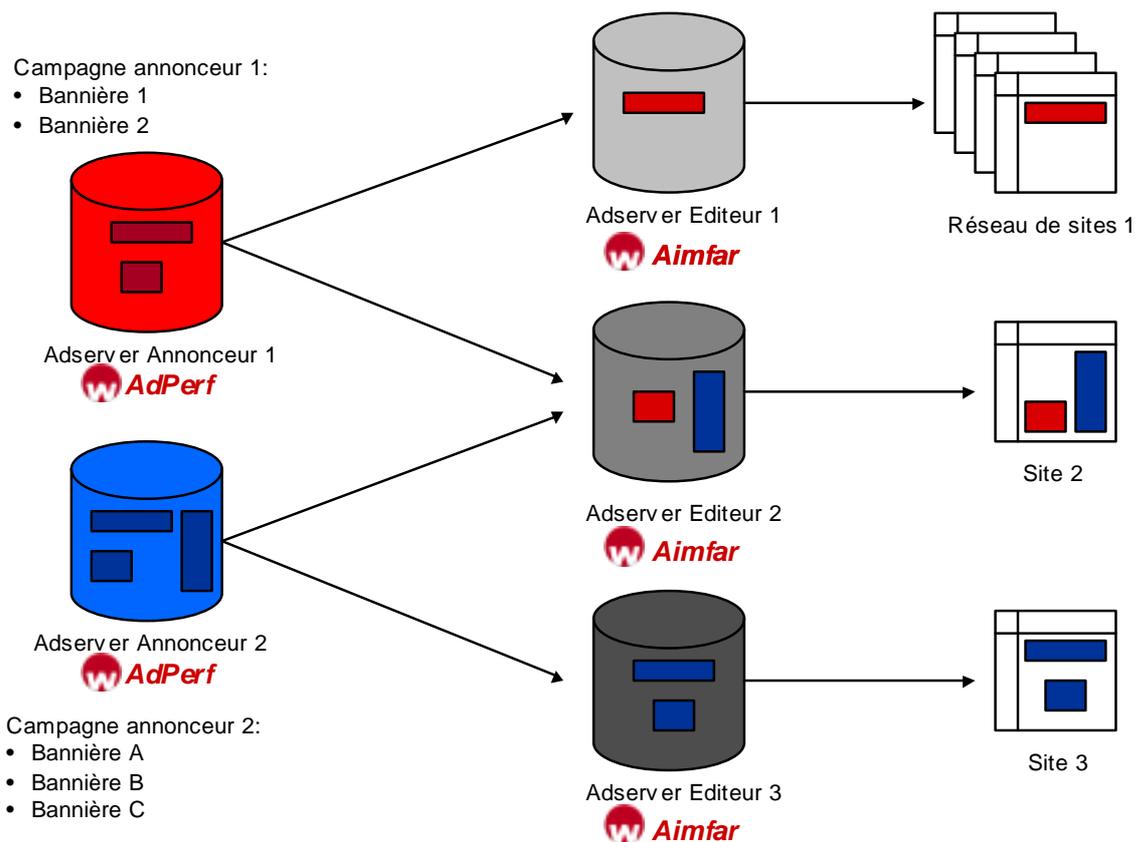
Le tableau ci-dessous illustre le type de population que Weborama peut cibler pour certains types annonceurs.

Annonceur	Age	Sexe	CSP	Géographie	Usage	Centre d'intérêt
Air France			CSP+	Ville avec aéroport		
Crédit Agricole Jeunes	< 25 ans					
Honda						Auto-moto
HP			CSP+		Hors-domicile	
Nintendo	< 50 ans	Hommes				Jeux vidéos
Noos	> 25 ans	Femmes				Féminins
Peugeot	> 25 ans		CSP+			

Ces services s'appuient sur des technologies propriétaires dont deux outils :

- AdPerf : serveur de bannières « annonceur » ;
- Aimfar : serveur de bannières « éditeur ».

Dans le domaine de la publicité sur Internet, les « adservers » (serveurs de bannières) sont la brique indispensable à la diffusion des campagnes : les serveurs « annonceurs » stockent toutes les créations publicitaires d'une même campagne, et les envoient aux différents serveurs « éditeurs » en fonction des paramètres du plan media. Ceux-ci les insèrent dans les pages des sites qu'ils gèrent (cf. schéma ci-après).



6.2.1.1 AdPerf

AdPerf est un serveur de contenus « annonceur » ; il permet la mise en ligne, la diffusion centralisée et le suivi de tous les éléments d'une campagne publicitaire pour le compte d'un annonceur ou de son agence.

Outre la gestion de la quasi-totalité des formats du marché et l'interface avec l'ensemble des serveurs de bannières « éditeurs » (les serveurs utilisés par les sites web sur lesquels sont affichées les publicités), AdPerf intègre un module avancé de suivi et d'analyse de la performance des campagnes.

AdPerf centralise la planification, la diffusion et le reporting des campagnes publicitaires sur Internet. Cette centralisation permet à l'annonceur de disposer avec un seul outil de tous les indicateurs pertinents pour piloter ses campagnes ; il permet en particulier de mesurer l'efficacité « post-view », c'est-à-dire les paramètres de transformation après exposition à une campagne publicitaire.

Lancé récemment sur le marché par Weborama, ce service de diffusion de campagnes publicitaires a déjà été mis en œuvre pour des annonceurs comme Cetelem ou Audi.

Cas client :

Pour un de ses clients historiques, Weborama prend en charge depuis début 2006 la diffusion de toutes les campagnes publicitaires sur Internet. La Société utilise pour cela l'outil AdPerf dans lequel elle programme les données de planning fournies par les agences media.

Grâce à cette prestation, le client bénéficie d'une vision centralisée de la diffusion (volume, couverture par cible, par support, etc.) de ses campagnes; il n'est plus tributaire des données fournies par les agences media ou par les sites sur lesquels il communique.

En plus des éléments de diffusion, AdPerf fournit au client des données sur l'impact indirect (sans clic direct sur une bannière) de ses campagnes. Ces données lui permettent d'estimer l'impact global de sa communication.

Weborama proposera bientôt l'intégration du serveur de bannières AdPerf avec la base de données Wousdat ; cette offre permettra à un annonceur de diffuser simultanément plusieurs campagnes et de cibler une population donnée pour chacune d'elles. Cette nouvelle offre permettra de maximiser l'efficacité de la campagne publicitaire.

L'adserver AdPerf est facturé en fonction du volume de campagnes diffusées, ou bien dans le cadre d'une prestation de services incluant la gestion des campagnes, la mesure de leur retour et l'analyse de leur performance.

6.2.1.2 Aimfar

Le serveur de bannières Aimfar est déployé sur plusieurs réseaux qui regroupent au total plus de 100.000 sites :

- le réseau Weborama (environ 50.000 sites) ;
- le réseau eStat (40.000 sites environ) ;
- les réseaux Ulimit et EJS (plus de 15.000 sites).

Aimfar est également utilisé par des sites à forte audience comme le portail de l'opérateur télécoms Télé2 et le site de commerce électronique Alapage.fr.

Au total, Aimfar diffuse environ 7 millions d'éléments publicitaires par jour sur ces différents sites.

Aimfar supporte tous les types de créations publicitaires et notamment le « Slide-in™ », un format publicitaire propriétaire développé par Weborama. Cette fenêtre publicitaire s'ouvre depuis le bord gauche de l'écran et reste affiché huit secondes avant de se refermer automatiquement ; ce format interactif capte l'attention et permet la diffusion de créations multimedia (audio, vidéo). L'intégration de nouveaux supports publicitaires est à l'étude et représente une des pistes de croissance de l'activité Aimfar.

Lorsqu'il est couplé à la base de données Wousdat, Aimfar permet la diffusion ciblée des campagnes publicitaires : les annonceurs peuvent choisir les cibles marketing (socio-démographiques et / ou comportementales) auprès desquelles ils souhaitent communiquer, et leur campagne n'est alors diffusée qu'aux internautes faisant partie de la cible définie. Cette fonctionnalité avancée permet de maximiser l'utilisation des investissements publicitaires des annonceurs en leur garantissant une diffusion optimale.

La diffusion de campagnes publicitaires ciblées via Aimfar est commercialisée par C-Marketing, le partenaire commercial de Weborama. C-Marketing vend ces services aux annonceurs en fonction du volume d'affichage (CPM⁸) ou du volume de « clics » (CPC⁹) générés par ces campagnes.

Parmi les annonceurs qui ont utilisé Aimfar pour diffuser leurs campagnes publicitaires ciblées en 2005, citons :

9 Telecom	Expedia	Microsoft
Air France	Gaz de France	Nintendo
Boursorama	Hewlett Packard	Noos
Cegetel	La Redoute	Peugeot
Cetelem	La Poste	PMU
Cofidis	Leclerc	SFR
Dell	Meetic	Voyages-sncf.com

⁸ Coût pour mille affichages

⁹ Coût par clic

6.2.2 Mesure / analyse des investissements de communication

Les services de mesure et d'analyse de Weborama permettent de mettre en évidence les indicateurs de performance suivants :

- le trafic généré par chaque élément d'une campagne publicitaire (nombre de « clics ») ;
- l'origine du trafic « naturel » (i.e. non publicitaire) vers une page web donnée ;
- le trafic d'une page ou d'un site web (nombre de visiteurs) ;
- le parcours d'un internaute sur un ensemble de pages (point d'entrée, navigation, point de sortie) ;
- le parcours-type d'un ensemble d'internautes sur un site.

Ces données sont critiques pour le calcul du retour sur investissement (ROI) des campagnes de communication sur Internet. Elles sont produites par les outils propriétaires développés par Weborama que sont Weboscope™ et WReport™ pour la partie « sites », et WPerformance pour la partie « campagnes ».

Les différentes solutions décrites ci-dessous sont traduites en cinq langues et utilisées par les clients de la société dans une vingtaine de pays.

6.2.2.1 Weboscope™ / WReport™

Lancés en 1999, les logiciels de mesure et d'analyse d'audience de Weborama permettent d'étudier en détail le comportement des visiteurs d'un site ou d'un groupe de sites web.

Labellisés par l'OJD (organisme de référence de la mesure d'audience des media) dès 2000, les logiciels Weboscope™ / WReport™ sont reconnus comme une référence en Europe dans le domaine de la mesure d'audience dite « site-centric » (utilisation de tags insérés dans les pages web). Ils sont mis à disposition des annonceurs en tant qu'applications hébergées (« application service provider » ou ASP) afin de faciliter leur administration et de faire bénéficier les clients des améliorations régulières apportées par l'équipe de R&D de Weborama.

Les solutions de mesure et d'analyse d'audience de Weborama comportent une gamme complète de solutions adaptées aux besoins des différents utilisateurs :

Nom	Description
Weboscope™ Trafic	Offre « TPE-PME » permettant une première approche efficace et économique de la qualité globale d'un site web.
Weboscope™ Intranet	Solution de mesure d'audience dédiée permettant d'analyser les sites Intranet en toute sécurité.
WReport™	Solution de mesure d'audience de nouvelle génération offrant des tableaux de bord synthétiques, des résumés thématiques et plusieurs niveaux de lecture adaptés à chaque type d'utilisateur.
WReport™ Content	Version de WReport™ adaptée aux sites à forts volumes (e-commerce, portails media) et incluant le suivi du contenu et des chaînes thématiques, la segmentation des internautes et jusqu'à 7 niveaux d'analyse pour descendre précisément dans l'arborescence des sites.

Parmi les sociétés qui utilisent les logiciels Weboscope™ ou WReport™, citons :

01 Net	Neuf Telecom
20 Minutes	PSA Automobiles
Arte	Société Générale
BNP Paribas	Socpresse
Essilor	Unilever
Meetic	Veolia
NEC Packard Bell	Volkswagen-Audi France

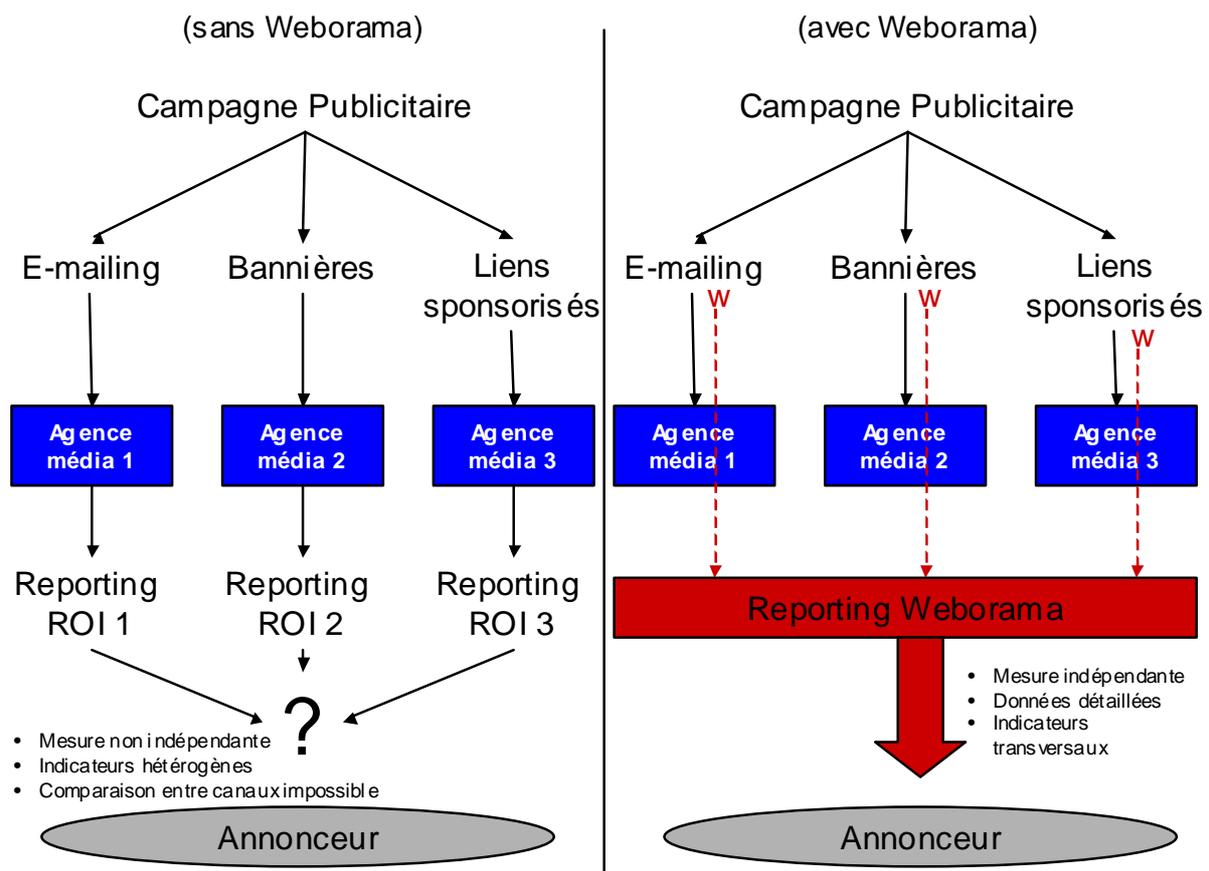
Ces clients souscrivent à un abonnement annuel incluant un volume de trafic suivi et analysé ; ces abonnements font l'objet de reconductions annuelles.

6.2.2.2 WPerformance

WPerformance offre à chaque annonceur une vision synthétique de la performance d'ensemble de ses campagnes publicitaires sur Internet. WPerformance permet de suivre tous les types d'actions marketing sur Internet :

- campagnes de bannières ;
- campagnes d'e-mailing ;
- campagnes de liens sponsorisés ;
- partenariats ;
- affiliation ;
- référencement naturel dans les moteurs de recherche.

WPerformance enregistre les clics des internautes exposés à ces différentes actions, ainsi que l'éventuelle transformation (achat, inscription, etc.) qui suit, et permet ainsi de mesurer l'efficacité de chaque action de communication. Ces informations sont disponibles en temps réel et par jour, par type de support utilisé et / ou par création. Elles permettent de mesurer le retour sur investissement (ROI) réel de chaque campagne et leur contribution respective aux résultats de l'annonceur.



WPerformance permet aux annonceurs d'analyser la performance de leurs campagnes de communication sur Internet de manière :

- détaillée (25 indicateurs disponibles : taux de transformation, coût d'acquisition client, coût pour 100 € de chiffre d'affaires, etc.) ;
- transversale (possibilité de comparer les différents canaux de communication entre eux ainsi que leurs interactions) ; et

- indépendante (contrairement aux données fournies par les agences media qui achètent ou les régies qui diffusent ces campagnes).

Accessible en mode ASP comme tous les outils de Weborama, WPerformance offre une interface simple et conviviale, où les différents niveaux d'analyse sont accessibles de manière intuitive via une bibliothèque d'icônes, et où les principales informations sont synthétisées sous forme graphique.

The screenshot shows the Weboscope Performance interface. At the top, there are navigation tabs: EN COURS, PAR TRANSFORMATION, E-COMMERCE / ROI, TRAFIC / PARCOURS, and LIENS SPONSORISÉS. Below these, there's a search bar and a date range selector (23-02-2006 to 01-03-2006). The main area contains a table with columns: Libellé, Affichages, Clics, Taux de clic, Clics uniques, Transferts totaux, and Taux transfert total. The table lists various campaigns like 'Campagne Performance Ouverture Sept 2005', 'Emailing', 'Weborama', and several 'Recrutement' campaigns across different countries. A 'Total' row at the bottom summarizes the data. Below the table is a 'Personnalisation' panel with checkboxes for different metrics and categories like Performance and E-commerce / ROI.

Libellé	Affichages	Clics	Taux de clic	Clics uniques	Transferts totaux	Taux transfert total
Campagne Performance Ouverture Sept 2005	0	88	0,00 %	86	0	0,00 %
Emailing	0	1 389	0,00 %	598	50	3,60 %
Weborama	0	0	0,00 %	0	0	0,00 %
Recrutement_esp	0	6 056	0,00 %	4 750	1	0,02 %
Recrutement_fr	12 482	59 075	0,91 %	49 333	789	1,24 %
Recrutement_it	0	391	0,00 %	170	2	1,05 %
Recrutement_pt	0	746	0,00 %	684	14	1,88 %
Recrutement_uk	0	1 889	0,00 %	1 695	8	0,42 %
Référencement Naturel	0	864	0,00 %	851	4	0,46 %
Référencement payant	0	1 475	0,00 %	1 506	4	0,24 %
Test TF1	0	0	0,00 %	0	0	0,00 %
TrafficVS_janv05_Weborama	0	692	0,00 %	612	5	0,72 %
Total	12 482	73 665	0,582,16 %	60 285	877	1,21 %

Les services de mesure et d'analyse de la performance des campagnes sur Internet de Weborama sont commercialisés sous la forme d'abonnement annuel au logiciel WPerformance, ou sous la forme d'une prestation de conseil. Parmi les clients de cette activité, citons :

- | | |
|-------------|------------------|
| Argus | MSN |
| BNP Paribas | Société Générale |
| Cegetel | Télé2 |
| EDF | |

Cas client :

Pour un de ses clients, annonceur majeur sur Internet (budget publicitaire annuel online > 5 M€ net), Weborama réalise la mesure et l'analyse des campagnes publicitaires sur Internet. Cette prestation comprend :

- La mesure de toutes les campagnes publicitaires (bannières, e-mailing, liens sponsorisés, partenariats) ;
- L'analyse de la performance respective de chaque campagne / création / support, synthétisée sous la forme d'un rapport présenté au client tous les mois ;
- La formulation de recommandations d'optimisation des campagnes sur Internet.

Cette prestation permet au client de s'appuyer sur une vision unifiée et indépendante de la performance de l'ensemble de ses campagnes, plutôt que sur le reporting fourni par les différents prestataires en charge de leur exécution. De plus, le niveau d'intégration de Weborama avec les processus métier du client permet la production de statistiques de performance réellement pertinentes au regard de l'activité du client, et donc un pilotage poussé de ses actions marketing sur Internet.

Weborama facture cette prestation sous la forme d'un forfait mensuel pour l'analyse et le reporting, et en fonction du volume de visites pour les prestations techniques de diffusion et de suivi des campagnes.

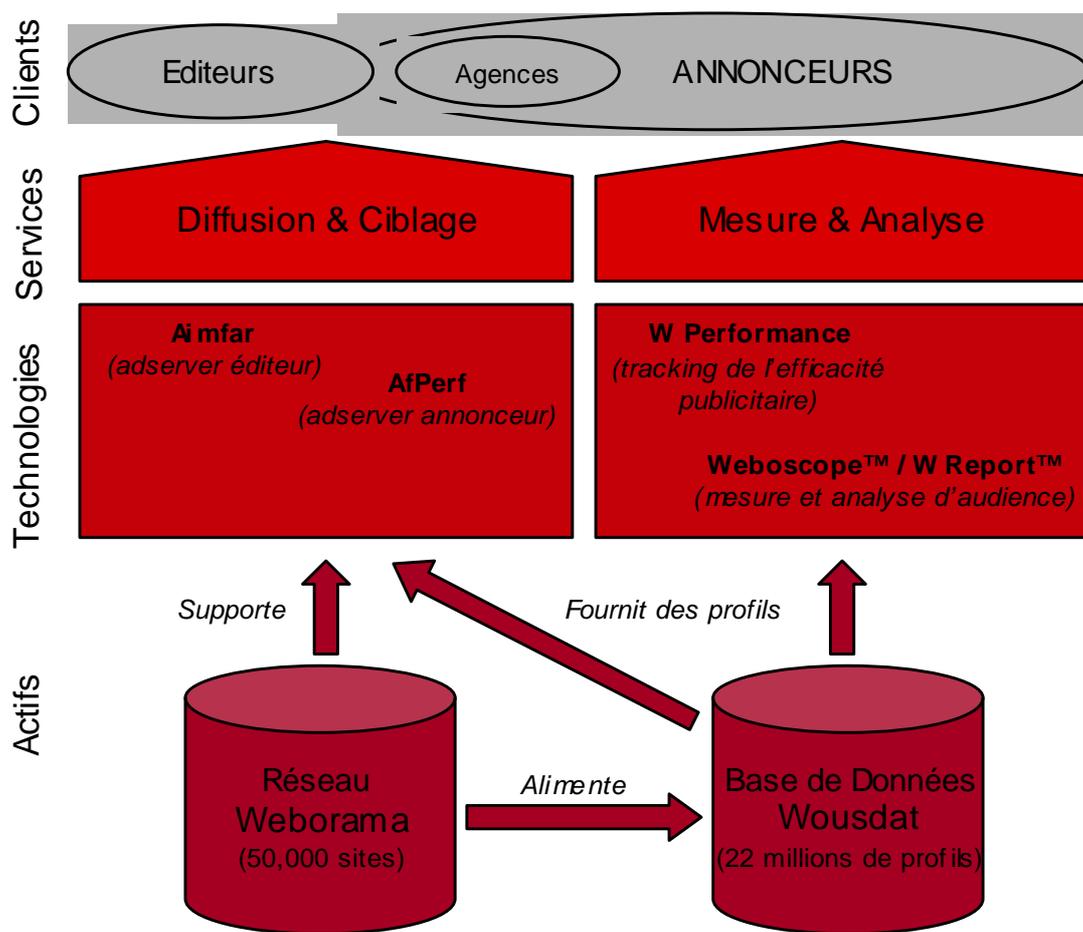
6.2.3 Synthèse de l'activité de Weborama

Depuis 1998, Weborama a construit deux actifs uniques :

- le réseau Weborama, un des plus grands réseaux de sites francophones ;
- Wousdat, une base de données propriétaire et hautement qualifiée sans équivalent en Europe.

L'équipe de R&D de Weborama a développé, à partir de technologies propriétaires et de quatre brevets, une gamme de logiciels dans le domaine du marketing et de la publicité sur Internet.

Grâce à la combinaison de ses actifs et de ses technologies, Weborama propose aux annonceurs, à leurs agences, et aux éditeurs de sites web des services complémentaires de ciblage / diffusion des campagnes publicitaires d'une part, et de mesure / analyse des investissements marketing d'autre part.



Source : Weborama

6.3 Avantages concurrentiels

6.3.1 Des actifs spécifiques

Weborama a constitué deux actifs Internet uniques sur le marché européen :

- un réseau des 50.000 sites actifs affiliés ;
- une base de données de 22 millions de profils marketing d'internautes.

Ces actifs, décrits en détail dans le paragraphe 6.1 du présent document de base, représentent des barrières à l'entrée importantes sur les marchés de ciblage / diffusion et de mesure / analyse des investissements de communication sur Internet.

6.3.2 Des technologies propriétaires

Weborama est avant tout une société technologique, avec près de la moitié de ses effectifs affectés directement ou indirectement à la recherche et développement (R&D). Son catalogue d'outils Internet propriétaires comprend :

- la gamme de logiciels de mesure et d'analyse d'audience Weboscope™ / WReport™ ;
- WPerformance™, son logiciel de mesure de la performance publicitaire ;
- les logiciels de diffusion de bannières AdPerf (adserver « annonceur ») et Aimfar (adserver « éditeur »).

Ces logiciels ont été entièrement développés par Weborama et reposent sur des procédés brevetés (voir chapitre 11 « Recherche et développement, brevets, licences »).

6.3.3 Une longue expérience de la publicité et du marketing sur Internet

Fort de ses huit ans d'existence, Weborama fait figure de vétéran dans le paysage des services marketing sur Internet. La Société et son équipe dirigeante ont connu les années fastes de la « bulle » Internet comme les années de vaches maigres qui ont suivi. Cette expérience a prouvé la solidité de l'organisation, de l'offre et des ressources de Weborama, et a permis à la Société de bâtir une expertise sans égale dans le domaine des technologies et de la publicité sur Internet.

Les fondateurs de Weborama sont toujours actifs à des postes clés de la Société. Ils ont été rejoints à la tête de la Société par des collaborateurs apportant des compétences dans les domaines des media, du marketing et de la technologie.

La Société est représentée au sein des organisations interprofessionnelles suivantes :

- ACSEL (Association pour le commerce et les services en ligne)
- CESP (Centre d'études des supports publicitaires)
- EBG (Electronic business group)
- IREP (Institut de recherches et d'études publicitaires)
- OJD (Association pour le contrôle et la diffusion des media)

6.3.4 Une offre intégrée et indépendante

Weborama a développé une offre de technologies et de services couvrant une large partie de la chaîne de valeur de la publicité sur Internet. Ses prestations intégrées de ciblage / diffusion et de mesure / analyse des investissements de communication sur Internet permettent aux annonceurs de s'appuyer sur un prestataire unique pour l'exécution et l'analyse de ses campagnes publicitaires. Cette intégration permet non seulement un meilleur dialogue entre les différentes technologies utilisées, mais permet également un suivi plus riche des actions menées et une analyse plus fine de la performance des campagnes et de leur retour sur investissement.

L'indépendance de la Société est également un atout considérable. Cette indépendance permet d'offrir à l'annonceur une vision globale et neutre de ses investissements de communication sur Internet ainsi que de prendre les bonnes décisions d'allocation de ses ressources, en fonction de la performance réelle des différents moyens de communication utilisés.

6.3.5 Un modèle économique qui privilégie la récurrence des revenus

Le modèle économique de Weborama conduit à une forte récurrence des revenus.

Les services de mesure et d'analyse sont principalement facturés sous la forme d'abonnements annuels. Le tarif de ces abonnements est indexé sur un volume d'activité (nombre de diffusions, de clics, de pages auditées, etc.). Ce modèle économique présente deux avantages principaux :

- Les clients payent chaque année pour bénéficier des services de la Société, ce qui engendre une récurrence des revenus. Les clients n'ayant pas renouvelé leur abonnement en 2005 représentaient moins de 5% du chiffre d'affaires 2004.
- La croissance régulière du trafic et de l'activité publicitaire sur Internet se traduit par une hausse du montant des abonnements. Entre 2004 et 2005, le chiffre d'affaires des clients ayant renouvelé leur abonnement a progressé en moyenne de 30%.

Les activités de ciblage et diffusion de campagnes font l'objet d'une facturation au volume. Là encore, les fondamentaux de l'activité encouragent une croissance régulière des revenus :

- La croissance de l'usage d'Internet et le développement du marché publicitaire conduisent à une augmentation régulière des volumes (de campagnes, de clics, de pages web, etc.) traités par Weborama, donc de son chiffre d'affaires.
- La taille du réseau Weborama augmente régulièrement (+ 17% en nombre de sites entre 2004 et 2005) fournissant ainsi un volume de visites sur le réseau Weborama croissant, valorisé par ses services de ciblage et de diffusion publicitaire.

6.3.6 Des clients prestigieux et fidèles

En 2005, plus de la moitié des entreprises du CAC 40 sont clientes de Weborama :

AGF	EDF	Renault
Axa	France Telecom	Sanofi Synthelabo
BNP Paribas	Lagardère	Société Générale
Bouygues	Pernod Ricard	Essilor
Carrefour	PSA	Total
Groupe Casino	PPR Groupe	Veolia Environnement
Crédit Agricole	Publicis	Vivendi Universal

Parmi l'ensemble des grands comptes clients de la Société, certains font confiance à Weborama depuis plusieurs années :

Client	Date du premier contrat
Volkswagen-Audi France	août-00
BNP / LeMoneyMag	décembre-00
NEC Packard Bell	mars-01
Essilor	juillet-01
BNPParibas	septembre-01
Groupe Belles Demeures	janvier-02
Journaux Officiels	janvier-02
PSA Automobiles	juin-02
Neuf.fr	novembre-02
Socpresse / tvmag	novembre-02

Source : Weborama

Weborama a réalisé une étude de satisfaction client en avril 2005 ; l'objectif de cette opération, menée auprès d'un échantillon de 71 sociétés clientes, était d'évaluer le niveau de satisfaction des clients, de comprendre leur perception de l'entreprise et de ses services, et d'étudier leurs attentes en termes de nouvelles fonctionnalités, nouveaux produits et nouveaux services. Il ressort de cette étude une perception globalement très positive des produits Weborama, qui sont jugés « fiables », « simples d'utilisation » et « fournissant une information pertinente ». La « qualité de la relation » et la « disponibilité des équipes » sont également mises en avant par les clients. 96% des clients interrogés se déclarent satisfaits de Weborama et attribuent à la Société une note moyenne de 8,04 / 10.

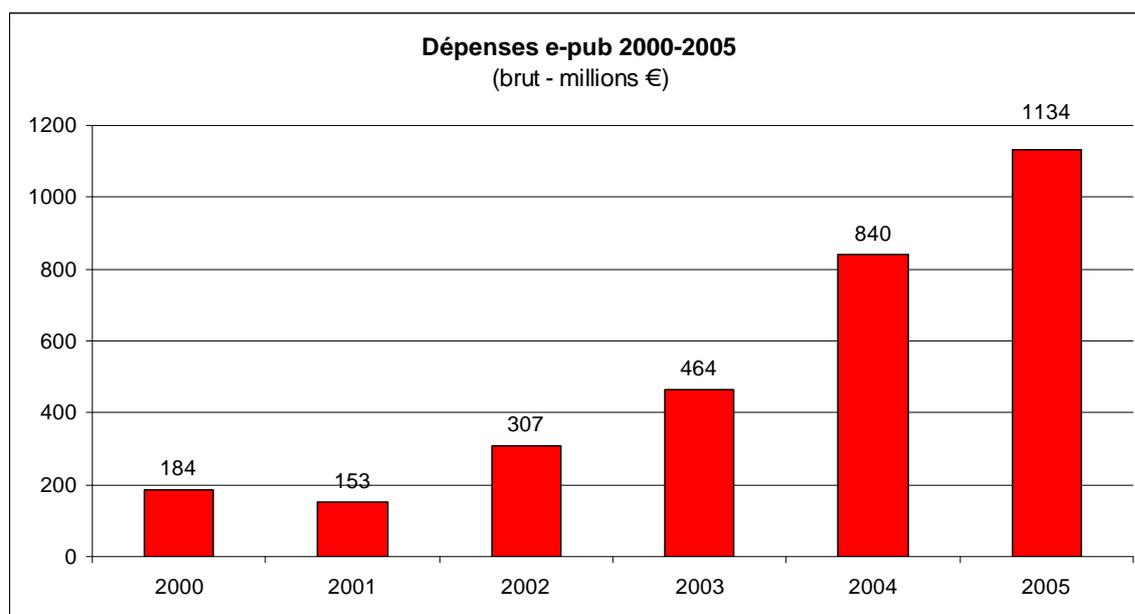
Cette base de clients prestigieux qui renouvellent leur confiance à Weborama depuis plusieurs années représente une des forces de l'entreprise, et un avantage concurrentiel important sur un

marché naissant où la confiance et la réputation d'un prestataire font souvent la différence lors des appels d'offres.

6.4 Principaux marchés

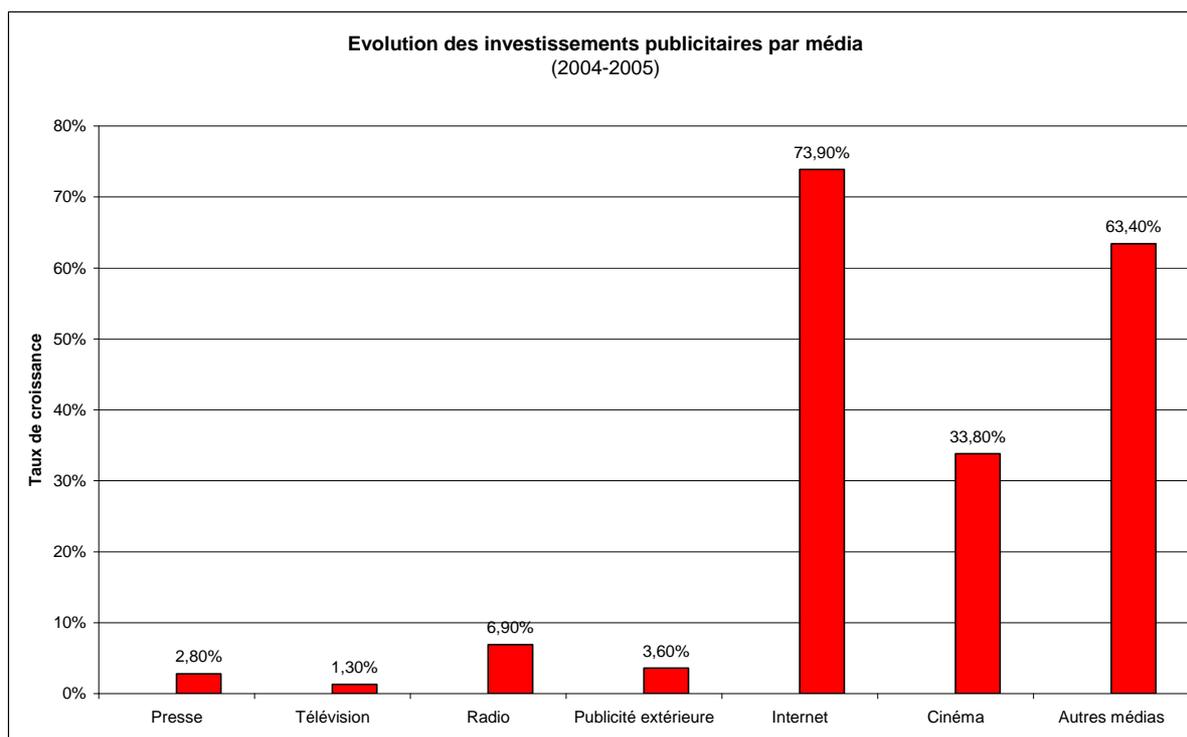
6.4.1 Le marché de la publicité et du marketing sur Internet

Weborama exerce ses activités sur le secteur en très forte croissance de la publicité et du marketing sur Internet. Les investissements publicitaires bruts sur Internet en France se sont élevés à 1,1 milliard d'euros en 2005, leur plus haut niveau historique depuis l'apparition de ce support à la fin des années 1990 :



Source : IAB / PriceWaterhouseCoopers (2000-2001), IAB/TNS Media Intelligence (2002-2005)

Internet est le media publicitaire qui connaît la plus forte croissance (+ 74% entre 2004 et 2005), loin devant le cinéma (+34%) et les media dits « traditionnels » (radio + 6,9%, télévision + 1,3%, presse + 2,8%) :



Source : TNS Media Intelligence, janvier 2006

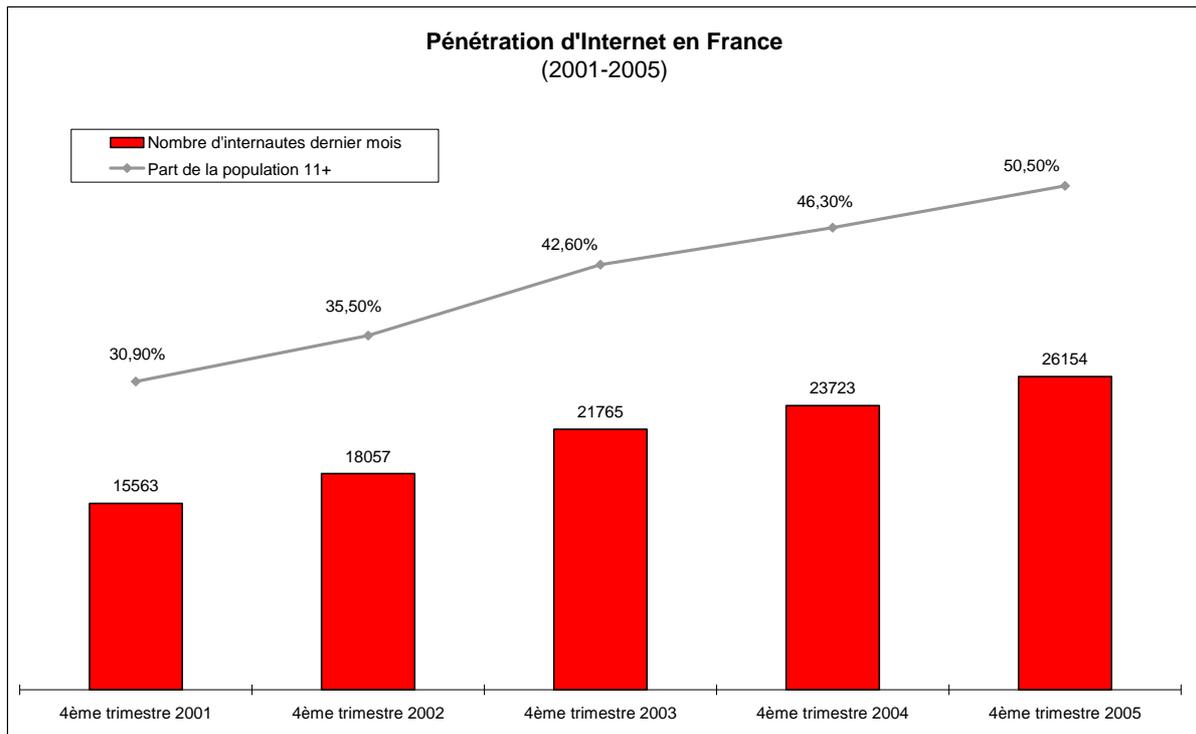
La disparité des taux de croissance, dans un marché globalement à la hausse, reflète une migration progressive des investissements publicitaires des annonceurs vers certains media, dont Internet qu'ils considèrent plus performant que les media traditionnels. Ce mouvement devrait se poursuivre dans les années à venir puisque Internet représente aujourd'hui 5,9% des investissements publicitaires en France (source : TNS Media Intelligence, janvier 2006) et qu'il devrait capter 15% des investissements media dans les trois ans à venir (source : Aegis, janvier 2006).

Cet engouement des annonceurs pour le media Internet s'explique par la conjonction de trois facteurs principaux :

- la pénétration croissante d'Internet dans les foyers français ;
- le développement de l'accès à haut débit ;
- la croissance du commerce électronique.

6.4.1.1 Pénétration d'Internet

La France compte aujourd'hui plus de 26 millions d'internautes, soit 50% de la population âgée de 11 ans et plus (source : Mediamétrie, « Observatoire des Usages d'Internet », mars 2006). Cette pénétration est en croissance régulière et forte depuis les débuts commerciaux de l'Internet au milieu des années 1990, et plus particulièrement depuis l'an 2000.

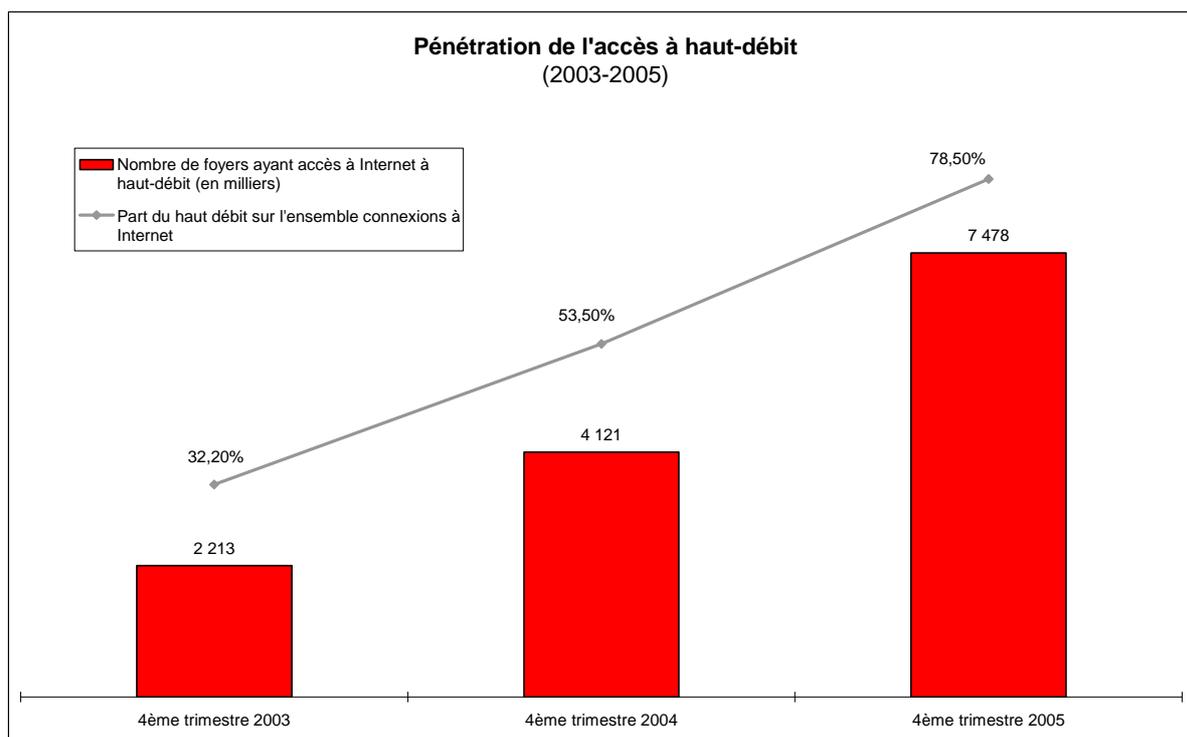


Source : Mediamétrie, mars 2006

Cette forte croissance de l'accès à Internet en France fait de ce media un nouveau carrefour d'audience pour les annonceurs, qui voient en lui un nouveau territoire de communication et de conquête de clients.

6.4.1.2 Le développement du haut débit

Le développement de l'usage d'Internet s'est accompagné d'une évolution du type d'accès à ce media : des connexions à bas débit, laborieuses et chères, utilisées au début, les foyers français ont progressivement évolué vers des connexions permanentes et à haut débit via les réseaux câblés ou l'ADSL. Aujourd'hui, près de 80% des internautes français accèdent à Internet via des connexions haut débit. Cette proportion est en forte croissance sur les 24 derniers mois :



Source : Mediamétrie / GFK, « La Référence des Equipements Multimedia », mars 2006

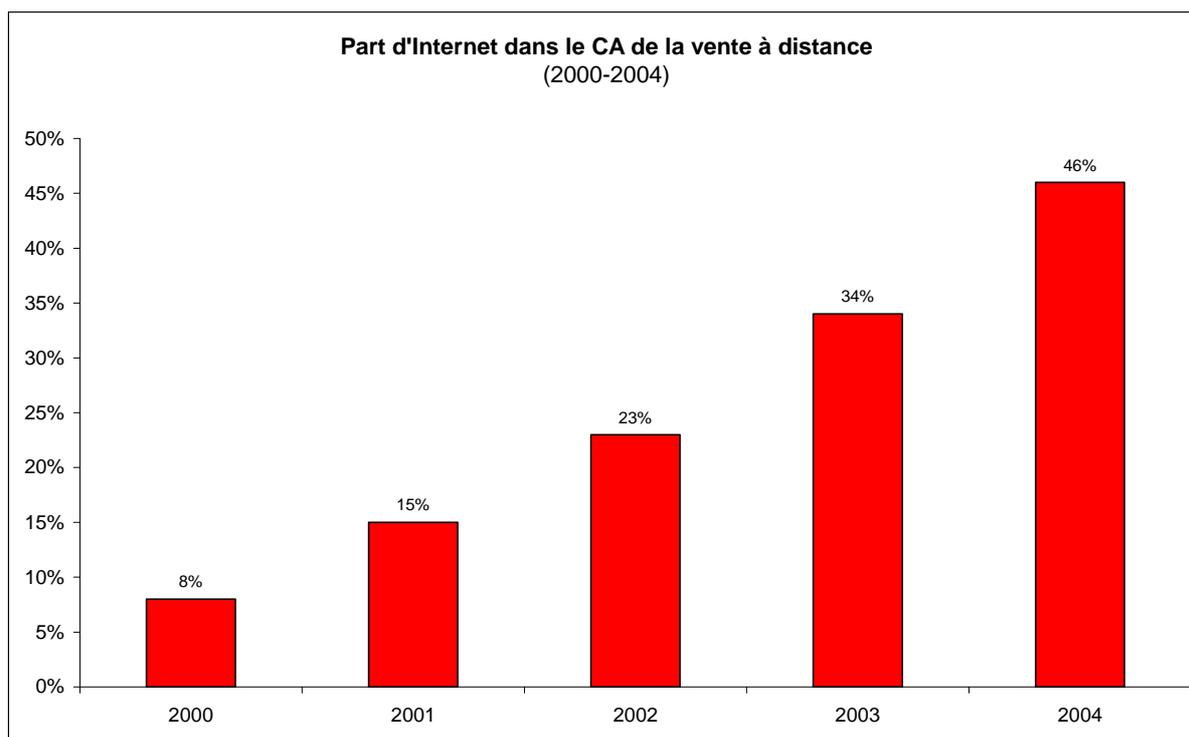
D'un point de vue publicitaire, le haut débit présente plusieurs avantages importants :

- Plus rapide que les connexions traditionnelles, l'accès à haut débit encourage les internautes à passer plus de temps sur Internet.
- Les débits élevés permettent de diffuser plus d'information, plus rapidement ; cette avancée technologique encourage la créativité publicitaire et permet la diffusion de format « rich media » ou vidéo qui ont un meilleur impact que les créations statiques des débuts.

La généralisation du haut débit dans les foyers français est donc un des moteurs de la migration des investissements publicitaires vers Internet.

6.4.1.3 Croissance du commerce électronique

Le troisième moteur de la croissance des investissements publicitaires sur Internet est le développement du commerce électronique. Au dernier trimestre 2005, plus de 51% des internautes avaient déjà acheté en ligne (source : Mediamétrie, « Observatoire des usages d'Internet », mars 2006) pour un chiffre d'affaires estimé à 6,7 milliards d'euros sur l'année 2005 (source : Benchmark Group). Le poids économique croissant d'Internet (chiffre d'affaires du secteur multiplié par 3 entre 2002 et 2005) fait de ce media un des principaux vecteurs du commerce à distance, dont il réalisait près de la moitié du volume en 2004 :



Source : FEVAD, Chiffres-clefs de la vente à distance (2005)

Cette croissance du chiffre d'affaires du e-commerce entraîne une croissance de l'offre de produits et services en ligne, et donc des investissements publicitaires associés.

Au sein du secteur de la publicité et du marketing sur Internet, Weborama est particulièrement actif sur deux marchés complémentaires :

- le marché du ciblage et de la diffusion publicitaire ;
- le marché de la mesure et de l'analyse (« webanalytics »).

6.4.2 Le marché du ciblage et de la diffusion publicitaire sur Internet

Le marché du ciblage et de la diffusion publicitaire sur Internet est avant tout un marché de technologies : les serveurs de bannières ou « adservers » sont au cœur de cette activité. On distingue généralement deux types de serveurs de bannières :

- les serveurs de bannières éditeurs (« publisher » ou « sell-side ») ;
- les serveurs de bannières annonceurs (« buy-side »).

Les technologies de ciblage et de diffusion de campagnes publicitaires sont commercialisées sous la forme de licences (logiciels) ou d'applications hébergées. Elles incluent des fonctionnalités plus ou moins avancées dans le domaine de la gestion des formats multimedia (« rich media »), de la gestion des volumes de visites publicitaires (« capping ») ou du ciblage des campagnes.

Aux Etats-Unis, les investissements publicitaires dans le domaine du ciblage (« contextual targeting » ou « behavioral targeting ») vont passer de 925 millions USD en 2005 à 2100 millions USD en 2008, selon l'institut eMarketer (avril 2006). En 2008, les dépenses consacrées à la publicité ciblée représenteront environ 10% du total des investissements publicitaires aux Etats-Unis.

La forte croissance du secteur de la publicité ciblée (plus de 30% par an en moyenne, soit environ le double de la croissance du marché estimée par eMarketer entre 13% et 20% par an entre 2005 et 2008) témoigne de l'intérêt des annonceurs pour les solutions qui leur permettent de maximiser l'efficacité de leurs investissements de communication, au premier rang desquelles figure le ciblage.

Environnement concurrentiel du marché du ciblage

Il n'existe pas de concurrence directe en Europe aux services de ciblage de Weborama. Pour mettre en œuvre une stratégie de communication ciblée sur Internet, les annonceurs ont à leur disposition plusieurs alternatives (ciblage contextuel ou comportemental pour des campagnes de bannières, ciblage socio-démographique pour des campagnes d'e-mailing, etc.) mais aucune n'offre la même richesse de ciblage ni le même volume de contacts potentiel que la base de données Wousdat et ses 22 millions de profils marketing.

Environnement concurrentiel du marché de la diffusion

Dans le domaine de la diffusion de campagnes publicitaires, l'offre est organisée de la manière suivante :

Catégorie	Adservers « Editeurs »		Adservers « Annonceurs »
Utilisateurs	Sites web	Agences media	Annonceurs
Principales fonctionnalités	Diffusion de campagnes multiples sur 1 site ou 1 groupe de sites ; gestion d'inventaire, priorités de diffusion, capping	Programmation de campagnes multiples (différents annonceurs), interopérabilité avec les adservers « éditeurs », suivi de la diffusion, reporting	Programmation de campagnes multiples (1 seul annonceur), interopérabilité avec les adservers « éditeurs », suivi de la diffusion, reporting
Principaux acteurs	Doubleclick (DART / Falk), 24/7 Real Media (OpenAdStream), Auféminin (Smart), Weborama (Aimfar)	Doubleclick (DART / Falk), Bluestreak, Auféminin (Smart)	Weborama (AdPerf)
Commentaires	La proposition de Weborama aux sites web est plus large que la simple diffusion de campagnes, puisque les sites qui utilisent Aimfar sont généralement inscrits à l'annuaire Weborama et utilisent également les outils gratuits d'analyse d'audience de la Société.		Le secteur des adservers « annonceurs » est relativement récent et s'adresse aux clients qui cherchent à associer à la diffusion de leurs campagnes de bannières le suivi et l'analyse de l'ensemble de leurs actions marketing (liens sponsorisés, e-mailing, etc.)

Source : Weborama

Les adservers développés par Weborama présentent également la particularité de s'interfacer avec la base de données Wousdat ; ce couplage permet la diffusion de campagnes ciblant le profil marketing des internautes, plutôt que l'espace publicitaire des sites, garantissant ainsi les éditeurs et les annonceurs de l'efficacité des campagnes. Cette capacité de ciblage permet à l'offre de diffusion de campagne de Weborama de se différencier fortement de ses concurrents.

6.4.3 Le marché de la mesure et de l'analyse sur Internet

L'offre de mesure et d'analyse de Weborama s'inscrit sur le marché des « webanalytics ». Ce secteur est indispensable au développement de la publicité et du marketing sur Internet, dans la mesure où il fournit aux différents acteurs les données qui permettent de comprendre le comportement des consommateurs, et d'optimiser les investissements de communication réalisés sur Internet. Tiré par la forte demande des annonceurs, le marché des « webanalytics » devrait atteindre 390 millions USD en 2008 au niveau mondial, selon l'institut IDC (« Worldwide Web Analytics Software Applications 2005-2008 Forecast and Analysis: 2004 Shares and Current Outlook », mars 2005).

Ce marché se décompose en deux sous-parties :

- la mesure d'audience des sites web ;
- la mesure de performance des campagnes publicitaires.

Le marché de la mesure d'audience

Le marché de la mesure d'audience sur Internet est divisé en deux suivant une distinction

technologique claire : l'analyse par panel (« user-centric ») qui consiste à suivre le comportement d'un groupe d'internautes représentatif et à extrapoler pour l'ensemble de la population, et l'analyse par marqueurs (« site-centric ») où la mesure se fait directement au niveau des sites web. La mesure d'audience par panels est utilisée pour connaître les grandes tendances de fréquentation par types de sites, mais ne permet pas d'obtenir des données de fréquentation précises individuellement au niveau des sites. Pour ce faire, la méthode dite « site-centric » est beaucoup plus adaptée, puisqu'elle permet d'analyser très précisément le comportement des visiteurs, leur provenance, leur parcours et leurs actions sur un site donné.

Environnement concurrentiel du marché de la mesure d'audience

Le marché de la mesure d'audience sur Internet est le seul marché de Weborama que l'on puisse quantifier, puisque seuls quelques acteurs professionnels y exercent sur le marché français. Il s'agit des sociétés françaises Mediamétrie-eStat et Xiti, et des étrangers Nedstats (NL), Webtrends (US) et Websidestory (US). Sur ce marché que l'on peut estimer entre 5 à 8 millions d'euros en France en 2005, Weborama dispose d'une part de marché d'environ 20% (source : Weborama). Weborama est le premier fournisseur de solutions de mesure d'audience sur Internet auprès des sociétés du CAC 40 avec 28% de parts de marché, devant Xiti (20%) et Nedstats (13%) (source Weborama).

Le marché de la mesure de performance

Le marché de la mesure de la performance des campagnes publicitaires est relativement jeune. Cependant, ce type de service devient de plus en plus essentiel pour les annonceurs. La demande pour ce type de service croît fortement en lien avec la croissance des demandes de mesures des investissements marketing. Selon une étude réalisée en mars 2006 par l'ANA (Association of national advertisers, qui représente plus de 300 annonceurs américains investissant plus de 100 milliards USD en dépenses marketing par an), la notion d'« ad accountability » (le suivi de la performance publicitaire) est la préoccupation numéro 1 des annonceurs en 2006 devant la construction de la marque, l'établissement d'une stratégie de communication mondiale ou le recrutement de « top talents » (source : communiqué de presse de l'ANA, 27 mars 2006).

Environnement concurrentiel du marché de la performance

Des prestations de mesure et d'analyse de la performance des campagnes sont proposées aux annonceurs par les agences media et les régies publicitaires, à la marge de leurs activités principales qui sont le mediaplanning, l'achat ou la vente d'espace publicitaire. Néanmoins, les données fournies par ces acteurs sont partielles (ne concernent que les campagnes qu'ils gèrent) et partiales (acteurs « juges et parties »). Les annonceurs peuvent également faire appel à des sociétés d'études marketing pour mesurer l'impact de leurs campagnes publicitaires sur la notoriété ou l'image de leur marque, mais ces études ne sont pas directement corrélées à leurs actions de communication.

Weborama est un des seuls prestataires européens à proposer des technologies et des services dédiés à la mesure et à l'analyse de la performance des campagnes publicitaires sur Internet. On trouve des offres comparables chez des éditeurs américains comme Websidestory, Omniture ou aQuantive (Atlas DMT), mais ces acteurs sont peu présents en Europe.

6.4.4 Part de marché détenue par Weborama

Les marchés de ciblage / diffusion publicitaire d'une part, et de mesure / analyse des investissements marketing sur Internet d'autre part, sont très difficiles à quantifier. De nombreux acteurs interviennent à la marge de ce secteur, en complément de leur cœur de métier (agences media, sociétés d'études marketing, régies publicitaires).

Weborama est le seul acteur spécialisé à la fois dans les services et les technologies de ciblage / diffusion publicitaire ainsi que dans la mesure / analyse des investissements en communication. Ce positionnement original est fondé sur un ensemble unique d'actifs et de technologies propriétaires développés par la Société depuis huit ans.

De ces différents marchés, celui de la mesure d'audience sur Internet est le plus facilement quantifiable. Seuls quelques acteurs professionnels y exercent sur le marché français. Il s'agit des sociétés françaises Mediamétrie-eStat et Xiti, et des étrangers Nedstats (NL), Webtrends (US) et Websidestory (US). Sur ce marché que nous estimons à 5 millions d'euros en France en 2005, Weborama détient une part de marché d'environ 20%.

6.4.5 Les enjeux de la publicité et du marketing sur Internet

La numérisation touche petit à petit l'ensemble des media publicitaires : télévision, radio, presse. Les principaux supports des investissements publicitaires des annonceurs deviennent numériques et les grands acteurs du monde informatique et de l'Internet (Google, Microsoft, etc.) encouragent ce mouvement. Bientôt, la plupart des contenus d'information et de divertissement seront diffusés de manière numérique vers des supports de consultation (téléviseur, autoradio, écran d'ordinateur, téléphone mobile, etc.) qui seront autant d'éléments d'un grand media mondial numérique.

Le principal défi de la publicité dans les années à venir sera d'accompagner cette migration et de s'adapter aux nouveaux supports, aux nouveaux modes de consommation, et aux nouveaux comportements de l'audience. La consommation à la demande va probablement mettre fin aux « coupures publicitaires ». La dispersion spatiale (différents supports) et temporelle (différents moments) des audiences annonce la fin des carrefours d'audience. La traçabilité des transactions numériques va conduire à la fin des « estimations » d'audience et de performance, pour ouvrir une ère de mesure réelle du comportement de l'audience avant, pendant et après l'exposition publicitaire.

Les acteurs du marketing et de la publicité sur Internet vont devoir imposer leurs technologies, leurs services et leurs modèles économiques sur les nouveaux media numériques. Weborama a déjà anticipé cette évolution en garantissant la portabilité de ses technologies de mesure et d'analyse des investissements de communication sur Internet vers d'autres plates-formes comme les consoles de jeux vidéo ou les téléphones mobiles.

6.5 Les clés de la croissance future

6.5.1 Bénéficiaire de la croissance du marché

Weborama a conçu et positionné ses activités pour bénéficier au maximum de la croissance attendue du marché de la publicité et du marketing sur Internet. Son modèle économique intègre une part de rémunération variable fonction des volumes de campagnes et de pages web gérées. Cette variabilité permettra à la société de profiter au mieux de la croissance du marché.

6.5.2 Accompagner l'arrivée de nouveaux annonceurs sur Internet

Tous les annonceurs arrivent progressivement sur Internet en suivant leurs clients, leurs prospects, ou leurs concurrents. Les très grands annonceurs du secteur de la grande consommation commencent à peine à investir sur Internet (1,7% de leurs investissements marketing contre 5,9% en moyenne selon IAB / TNS Media Intelligence, février 2006). Le rattrapage qui s'opèrera dans les années à venir se traduira par une augmentation du nombre d'annonceurs sur Internet, et donc du nombre de clients potentiels pour Weborama.

Weborama accompagne d'ores et déjà des annonceurs de secteurs moins habitués à Internet comme les produits de grande consommation (Unilever), l'énergie (Gaz de France), l'environnement (Veolia) ou l'administration (Journaux Officiels, La Poste).

6.5.3 Maintenir l'avance technologique de la Société et développer de nouveaux services

Weborama va continuer à investir en recherche et développement afin de consolider sa position de leader dans le domaine des technologies dédiées au marketing sur Internet. Ces investissements devront porter leurs fruits en permettant le développement de nouveaux services destinés aux

annonceurs sur Internet.

Parmi les pistes de développement à l'étude, citons :

- le développement d'une solution de mesure d'audience faisant le lien entre les méthodes « user-centric » et « site-centric » ;
- l'intégration d'un nouveau format publicitaire basé sur les liens sponsorisés au sein du serveur de bannières Aimfar ;
- l'intégration verticale sur la chaîne de valeur de la publicité et du marketing sur Internet avec le développement de services en partenariat avec des acteurs spécialisés dans les domaines de la stratégie de communication et de la stratégie media.

6.5.4 Continuer l'internationalisation de la Société

Weborama entend s'appuyer sur sa position de leader sur le marché français pour exporter ses services et son modèle économique à l'étranger. La Société a déjà développé ses activités au-delà du territoire français. L'ouverture d'un bureau commercial en Espagne et le recrutement d'un réseau de sites hispanophones (environ 13.000 sites recrutés à mars 2006) montrent que le modèle s'exporte. Par ailleurs, les logiciels de mesure et d'analyse sont traduits en cinq langues (anglais, allemand, italien, espagnol, portugais) et sont déjà utilisés par des clients dans toutes les régions du monde.

La stratégie de développement de Weborama à l'étranger sera la même que sur le marché français : constitution d'actifs décisifs et exploitation au travers des technologies propriétaires de Weborama dans le cadre de services de ciblage / diffusion et de mesure / analyse des investissements de communication sur Internet.

6.5.5 Accompagner la numérisation des media

Les solutions de Weborama sont compatibles avec les nouveaux équipements numériques liés à la télévision (MediaCenter, PVR), aux consoles de jeux vidéo, ou à la téléphonie mobile et peuvent fournir les services indispensables à la compréhension des media, de leurs publics et de leur commercialisation sur ces nouveaux supports.

Weborama est préparé à investir ces nouveaux marchés qui démultiplieront le potentiel du marché de l'Internet.

6.5.6 Procéder à des acquisitions stratégiques

Bien que la Société continue de placer la croissance organique au cœur de sa stratégie de développement, elle n'exclut pas de procéder à des acquisitions stratégiques pour développer ses activités à l'étranger et / ou pour consolider sa position sur le territoire français.

7 ORGANIGRAMME

7.1 Actionnaire de contrôle de Weborama

Weborama est une filiale de Startup Avenue, incubateur privé fondé en 1998, spécialisé dans la haute technologie. Startup Avenue possède des participations dans plusieurs sociétés non cotées : Backup Avenue, Mediavista, Majority Report. L'actionnariat de Startup Avenue est principalement constitué de personnes physiques. Alain Levy et Daniel Sfez en sont les deux principaux actionnaires. Ils détiennent conjointement la majorité simple au sein du capital de Startup Avenue.

7.2 Filiales et participations de Weborama

Weborama détient à 100% une filiale espagnole, Weborama Iberica, dont la vocation est de promouvoir et de proposer l'ensemble des offres de Weborama en Espagne et au Portugal, en direct ou via des partenaires.

Weborama Iberica bénéficie de l'ensemble des technologies de Weborama. Les logiciels ont notamment été traduits en espagnol, afin de faciliter leur commercialisation. L'activité commerciale a réellement commencé en 2005 avec le recrutement d'un représentant local. Aujourd'hui, Weborama Iberica compte trois collaborateurs, dont un stagiaire, et a déjà signé des contrats avec 15 entreprises espagnoles parmi lesquelles Sage, Vueling, Warner Music, ou encore EMI. L'équipe locale est sous l'autorité directe de Weborama.

Au titre de l'exercice 2005, les principaux agrégats comptables sont les suivants :

- Fonds propres : 8.676,36 €
- Capital : 3.120 €
- Total Bilan : 47.442,61 €
- Résultat d'exploitation : 7.937,6 €
- Résultat net : 5.556,36 €

Weborama détient en outre une participation dans la société C-Marketing, à hauteur de 10% du capital social de celle-ci. C-Marketing est une régie publicitaire sur Internet indépendante. Installée au sein des locaux de Weborama, son rôle consiste à commercialiser les espaces publicitaires de réseaux de sites sur Internet (Tele2, Estat, Ulimit, etc), parmi lesquels les sites du réseau de Weborama. C-Marketing utilise les outils d'advertising et de profiling de Weborama afin de diffuser sur ces réseaux. C-Marketing travaille avec les plus grandes agences media du marché (Carat, Zenith Optimedia, Media Contact, OMD, etc.). Celles-ci ont référencé l'offre commune de Weborama et de C-Marketing au sein de leurs plan media Internet.

Au titre de son exercice 2004-2005, C-Marketing a versé à Weborama un dividende de 21.340 €. Au titre de son exercice 2004/2005, les principaux agrégats comptables ont été les suivants :

- Fonds propres : 223.770 €
- Capital : 8.800 €
- Total Bilan : 2.073.914 €
- Chiffre d'affaires : 3.109.704 €
- Marge brute : 833.312 €
- Résultat d'exploitation : 312.714 €
- Résultat net : 214.066 €
- Dettes financières : 0 €

8 PROPRIETES IMMOBILIERES ET EQUIPEMENTS

8.1 Description des immobilisations corporelles

Weborama ne détient aucun immeuble en pleine propriété. Les bureaux de la Société sont installés dans un immeuble sis au 15 rue Clavel à Paris (75019) et loués par un bail commercial qui court depuis le 12 janvier 2006 pour une durée de neuf ans. Le loyer annuel hors charges s'élève à 15.000 €, révisable annuellement en fonction des variations de l'indice de base INSEE à la construction, et tous les trois ans en fonction des textes applicables. Il n'existe aucun lien entre le bailleur d'une part, et la Société ou ses dirigeants et administrateurs d'autre part.

Les immobilisations corporelles de la Société ont une valeur nette comptable de 42.275 € au bilan clos le 31 décembre 2005, comprenant :

- des installations générales, agencements et aménagements des constructions pour 19.386 € ;
- du matériel de bureau et informatique, mobilier pour 22.889 €.

Weborama dispose actuellement de baies comprenant un total de 28 serveurs (IBM Xseries, Dell PowerEdge 1550, 1650, 1850, 2650) dont un serveur de secours. L'ensemble des équipements réseau sont redondés et hébergés dans le datacenter de Telecity / Redbus à Aubervilliers. Le frontal de l'architecture de collecte des données et de diffusion de la publicité se fait sur un « cluster Linux » dont la charge est distribuée sur neuf nœuds. Les serveurs de calcul traitent les données en temps réel afin d'alimenter les bases de données de Weborama (Wousdat notamment).

Les serveurs et la connectivité de l'architecture hébergée sont surveillés 24h / 24 par un système de remontées d'alerte capable d'envoyer des SMS aux personnes compétentes pour régler les problèmes. Ces SMS sont envoyés directement via un modem GSM et parviennent à leurs destinataires même en cas de coupure complète de connectivité.

8.2 Questions environnementales

Néant.

9 EXAMEN DU RESULTAT ET DE LA SITUATION FINANCIERE

A la connaissance de la Société, il n'existe pas de facteur de nature gouvernementale, économique, budgétaire, monétaire ou politique ayant influé sensiblement ou pouvant influencer sensiblement, de manière directe ou indirecte, sur les opérations de la Société.

9.1 Chiffres comparés sur les trois derniers exercices

En K€	31/12/2005	31/12/2004	31/12/2003
Chiffre d'affaires net	2.567,1	1.822,4	1.385,1
<i>Croissance</i>	+ 40,9%	+ 31,6%	
Résultat d'exploitation	1.008,6	767,9	345,2
<i>En % du CA</i>	39,3%	42,1%	24,9%
Résultat financier	48,2	0,5	0,0
Résultat courant avant impôt	1.056,9	768,2	345,2
Résultat net de l'exercice	798,6	709,7	307,3
<i>En % du CA</i>	31,1%	38,9%	22,2%

Source : comptes sociaux audités de la Société

9.2 Evolution des résultats entre les exercices 2003 et 2004

La croissance du chiffre d'affaires de 31,6% provient essentiellement du développement de l'activité publicitaire de Weborama avec d'une part l'augmentation du volume de visites sur le réseau de sites et d'autre part l'exploitation commerciale des technologies de diffusion publicitaire ciblées (Aimfar et Wousdat) auprès de la régie publicitaire C-Marketing (Télé2, Alapage, etc.).

La maîtrise des charges d'exploitation permet une augmentation du résultat d'exploitation de 122,5%. La marge d'exploitation, calculée comme le rapport du résultat d'exploitation par le chiffre d'affaires net, croît ainsi de 24,9% en 2003 à 42,1% en 2004.

La charge d'impôt sur les sociétés passe de 0 K€ en 2003 à 57,6 K€ en 2004 du fait de reports déficitaires antérieurs. La hausse du résultat net de 130,9% est néanmoins légèrement supérieure à celle du résultat d'exploitation, en raison de l'impact d'un résultat exceptionnel de - 37,9 K€ en 2003 contre - 1,0 K€ en 2004.

9.3 Evolution des résultats entre les exercices 2004 et 2005

La croissance du chiffre d'affaires de 40,9% provient du développement de l'activité publicitaire (+ 15% du volume de visites sur le réseau Weborama et + 100% sur les outils d'adserving ciblés) ainsi que de l'acquisition de nouveaux clients grand comptes (Veolia Water, Cetelem, etc.) avec des offres de mesure d'audience et de performance (+ 53%).

Les charges d'exploitation affichent une hausse de 45,7% qui témoigne en premier lieu de la politique de recrutement mise en place par la Société au cours de l'exercice 2005 (notamment par le recrutement de deux seniors pour le marketing et la gestion des projets de développement) et de la volonté de la Société d'investir de manière plus importante en matière de communication vers ses cibles marketing. La marge d'exploitation passe ainsi de 42,1% en 2004 à 39,3% en 2005.

La charge d'impôt sur les sociétés passant de 57,6 K€ en 2004 à 250,2 K€ en 2005 du fait de la fin de l'absorption des reports déficitaires antérieurs. Le résultat net augmente de 12,5% à 798,6 K€.

10 TRESORERIE ET CAPITAUX

10.1 Chiffres comparés relatifs aux trois derniers exercices

En K€	31/12/2005	31/12/2004	31/12/2003
Capitaux propres	1.723,2	1.390,6	680,9
Endettement financier	44,6	80,8	57,1
Valeurs mobilières de placement et disponibilités	833,3	489,6	175,4
Flux de trésorerie liée à l'exploitation	1.151,7	695,3	294,8
Trésorerie liée aux opérations d'investissement	- 305,8	- 404,9	- 68,1
Trésorerie résultant des opérations de financement	- 500,2	22,7	- 16,6
Variation de trésorerie	345,6	313,1	210,1

10.2 Conditions d'emprunt et structure de financement

Les flux de trésorerie d'exploitation ont permis à la Société d'assurer la majeure partie du financement de ses activités et de recourir de manière très limitée à l'emprunt. En outre, l'endettement financier est relativement stable sur les trois derniers exercices.

On peut néanmoins noter l'existence d'un contrat de prêt d'un montant de 50.000 € consenti par BNP Paribas en 2004 d'une durée de 36 mois en vue de financer l'acquisition d'une participation de 10% dans la SARL C-Marketing. Ce prêt à taux fixe de 4,15% présentait un solde de 30 K€ au 31 décembre 2005. Ce prêt est garanti par (i) un nantissement de 1er rang sur le fonds de commerce de vente de services associés aux technologies de l'Internet, de l'extranet et de l'informatique en général de Weborama ; (ii) un nantissement de 1er rang des parts sociales de C-Marketing détenues par Weborama.

En outre, la Société a obtenu la cote de crédit 3++ au fichier bancaire des entreprises (FIBEN), ce qui correspond au meilleur niveau d'appréciation par la Banque de France de la capacité d'une entreprise à honorer ses engagements financiers. Cette cote de crédit est appréciée notamment au travers de la capacité bénéficiaire et de la solvabilité.

10.3 Sources de financement attendues pour les investissements futurs

Le projet d'introduction en bourse de Weborama a pour but principal de lever les fonds nécessaires au financement des projets d'investissements de croissance interne et externe. Dans la mesure du possible, Weborama fera également appel à de la dette bancaire en complément de ses fonds propres afin de financer ses développements, en particulier dans l'éventualité d'une croissance externe.

11 RECHERCHE ET DEVELOPPEMENT, BREVETS, LICENCES

Weborama maintient depuis sa création une activité intense de recherche et développement. Le goût pour l'innovation est une des caractéristiques principales de la Société fondée en 1998 par deux docteurs en physique et un ingénieur en informatique. La Société compte actuellement dans son équipe quatre docteurs dont deux issus de l'Ecole normale supérieure et de nombreux ingénieurs.

Weborama a obtenu le statut d'entreprise innovante accordée par l'ANVAR ; elle a été la première société en Ile-de-France à bénéficier du soutien de l'ANVAR par émission de bons de souscription d'actions. La politique de recherche de la Société s'est concrétisée par la sortie de nombreux produits et le dépôt de quatre brevets dont trois en cours d'approbation et un qui a d'ores et déjà été accepté par l'INPI. Ces brevets sont tous en cours de dépôt à l'international.

Au cœur de l'Internet depuis 1998, Weborama récolte et analyse, 7j / 7 et 24h / 24, de très importantes quantités de données (plusieurs milliers d'insertions en base de données à la seconde). Ces données sont analysées, traitées, enrichies puis mises à disposition des clients pour la plupart en temps réel, et pour certaines en J+1. La base de profils anonymes développée par la Société comprend 22 millions de profils. Chaque profil dont la présence de l'internaute a été détectée sur l'un des sites du réseau est recalculé chaque soir. Weborama a démontré son excellente capacité d'anticipation en effectuant des choix technologiques qui se sont révélés payants à long terme. Quelques exemples :

- Dès 1998, Weborama a retenu des solutions « open source LAMP » qui sont aujourd'hui le standard incontesté du marché.
- En 2000/2001, Weborama développait des techniques de profiling innovantes qui permettent aujourd'hui de proposer aux annonceurs les offres de diffusion ciblée les plus efficaces du marché.
- Dès 2000, le choix de « javascript » comme langage de développement de son logiciel de mesure propriétaire (gestion de fichiers distants) a permis à la Société d'anticiper l'évolution d'Internet, l'avènement du Web 2.0 et l'évolution de la publicité en ligne.
- En 2004, les équipes de Weborama anticipaient l'apparition des « pop-up killers » en développant de nouveaux formats publicitaires comme le Slide-in™.

Les équipes de recherche de Weborama ont pour objectif permanent de proposer des solutions souples et évolutives qui répondent rapidement et simplement à des problématiques nouvelles. L'anticipation, la réactivité et la vitesse de mise en production sont des points essentiels qui font la force de Weborama. Sur le profiling comportemental, Weborama a collaboré avec des sociologues de l'Université d'Evry, un chercheur en mathématiques de l'Université Paris XI et le laboratoire de physique théorique et mathématique de l'Université Paris VII.

Parmi les principaux challenges et les principales questions sur lesquelles l'équipe R&D de Weborama effectue un travail quasi permanent, on trouve notamment :

- architecture et capacité de croissance relatives à la collecte et au traitement de volumes importants de données ;
- traitement en temps réel du ciblage ou du tracking anonyme d'un internaute ;
- définition du comportement d'un internaute ;
- évolutions futures des besoins des annonceurs ;
- analyse des méthodologies d'avenir utilisées dans la mesure d'audience, la pige publicitaire, le mediaplanning ;
- modes de convergence entre la télévision et Internet ;
- adaptation des outils de Weborama à la mesure de la télévision numérique ;
- développement et optimisation d'outils à destination des annonceurs afin de piloter et d'arbitrer en temps réel l'intégralité de leur communication en ligne.

Dans le cadre de ces axes de recherche Weborama a déposé quatre brevets :

1. « Procédé et système d'élaboration d'une population représentative d'un ensemble d'utilisateurs d'un réseau de communication ». Ce brevet offre la possibilité de définir avec précision le profil statistique des visiteurs anonymes d'un site. Brevet n°0404271.

2. « Procédé de détermination du profil d'un utilisateur d'un réseau de communication ». Ce brevet permet de déterminer le profil socio-démographique et les centres d'intérêts d'internautes anonymes par comparaison avec un panel de profil statistique. Brevet accepté n°0402476.
3. « Procédé et système exploitant le codage de cookie afin de répartir des informations relatives à des internautes ». Ce brevet permet de récupérer en quelques millisecondes le profil d'un internaute parmi une population potentiellement composée de plusieurs centaines de millions d'individus. C'est un algorithme d'optimisation des temps de traitement, par répartition de l'information. Brevet n°0409916.
4. « Procédé d'analyse d'une page Web ». Ce brevet définit une nouvelle méthodologie d'analyse des contenus numérique d'une page Web. Plus spécifiquement, cette méthodologie s'applique dans le domaine de la pige publicitaire sur Internet. Brevet n°0603037.

Par ailleurs, Weborama a développé des technologies de pointes dans les domaines suivants :

- thématization automatique d'un ensemble de mots-clés ;
- optimisation des taux de clic par l'adaptation du ciblage ;
- suivi en temps réel des campagnes ;
- tracking des liens sponsorisés et des requêtes effectuées par les internautes ;
- qualification de l'audience des sites ;
- couplage entre les mesures d'audiences site et user centric ;
- tracking en dehors du domicile des membres d'un panel ;
- adaptation d'un contenu en fonction du profil des internautes.

Au cœur des problématiques de mesure d'audience, de performance et de ciblage publicitaire sur Internet depuis sa création, Weborama étudie aujourd'hui les moyens de porter l'intégralité de ses technologies vers ce que sera le futur « poste de télévision numérique connecté ». Développer les technologies pour cibler, diffuser et mesurer la publicité audiovisuelle de demain est un enjeu majeur pour les équipes de recherche de Weborama.

Weborama a consacré les sommes suivantes aux activités de recherche et développement :

- exercice 2003 : 34.487 €
- exercice 2004 : 178.696 €
- exercice 2005 : 207.452 €

Weborama a reçu le label « société innovante » par l'ANVAR le 15 mai 2001, ce qui la qualifie pour les Fonds communs de placement dans l'innovation (FCPI).

Enfin, Weborama utilise les marques déposées suivantes : Weborama, Wousdat, Weboscope, WRReport, Wokable, Profile Service Provider (PSP), Trophée des Webmestres, Slide-in.

12 TENDANCES

12.1 Tendances constatées sur l'exercice 2006

Depuis le 1er janvier 2006, la croissance reste bien orientée. Le premier trimestre est soutenu par le lancement en décembre 2005 de WReport, le nouvel outil de mesure d'audience qui a permis de signer de nouveaux clients.

Le premier trimestre a également vu le lancement d'AdPerf, un nouvel adserver qui a déjà séduit de grands annonceurs tels que Cetelem ou Audi.

12.2 Tendances anticipées sur l'exercice en cours

A la connaissance de Weborama, il n'existe ni tendance connue ni engagement raisonnablement susceptibles d'influer négativement sur les perspectives de la Société.

La croissance anticipée du chiffre d'affaires reste bien orientée, conformément aux évolutions du marché décrites au chapitre 6 du présent document de base.

13 PREVISIONS OU ESTIMATIONS DU BENEFICE

Weborama n'entend pas communiquer de prévisions ou estimations de bénéfice, en l'absence d'obligations, conformément aux termes de la directive « Prospectus » du 3 novembre 2003 et du règlement européen 809/2004 du 29 avril 2004 pris en application de cette directive et applicable au 1er juillet 2005.

14 ORGANES D'ADMINISTRATION ET DIRECTION GENERALE

14.1 Informations générales relatives aux dirigeants et administrateurs

Nom	Fonction dans la Société
Alain Levy	Administrateur et Président du Conseil d'administration Directeur Général délégué
Rodolphe Rodrigues	Directeur Général et administrateur
François Chassaing	Administrateur
Sunny Paris	Administrateur
Startup Avenue, représenté par Daniel Sfez	Administrateur
François Mariet	Administrateur

Les mandats des administrateurs et dirigeants sur les cinq dernières années, autres que ceux qu'ils détiennent ou ont détenu dans Weborama, sont présentés ci-dessous :

Alain Levy :

- Président du Conseil d'administration de Startup Avenue
SAS - 428 251 136 RCS Paris
- Président du Conseil de surveillance de Backup Avenue
SA - 433 905 320 RCS Paris
- Associé-Gérant de Molain 2
SC - 441 266 772 RCS Paris (Société civile patrimoniale)
- Gérant de Le Désert
SC - 442 186 508 RCS Paris (Société civile patrimoniale)
- Membre du « board » de Onspot Media, aux Etats-Unis

Startup Avenue :

- Directeur Général de Mediavista (représenté par Alain Levy)
SAS - 449 780 444 R.C.S. Paris
Démission le 21 novembre 2005

A la date d'enregistrement du présent document de base et à la connaissance de la Société, aucun dirigeant ni administrateur de la Société, au cours des cinq dernières années :

- n'a fait l'objet d'une condamnation pour fraude, d'une incrimination ou d'une sanction publique officielle prononcée contre lui par les autorités statutaires ou réglementaires ;
- n'a été associé à une faillite, mise sous séquestre ou liquidation en tant que dirigeant ou mandataire social ;
- n'a été empêché d'agir en qualité de membre d'un organe d'administration, de direction ou de surveillance ou de participer à la gestion d'un émetteur.

L'adresse professionnelle des administrateurs et dirigeants est celle de la Société.

Aucun lien familial n'existe entre les administrateurs et dirigeants de Weborama.

Résumé des parcours

Alain Levy (42 ans), Président du Conseil d'administration et Directeur Général délégué de Weborama. Diplômé de l'Ecole nationale des Ponts et Chaussées, Alain Levy est également titulaire d'un *master of science* du MIT (87'). Après une expérience dans le commerce international et une première création d'entreprise, il s'associe en 1999 avec son ami d'enfance, Daniel Sfez, pour co-fonder Startup Avenue, incubateur privé spécialisé dans le B2B. L'un des premiers investissements de Startup Avenue est réalisé au sein de Weborama, en juin 2000. Depuis lors, Startup Avenue a lancé plusieurs autres sociétés parmi lesquelles Backup Avenue, Mediavista, Majority Report. Alain Levy a piloté de 2000 à 2003 l'activité de conseil de Startup Avenue. Il a accompagné des grands groupes dans leur mutation stratégique vers les media numériques. De 2003 à 2005, Alain Levy a dirigé Mediavista, régie publicitaire digitale.

Rodolphe Rodrigues (38 ans), Directeur Général, administrateur et co-fondateur de Weborama. Après l'obtention en 1993 d'un DEA de physique-chimie moléculaire, Rodolphe Rodrigues mène une thèse doctorale au Laboratoire de Physique Moléculaire et Applications de Paris XI. Il est expert des approches statistiques et mathématiques. En 1997, il développe le projet Weborama et fonde la Société en mai 1998 avec ses associés et amis Sunny Paris et François Chassaing. Une formation scientifique de pointe et dix années d'expérience d'Internet font de Rodolphe Rodrigues l'un des spécialistes les plus reconnus en matière de e-marketing et de profiling online. Au delà de son rôle de Directeur Général fondateur, Rodolphe Rodrigues accompagne et conseille les clients grands comptes de Weborama dans leur investissements publicitaires en ligne.

Sunny Paris (35 ans), directeur recherche et développement, administrateur et co-fondateur de Weborama. Titulaire d'un Doctorat de physique théorique de l'Ecole normale supérieure et passionné de jeux de stratégie, Sunny Paris lance en 1997 le premier serveur français de jeux de rôles en ligne. Il rejoint ensuite C : (Groupe Canal +) pour les expérimentations d'Internet à haut débit par satellite. Spécialiste en modélisation, il met en place pour Weborama de nouvelles méthodologies de mesure d'audience et de profiling comportemental adaptées à Internet. A cette occasion, Sunny Paris a déposé quatre brevets dans ce domaine pour le compte de Weborama. Sunny Paris est également membre du conseil scientifique de l'IREP (Institut de recherche et d'études publicitaires).

François Chassaing (37 ans), directeur technique, administrateur et co-fondateur de Weborama. François Chassaing a commencé sa carrière avec les débuts des réseaux locaux d'entreprise. Après avoir acquis une forte expérience dans de nombreux domaines de l'informatique (matériels, logiciels, bases de données, réseaux et télécoms), il a été rompu aux divers aspects des architectures techniques en haute disponibilité, notamment dans ses premières applications à l'informatique d'entreprise au sein du groupe Xerox. Il est un également un prescripteur Linux de la première heure. Il a fondé Weborama en 1998, a monté son infrastructure technique et dirige aujourd'hui l'équipe en charge de celle-ci. Il a mis en place à cet effet de nombreuses solutions innovantes, qui permettent à Weborama d'assurer la qualité et la continuité de ses services.

François Mariet (59 ans), directeur associé (activités de conseil) et administrateur de Weborama. Normalien, Sciences-Po, boursier Fulbright Northwestern University (Medill School of Journalism), François Mariet a fondé et présidé Euro RSCG Multimedia Worldwide en janvier 1995 avant de prendre en charge la recherche media de Publicis. Il rejoint Startup Avenue en tant qu'associé du pôle Nouveaux Media en 2000. Membre du Comité scientifique du CESP, Président du Conseil scientifique de l'IREP, François Mariet est également Professeur à l'Université de Paris Dauphine (économie et gestion des media). Il a publié *La télévision américaine. Media, marketing et publicité* (Editions Economica), et *Laissez-les regarder la télé* (éditions Calman-Levy).

Daniel Sfez (41 ans), Directeur Général de Startup Avenue et représentant de Startup Avenue au Conseil d'administration. Diplômé des Hautes Etudes Commerciales (HEC 86) et d'une MSTCF de l'Université de Paris IX Dauphine (85), Daniel Sfez rejoint en 1986 la banque d'investissement de la Société Générale pour y fonder l'activité « dérivés de taux d'intérêts ». A compter de 1995, il devient directeur mondial des marchés obligataires et dérivés, encadrant plus de 400 opérateurs front-office dans 12 pays, y compris des équipes de R&D, après avoir fondé plusieurs filiales à l'étranger (Allemagne, UK, US, Espagne, Japon). En 1999, il s'associe avec Alain Levy pour co-fonder Startup Avenue.

14.2 Conflits d'intérêts au niveau des organes d'administration et de direction générale

A la connaissance de la Société et à la date d'enregistrement du présent document de base, il n'existe aucun conflit d'intérêt potentiel entre les devoirs, à l'égard de Weborama, des dirigeants ou administrateurs de la Société et leurs intérêts privés.

A la connaissance de la Société, aucun arrangement ou accord n'a été conclu avec les principaux actionnaires, fournisseurs, clients ou autres, en vertu duquel l'un des administrateurs aurait été sélectionné en tant que membre du Conseil d'administration ou de la Direction Générale.

Cf. également le chapitre 19 « Opérations avec des apparentés »

15 REMUNERATIONS ET AVANTAGES

15.1 Rémunérations des administrateurs et dirigeants

	Rémunérations perçues* en 2004	Rémunérations perçues* en 2005
Alain Levy	0 €	0 €
Rodolphe Rodrigues	58.240 €	67.196 €
François Chassaing	58.594 €	65.276 €
Sunny Paris	57.598 €	76.133 €
Startup Avenue	0 €	0 €
François Mariet	0 €	0 €

* Salaires bruts

Les administrateurs et dirigeants de Weborama n'ont reçu ni jeton de présence, ni aucune autre rémunération que celles mentionnées dans le tableau ci-dessus, y compris sous forme d'avantages en nature de la part de la Société ou de ses filiales.

Au titre des exercices 2004 et 2005, ces personnes n'ont pas perçu de partie variable dans le cadre de leur rémunération hormis le plan d'intéressement légal attribué à tous les salariés.

La rémunération annuelle de M. Levy au titre de ses fonctions de Directeur Général délégué de Weborama sera de 67.200 €.

Il existe une prime de départ pour MM. Chassaing et Paris au titre de leurs contrats de travail et pour M. Rodrigues au titre de son contrat de mandat de Directeur Général. Voici les modalités de calcul des primes de départ :

Pour Sunny Paris et François Chassaing

L'indemnité sera d'un montant maximum de 18 mois de salaire et sera réduite d'un mois pour chaque mois travaillé dans la société à compter du 13 octobre 2005. A compter du 16ème mois travaillé, cette indemnité spéciale conventionnelle de rupture sera invariante et égale à 3 mois de salaire. Par « salaire », on entend le salaire brut moyen des 12 mois précédant la notification de licenciement en incluant les primes et bonus dus au salarié au cours de cette période de référence.

Pour Rodolphe Rodrigues

Si la révocation intervient au cours des douze mois d'exercice du mandat de Directeur Général à compter du 13 octobre 2005. Cette indemnité sera égale à 12 mois de rémunération. A compter du 13ème mois d'exercice du mandat de Directeur Général, l'indemnité de révocation sera d'un montant brut fixe égal à 6 mois de rémunération du Directeur Général. Au titre de chaque année d'ancienneté d'exercice du mandat de Directeur Général, l'indemnité de révocation sera majorée d'un mois de rémunération. Par « rémunération », on entend la rémunération brute moyenne des 12 mois précédant la révocation en incluant les primes et bonus dus au Directeur Général au cours de cette période de référence.

15.2 Sommes provisionnées aux fins de versement de pensions, retraites et autres avantages au profit des administrateurs et dirigeants

	Provision pour congés payés	Provision pour charges sociales
Rodolphe Rodrigues	8.272 €	3.309 €
François Chassaing	14.062 €	5.625 €
Sunny Paris	5.190 €	2.076 €

Aucune autre provision que celles mentionnées dans le tableau ci-dessus n'a été constituée aux fins de versement de pensions, retraites et autres avantages au profit des administrateurs et dirigeants de Weborama.

16 FONCTIONNEMENT DES ORGANES D'ADMINISTRATION ET DE DIRECTION

16.1 Mandats des administrateurs et dirigeants

Nom	Fonction	Date de nomination du mandat en cours	Date d'échéance du mandat en cours
Alain Levy	Administrateur et Président du Conseil d'administration	13/10/2005	AGO appelée à statuer sur les comptes 2010
	Directeur Général délégué	26/05/2006	AGO appelée à statuer sur les comptes 2010
Rodolphe Rodrigues	Directeur Général	13/10/2005	AGO appelée à statuer sur les comptes 2010
	Administrateur	10/04/2006	AGO appelée à statuer sur les comptes 2011
François Chassaing	Administrateur	02/11/2005	AGO appelée à statuer sur les comptes 2010
Sunny Paris	Administrateur	02/11/2005	AGO appelée à statuer sur les comptes 2010
Startup Avenue, représenté par Daniel Sféz	Administrateur	10/04/2006	AGO appelée à statuer sur les comptes 2011
François Mariet	Administrateur	13/10/2005	AGO appelée à statuer sur les comptes 2010

16.2 Contrats entre les administrateurs ou les dirigeants et la Société

Il n'existe aucun contrat de service conclu entre la Société et l'un de ses administrateurs ou dirigeants à la date du présent document de base en dehors des contrats de travail conclus entre la Société et MM. Chassaing et Paris, du contrat de mandat de Direction Générale conclu entre la Société et M. Rodrigues et de la convention de prestation de services conclue entre Weborama et Startup Avenue (cf. chapitre 19 du présent document de base).

Les contrats passés avec MM. Chassaing, Paris et Rodrigues incluent une part de rémunération variable. Les modalités de calcul de ces rémunérations seront déterminées lors d'un Conseil d'administration, et ce avant le 30 juin 2006.

16.3 Comités d'audit et de rémunération

Néant.

16.4 Gouvernement d'entreprise

A ce jour, la Société ne se conforme pas au régime de gouvernement d'entreprise en vigueur : elle estime qu'à son stade de développement et compte tenu de sa taille encore limitée, de telles mesures ne sont pas nécessaires. Elle envisage néanmoins d'en mettre en place en fonction de son évolution à moyen terme.

16.5 Information relative aux conditions de préparation et d'organisation des travaux du Conseil d'administration et aux procédures de contrôle interne

16.5.1 Préparation et organisation des travaux du Conseil

a/ Composition du Conseil

La Société est dirigée par un Conseil d'administration qui est composé de six membres à ce jour.

Le Conseil d'administration de la Société a opté pour la séparation des fonctions de Président du Conseil d'administration et de Directeur Général.

Au 31 mai 2006, il comprend les membres suivants :

Nom	Fonction	Date de nomination du mandat en cours	Date d'échéance du mandat en cours
Alain Levy	Administrateur et Président du Conseil d'administration	13/10/2005	AGO appelée à statuer sur les comptes 2010
	Directeur Général délégué	26/05/2006	AGO appelée à statuer sur les comptes 2010
Rodolphe Rodrigues	Directeur Général	13/10/2005	AGO appelée à statuer sur les comptes 2010
	Administrateur	10/04/2006	AGO appelée à statuer sur les comptes 2011
François Chassaing	Administrateur	02/11/2005	AGO appelée à statuer sur les comptes 2010
Sunny Paris	Administrateur	02/11/2005	AGO appelée à statuer sur les comptes 2010
Startup Avenue, représenté par Daniel Sfez	Administrateur	10/04/2006	AGO appelée à statuer sur les comptes 2011
François Mariet	Administrateur	13/10/2005	AGO appelée à statuer sur les comptes 2010

A la suite de l'acquisition par Startup Avenue, le 13 octobre 2005, de la totalité des actions composant le capital de la Société, la composition du Conseil d'administration a été modifiée substantiellement :

- M. Rodolphe Rodrigues a démissionné de ses fonctions de Président du Conseil d'administration le 13 octobre 2005 et a été remplacé par M. Alain Levy ;
- M. François Chassaing a démissionné de ses fonctions de Directeur Général le 13 octobre 2005 et a été remplacé par M. Rodolphe Rodrigues ; il a également démissionné de ses fonctions d'administrateur le même jour et a été remplacé, par décision de l'actionnaire unique du 13 octobre 2005, par M. François Mariet ;
- M. Sunny Paris a démissionné de ses fonctions d'administrateur le 13 octobre 2005 et a été remplacé le même jour, par décision de l'actionnaire unique, par M. Alain Levy ;

- M. Sunny Paris et M. François Chassaing ont été nommés administrateurs par décision de l'actionnaire unique du 2 novembre 2005 ;
- les mandats d'administrateurs de Startup Avenue et de M. Rodolphe Rodrigues, qui venaient à expiration en 2006, ont été renouvelés lors de l'Assemblée générale annuelle du 10 avril 2006.

b/ Organisation des travaux du Conseil

Le Président organise les travaux du Conseil dont le fonctionnement n'est pas régi par un règlement intérieur.

Le Conseil se réunit aussi souvent que l'intérêt de la Société l'exige.

c/ Convocations au Conseil, fréquence des réunions et participation

Au cours de l'exercice écoulé, notre Conseil s'est réuni 6 fois.

Chacun des Conseils d'administration a été valablement convoqué et s'est tenu dans les conditions de quorum exigées par la loi.

Conformément à l'article L. 225-238 du Code de commerce, les Commissaires aux comptes sont convoqués à toutes les séances du Conseil d'administration qui examinent ou arrêtent les comptes annuels ou intermédiaires.

Le taux de participation s'est élevé à 100 %, à l'exception du Conseil d'administration du 13 octobre 2005, où le taux de participation a été de 75%.

d/ Information des administrateurs

Tous les documents, dossiers techniques et informations nécessaires à la mission des administrateurs ont été mis à leur disposition préalablement à chacune des réunions et le Président ou le Directeur Général selon le cas leur a apporté les éclaircissements demandés au cours desdites réunions.

e/ Tenue des réunions et décisions adoptées

Les réunions du Conseil se sont déroulées au siège social, 15 rue Clavel - 75019 Paris, et ont été présidées par le Président du Conseil d'administration.

Au cours de l'exercice écoulé, le Conseil a pris les décisions suivantes :

- Réunion du 12 mai 2005 : arrêté des comptes 2004 et convocation de l'Assemblée générale annuelle ;
- Réunion du 16 juin 2005 : création d'une filiale en Espagne, Weborama Iberica ;
- Réunion du 13 octobre 2005 : remplacement du Directeur Général et du Président du Conseil d'administration, autorisation du nantissement d'actions Weborama par un actionnaire, autorisation de signer le contrat de direction générale, convocation de l'actionnaire unique en vue de la nomination de deux nouveaux administrateurs ;
- Réunion du 2 décembre 2005 : constatation de la réalisation d'une augmentation de capital à la suite de la souscription de BCE et modification corrélative des statuts ;
- Réunion du 5 décembre 2005 : proposition d'émission de BCE et convocation de l'actionnaire unique ;
- Réunion du 19 décembre 2005 : émission de 54.350 BCE, sur délégation de l'actionnaire unique en date du 7 décembre 2005.

A l'issue de chaque réunion, un procès-verbal est établi par le secrétaire nommé par le Conseil puis arrêté par le Président. Les procès-verbaux sont retranscrits dans le registre des procès-verbaux après signature du Président et d'un administrateur.

16.5.2 Procédures de contrôle interne

Les procédures de contrôle interne mises en place par notre société ont pour but de s'assurer de la fiabilité des comptes et de la gestion financière, et de la maîtrise des risques inhérents à l'activité de la Société. L'organisation du contrôle interne s'articule de la façon suivante :

a/ Description synthétique du système comptable

Les principaux éléments ci-après précisent l'organisation dans laquelle s'inscrit l'élaboration de l'information financière et comptable destinée aux actionnaires.

La production des informations comptables et financières de la Société est sous la responsabilité du cabinet comptable Pluriel Conseils. La gestion de la trésorerie de la Société est assurée et suivie par le Directeur Général.

Le système informatique de gestion comptable est un progiciel du marché.

L'organisation des contrôles, outre l'intervention des Commissaires aux comptes sur les comptes annuels, combine le contrôle hiérarchique sur les opérations, les investigations du service en charge de la comptabilité.

b/ Description synthétique des procédures de contrôle interne

Compte tenu de la réglementation particulière applicable à ses activités, le respect de la législation et de la réglementation en vigueur par la Société est régulièrement contrôlé par le cabinet d'expertise comptable BKR Sefitec.

Les rapports de contrôle font l'objet d'une information du Conseil d'administration.

D'une façon générale, les procédures de contrôle interne reposent essentiellement sur le contrôle des opérations par la hiérarchie, avec appui le cas échéant sur des procédures codifiées et sur les processus de reporting mis en place.

16.5.3 Limitation des pouvoirs du Directeur Général

Enfin, il est précisé que le Conseil d'administration n'a pas apporté de limitations particulières aux pouvoirs du Directeur Général.

16.6 Rapport sur le contrôle interne – exercice clos au 31 décembre 2005

La loi pour la confiance et la modernisation de l'économie n°2005-842 du 26 juillet 2005 a supprimé l'obligation pour la Société d'établir un rapport sur le contrôle interne au titre de l'exercice clos au 31 décembre 2005.

16.7 Rapport sur le contrôle interne – exercice clos au 31 décembre 2004

Rapport du commissaire aux comptes sur le rapport du Président du Conseil d'administration pour ce qui concerne les procédures de contrôle interne relatives à l'élaboration et au traitement de l'information comptable et financière

Exercice clos le 31 décembre 2004

Mesdames, Messieurs,

En notre qualité de commissaire aux comptes de la société Weborama et en application des dispositions du dernier alinéa de l'article L. 225-235 du Code de Commerce, nous vous présentons notre rapport sur le rapport établi par le Président de votre société conformément aux dispositions de l'article L 225-37 du Code de Commerce au titre de l'exercice clos le 31 décembre 2004.

Sous la responsabilité du Conseil d'administration, il revient à la direction de définir et de mettre en œuvre des procédures de contrôle interne adéquates et efficaces. Il appartient au Président de rendre compte, dans son rapport, notamment des conditions de préparation et d'organisation des travaux du Conseil d'administration et des procédures de contrôle interne mises en place au sein de la société.

Il nous appartient de vous communiquer les observations qu'appellent de notre part les informations données dans le rapport du Président, concernant les procédures de contrôle interne relatives à l'élaboration et au traitement de l'information comptable et financière.

Nous avons effectué nos travaux selon la doctrine professionnelle applicable en France. Celle ci requiert la mise en œuvre de diligences destinées à apprécier la sincérité des informations données dans le rapport du Président, concernant les procédures de contrôle interne relatives à l'élaboration et au traitement de l'information comptable et financière.

Ces diligences consistent notamment à :

- prendre connaissance des objectifs et de l'organisation générale du contrôle interne, ainsi que des procédures de contrôle interne relatives à l'élaboration et au traitement de l'information comptable et financière, présentés dans le rapport du Président,
- prendre connaissance des travaux sous-tendant les informations ainsi données dans le rapport.

Sur la base de ces travaux, nous n'avons pas d'observation à formuler sur les informations données concernant les procédures de contrôle interne de la société relatives à l'élaboration et au traitement de l'information comptable et financière, contenues dans le rapport du Président du Conseil d'administration, établi en application des dispositions du dernier alinéa de l'article L. 225-37 du Code de Commerce.

Fait à Chatou, le 2 juin 2005

BKR Sefitec
Société de Commissaires aux Comptes
Membre de la Compagnie Régionale de Versailles

Frédéric Lafay

16.8 Rapport sur le contrôle interne – exercice clos au 31 décembre 2003

Rapport du commissaire aux comptes sur le rapport du Président du Conseil d'administration pour ce qui concerne les procédures de contrôle interne relatives à l'élaboration et au traitement de l'information comptable et financière

Exercice clos le 31 décembre 2003

Mesdames, Messieurs,

En notre qualité de commissaire aux comptes de la société Weborama et en application des dispositions du dernier alinéa de l'article L. 225-235 du Code de Commerce, nous vous présentons notre rapport sur le rapport établi par le Président de votre société conformément aux dispositions de l'article L 225-37 du Code de Commerce au titre de l'exercice clos le 31 décembre 2003.

Sous la responsabilité du Conseil d'administration, il revient à la direction de définir et de mettre en œuvre des procédures de contrôle interne adéquates et efficaces. Il appartient au Président de rendre

compte, dans son rapport, notamment des conditions de préparation et d'organisation des travaux du Conseil d'administration et des procédures de contrôle interne mises en place au sein de la société. Il nous appartient de vous communiquer les observations qu'appellent de notre part les informations données dans le rapport du Président, concernant les procédures de contrôle interne relatives à l'élaboration et au traitement de l'information comptable et financière.

Nous avons effectué nos travaux selon la doctrine professionnelle applicable en France. Celle ci requiert la mise en œuvre de diligences destinées à apprécier la sincérité des informations données dans le rapport du Président, concernant les procédures de contrôle interne relatives à l'élaboration et au traitement de l'information comptable et financière.

Ces diligences consistent notamment à :

- prendre connaissance des objectifs et de l'organisation générale du contrôle interne, ainsi que des procédures de contrôle interne relatives à l'élaboration et au traitement de l'information comptable et financière, présentés dans le rapport du Président,
- prendre connaissance des travaux sous-tendant les informations ainsi données dans le rapport.

Sur la base de ces travaux, nous n'avons pas d'observation à formuler sur les informations données concernant les procédures de contrôle interne de la société relatives à l'élaboration et au traitement de l'information comptable et financière, contenues dans le rapport du Président du Conseil d'administration, établi en application des dispositions du dernier alinéa de l'article L. 225-37 du Code de Commerce.

Fait à Rueil Malmaison, le 21 mai 2004

BKR Sefitec Eurus France
Société de Commissaires aux Comptes
Membre de la Compagnie Régionale de Versailles

Frédéric Lafay

17 SALARIES

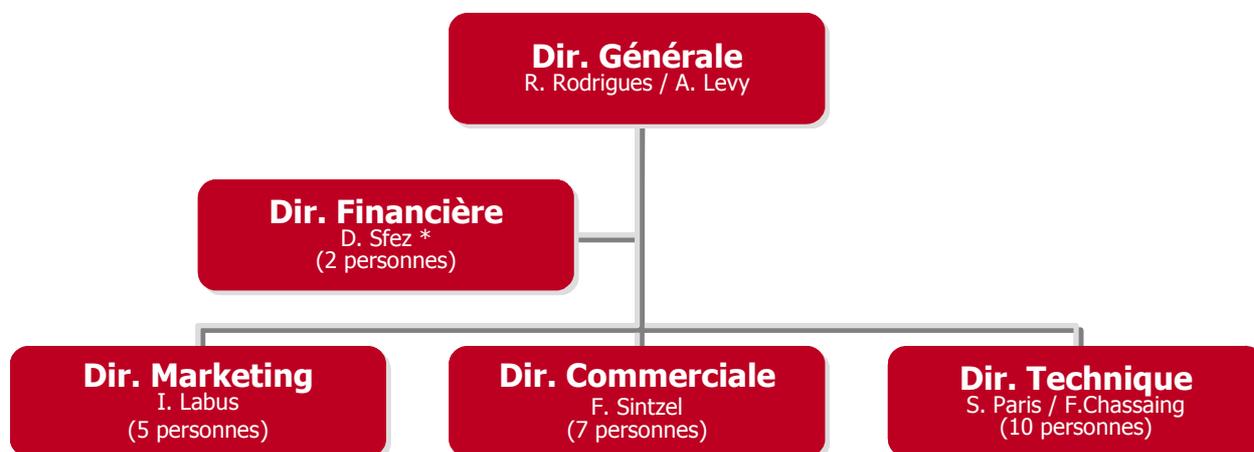
17.1 Description des effectifs et organigramme

Le personnel est réparti en six pôles de compétences :

- Direction générale
- Administratif et financier
- Marketing
- Commercial
- Développement informatique
- Administration réseau

Effectifs au :	30/04/2006	31/12/2005	31/12/2004
Direction générale	2	1	1
Administratif et financier	2	1	1
Marketing	4 (+1)	3	2
Commercial	5 (+2)	3 (+1)	3
Développement informatique	8	8	5
Administration réseau	2	2	1
Total	23 (+3)	18 (+1)	13

(x) : Nombre de salariés dans la filiale Weborama Iberica.



* via la convention signée entre Weborama et Startup Avenue

17.2 Participations et bons de souscription des parts de créateurs d'entreprise (BSPCE) des membres du Conseil d'administration et de la Direction Générale

Nom	Actions détenues au 31 mai 2006	% du capital	BSPCE attribués en décembre 2005	BSPCE attribués en avril 2006	BSA	% du capital dilué
Alain Levy	2	-	0	0	0	-
Rodolphe Rodrigues	15.218	0,70%	10.870	10.870	0	2,33%
François Chassaing	15.218	0,70%	10.870	10.870	0	2,33%
Sunny Paris	15.218	0,70%	10.870	13.044	0	2,50%
Startup Avenue	2.108.774	97,00%	0	0	0	83,75%
François Mariet	2	-	0	0	0	-
Sous-total	2.154.432	99,10%	32.610	34.784	0	90,90%
Salariés	19.568	0,90%	21.740	52.176	0	6,67%
ANVAR	0	0,00%	0	0	30.612	2,43%
Total	2.174.000	100,00%	54.350	86.960	30.612	100,00%

17.3 Participations des salariés

Un accord d'intéressement en date du 30 juin 2003 (couvrant les exercices 2003, 2004 et 2005) a été déposé le 8 juillet 2003. Il a fait l'objet d'un avenant en date du 29 juin 2004, déposé le 2 juillet 2004 modifiant les règles de calcul de l'intéressement en diminuant de façon importante les objectifs permettant le versement de l'intéressement.

Un plan d'épargne d'entreprise en date du 15 décembre 2003 a été conclu et déposé le 17 décembre 2003. Aucun abondement spécifique n'est prévu en dehors de la prise en charge minimale prévue par le Code du travail.

Il existe actuellement deux plans de BSPCE en cours :

- Le plan de BSPCE de décembre 2005 : en application de l'autorisation consentie par l'actionnaire unique en date du 7 décembre 2005, 54.350 BSPCE ont été attribués au bénéfice de 5 personnes par décision du Conseil d'administration du 19 décembre 2005. Ces BSPCE donnent le droit de souscrire 108.700 actions au prix de 4,60 € par action. Ces BSPCE devront être exercés au plus tard dans un délai de 5 ans à compter de leur émission.
- Le plan d'avril 2006 : l'Assemblée générale extraordinaire du 20 février 2006 a autorisé pour une période d'un an le Conseil d'administration à procéder à l'émission et l'attribution de 108.700 BSPCE pouvant donner le droit de souscrire 217.400 actions au prix de 14 € par action. Prenant acte de cette délégation, le Conseil d'administration du 20 avril 2006 a attribué un nombre total de 86 960 BSPCE à certains salariés et mandataires sociaux de la Société. Ces BSPCE devront être exercés au plus tard dans un délai de 5 ans à compter de leur émission.

Nous vous invitons à vous reporter au paragraphe 21.1.6 pour la description des engagements pris entre les bénéficiaires de BSPCE et la société Startup Avenue.

Nom	Actions détenues au 31 mai 2006	% du capital	BSPCE attribués en décembre 2005	BSPCE attribués en avril 2006	BSA	% du capital dilué
Luis Castanho	9.784	0,45%	10.870	10.870	0	2,12%
Fabrice Sintzel	9.784	0,45%	10.870	10.870	0	2,12%
Irène Labus	0	-	0	6.522	0	0,52%
Nicolas Rochelemagne	0	-	0	6.522	0	0,52%
Abelardo Ibanez Camacho	0	-	0	4.348	0	0,35%
Julien Terral	0	-	0	3.261	0	0,26%
Gilles Fouquet	0	-	0	2.174	0	0,17%
Enric Joffrion	0	-	0	2.174	0	0,17%
Pierre-Antoine Sapin	0	-	0	2.174	0	0,17%
Flaure Janiszewski	0	-	0	1.087	0	0,09%
Frédéric Lechauve	0	-	0	1.087	0	0,09%
Erwan Ben Souiden	0	-	0	1.087	0	0,09%
Sous-total	19.568	0,90%	21.740	52.176	0	6,67%
Administrateurs et dirigeants	2.154.432	99,10%	32.610	34.784	0	90,90%
ANVAR	0	0,00%	0	0	30.612	2,43%
Total	2.174.000	100,00%	54.350	86.960	30.612	100,00%

18 PRINCIPAUX ACTIONNAIRES

18.1 Répartition du capital et des droits de vote

A la date d'enregistrement du présent document, la répartition du capital et des droits de vote de Weborama est la suivante :

	Nombre d'actions	% capital	Nombre de droits de vote	% droits de vote
Startup Avenue	2.108.774	97,00	2.108.774	97,00
Rodolphe Rodrigues	15.218	0,70	15.218	0,70
François Chassaing	15.218	0,70	15.218	0,70
Sunny Paris	15.218	0,70	15.218	0,70
Luis Castanho	9.784	0,45	9.784	0,45
Fabrice Sintzel	9.784	0,45	9.784	0,45
Alain Levy	2	0,00	2	0,00
François Mariet	2	0,00	2	0,00
Total	2.174.000	100,00	2.174.000	100,00

18.2 Actionnaires significatifs non représentés au Conseil d'administration

Néant.

18.3 Droits de vote des principaux actionnaires

A ce jour, le principal actionnaire de la Société ne bénéficie pas de droits de vote différents de ceux des autres actionnaires de la Société.

Toutefois, à l'occasion de l'introduction en bourse, il a été décidé d'instaurer un droit de vote double à toutes les actions entièrement libérées pour lesquelles il sera justifié d'une inscription nominative depuis deux ans au moins au nom d'un même actionnaire, soit par succession ab intestat ou testamentaire, soit par partage de communauté de biens entre époux, soit par donation entre vifs reçue d'un conjoint ou d'un parent au degré successible.

A l'issue de l'introduction en bourse, Startup Avenue détiendrait 376.948 actions portant un droit de vote double, les 1.731.826 actions restantes portant un droit de vote simple.

18.4 Pacte d'actionnaires salariés en date du 5 mai 2006

Le 5 mai 2006, la société Startup Avenue d'une part, M. Rodolphe Rodrigues et une partie des salariés de Weborama d'autre part, ont signé un pacte d'actionnaires salariés.

Les principaux éléments de ce pacte sont les suivants :

- droit de préemption de Startup Avenue en cas de cession par l'un des signataires des actions issues de l'exercice des BCE,
- clause limitant le rythme de cession en fonction de la liquidité du marché afin d'en limiter l'impact.

Afin d'éviter une variation brutale du cours du titre de la Société du fait d'une vente importante de titres par rapport à la liquidité du titre, l'actionnaire cédant s'engage à mettre en vente sur le marché un nombre maximum (NMAX) de titres de la Société par jour ouvré, défini comme suit : NMAX est égal

au maximum entre 1.000 (actions de la Société) et 10% du volume moyen journalier d'actions de la Société échangées durant le mois (N-1) précédant le mois (N) de la Cession.

18.5 Contrôle de la Société

A la date du présent document de base, la société Startup Avenue détient à elle seule le contrôle de la Société.

A la connaissance de la Société, le contrôle n'est pas exercé de manière abusive ; toutefois, à ce jour, la Société n'a pas mis en place de dispositions spécifiques visant à s'assurer que le contrôle ne soit pas exercé de manière abusive.

Créée en 1999, Startup Avenue (www.startupavenue.com) est la société mère d'un groupe industriel dans le secteur des media et des nouvelles technologies, dans lequel elle intervient comme holding animatrice des filiales qui composent le groupe.

Startup Avenue détient des participations au sein des sociétés suivantes :

- Weborama : www.weborama.com
- Backup Avenue : www.backupavenue.com
- Mediavista : www.mediavista.fr
- Majority Report : société spécialisée dans la mesure et l'optimisation des investissements marketing « offline », notamment dans les centres commerciaux.

L'actionnariat de Startup Avenue est composé comme suit :

Liste des associés	Actions détenues	Capital (%)	Droits de vote (%)
Alain Levy	1.617.208	32,34%	32,34%
Daniel Sfez	1.212.906	24,26%	24,26%
Coopers & Lybrand Consultant	648.038	12,96%	12,96%
Michael Levy	404.302	8,09%	8,09%
Stéphane Levy	404.302	8,09%	8,09%
Appolo Invest	151.841	3,04%	3,04%
Autres associés	561.403	11,23%	11,23%
Total	5.000.000	100,00%	100,00%

18.6 Accords pouvant entraîner un changement de contrôle

Néant.

18.7 Etat des nantissements d'actions

La société Startup Avenue a consenti un nantissement de compte d'instruments financiers portant sur 999.994 actions Weborama au profit de la Société Générale et de OBC, autorisé par le Conseil d'administration du 13 octobre 2005. Le nantissement a été levé par la Société Générale à hauteur de 1.000.000 titres en date du 23 mai 2005.

Type de nantissements/hypothèques s/immo. incorporelles s/immo. corporelles s/immo. financières		Date de départ du nantissement	Date d'échéance du nantissement	Montant d'actif nanti (a) en K€	Total du poste de bilan (b) en K€	% correspondant (a)/(b) en %
Titres Weborama	Emprunt	14/10/2005	13/10/2012	2.156	4.546	47,4%

(a) Nantissement de 1.000.000 actions sur les 2.108.774 actions détenues par Startup Avenue.

19 OPERATIONS AVEC DES APPARENTES

Les rapports spéciaux du Commissaire aux comptes relatifs aux conventions réglementées figurent au paragraphe 20.4 du présent document de base.

En outre, dans le cadre de la convention de prestations de services conclue entre Startup Avenue et Weborama le 30 mai 2006 (et rétroactive au 1er janvier 2006), Startup Avenue s'est engagée à fournir à Weborama un certain nombre de prestations de conseil et d'assistance dans les domaines suivants :

- Assistance en matière de développement commercial et stratégie (validation et évolution du business plan, assistance dans le cadre de la définition de la stratégie de Weborama, contacts à haut niveau avec les directions de grands groupes nationaux et internationaux, et promotion auprès d'eux des activités de Weborama, développement interne et externe des activités de Weborama, recherches de cibles concernant la croissance externe de Weborama, développement des activités connexes et complémentaires de Weborama).
- Assistance en matière financière et gestion de trésorerie (coordination et assistance en gestion de trésorerie et des besoins de financement, définition de la politique de financement bancaire et actionnaires, coordination et suivi des relations financières intragroupe, coordination et suivi des relations avec les banques, les établissements de crédit et les compagnies d'assurances, gestion du projet d'introduction en bourse sur Alternext, recherche et recrutement d'un Directeur Administratif et Financier salarié pour le compte de Weborama, relations avec les milieux financiers dans le but d'optimiser les ressources financières, relations avec les marchés financiers et investisseurs, conseil et actions entreprises pour optimiser la structure du bilan, contrôle analytique et reporting, clôture des comptes).

Au titre du premier trimestre 2006, Startup Avenue a facturé à Weborama un montant total de 80.000 €, compte tenu des prestations fournies dans le cadre de cette convention.

Les personnes de Startup Avenue amenées à travailler en partie pour Weborama dans le cadre de cette convention sont les suivantes :

- M. Daniel Sfez
- M. François Mariet
- M. Matthieu Roche
- M. Nicolas Bel

La part attribuable aux prestations effectuées par M. Alain Levy au titre de la facturation du premier trimestre 2006 correspond à environ 24.000 € sur un total de 80.000 € facturé. Depuis le 1er juin 2006, M. Alain Levy est rémunéré directement par Weborama en qualité de Directeur Général délégué, pour un montant de 67.200 € par an.

En contrepartie des prestations effectuées par Startup Avenue au profit de Weborama, Weborama verse à Startup Avenue une rémunération égale (i) au coût réel pour Startup Avenue des prestations de conseil et d'assistance fournies à Weborama, déterminé en fonction du pourcentage du temps de travail consacré à Weborama par chacun des chargés de mission, multiplié par le coût, tel que constaté comptablement par Startup Avenue, de l'ensemble de la rémunération versée à chaque chargé de mission par Startup Avenue, (ii) augmenté d'une marge de 10% en faveur de Startup Avenue. La rémunération au titre de cette convention sera facturée trimestriellement à terme échu.

Par avenant en date du 1er juin 2006, il a été décidé de plafonner le montant total de la rémunération que pourrait percevoir Startup Avenue au titre de cette convention : Startup Avenue percevra le montant le plus faible entre (i) la rémunération trimestrielle telle que déterminée au regard du temps consacré à Weborama par chaque chargé de mission et (ii) la somme de 60.000 € au titre du troisième trimestre puis quatrième trimestre 2006, et, en cas de renouvellement, 56.000 € au titre de chaque trimestre 2007.

20 INFORMATIONS FINANCIERES

20.1 Comptes sociaux au 31 décembre 2005

BILAN ACTIF

	31/12/2005			31/12/2004
	Brut	Amort. prov.	Net	Net
Capital souscrit non appelé				
ACTIF IMMOBILISE				
Immobilisations incorporelles				
Frais d'établissement				
Frais de recherche et développement	876 265	569 672	306 593	232 811
Concessions, brvts, licences, logiciels, dits & val. similaire	28 441	5 162	23 279	8 982
Fonds commercial (1)				
Autres immobilisations incorporelles				
Immobilisations incorporelles en cours				
Avances et acomptes				
Immobilisations corporelles				
Terrains				
Constructions	26 557	7 171	19 386	17 840
Installations techniques, matériel et outillage industriels	52 269	29 380	22 889	12 807
Autres immobilisations corporelles				
Immobilisations corporelles en cours				
Avances et acomptes				
Immobilisations financières (2)	203 120		203 120	200 000
Participations	48 123		48 123	
Créances rattachées à des participations				
Titres immobilisés de l'activité de portefeuille				
Autres titres immobilisés				
Prêts				
Autres immobilisations financières	17 580		17 580	9 336
	1 252 355	611 386	640 970	481 777
ACTIF CIRCULANT				
Stocks et en-cours				
Matières premières et autres approvisionnements				
En-cours de production (biens et services)				
Produits intermédiaires et finis				
Marchandises				
Avances et acomptes versés sur commandes				
Créances (3)				
Clients et comptes rattachés	936 057		936 057	880 183
Autres créances	90 172		90 172	80 483
Capital souscrit - appelé, non versé				
Valeurs mobilières de placement				
Actions propres				
Autres titres				148 963
Instruments de trésorerie				
Disponibilités	833 237		833 237	340 621
Charges constatées d'avance (3)	10 585		10 585	18 490
	1 870 050		1 870 050	1 468 739
Charges à répartir sur plusieurs exercices				
Primes de remboursement des emprunts				
Ecart de conversion Actif				
TOTAL GENERAL	3 122 406	611 386	2 511 020	1 950 516
(1) Dont droit au bail				
(2) Dont à moins d'un an (brut)				
(3) Dont à plus d'un an (brut)				

BILAN PASSIF

	31/12/2005	31/12/2004
	Net	Net
CAPITAUX PROPRES		
Capital (dont versé: 108700)	108 700	100 000
Primes d'émission, de fusion, d'apport	573 094	580 876
Ecarts de réévaluation		
Ecart d'équivalence		
Réserves :		
- Réserve légale	10 000	62
- Réserves statutaires ou contractuelles		
- Réserves réglementées -		
- Autres réserves	232 811	
Report à nouveau		
Résultat de l'exercice (bénéfice ou perte)	798 605	709 657
Subventions d'investissement		
Provisions réglementées		
	1 723 210	1 390 595
AUTRES FONDS PROPRES		
Produits des émissions de titres participatifs		
Avances conditionnées		
Autres fonds propres		
PROVISIONS POUR RISQUES ET CHARGES		
Provisions pour risques		
Provisions pour charges		
DETTES (1)		
Emprunts obligataires convertibles		
Autres emprunts obligataires		
Emprunts et dettes auprès d'établissements de crédit (2)	31 049	49 162
Emprunts et dettes financières (3)	13 559	31 634
Avances et acomptes reçus sur commandes en cours		
Fournisseurs et comptes rattachés	41 343	77 732
Dettes fiscales et sociales	653 052	326 570
Dettes sur immobilisations et comptes rattachés Autres dettes	18 587	2 836
Instruments de trésorerie		
Produits constatés d'avance (1)	30 219	71 988
	787 811	559 921
Ecarts de conversion Passif		
TOTAL GENERAL	2 511 020	1 950 516
(1) Dont à plus d'un an (a)	13 088	29 919
(1) Dont à moins d'un an (a)	774 723	530 002
(2) Dont concours bancaires courants et soldes créditeurs de banque	1 130	3 095
(3) Dont emprunts participatifs		

(a) A l'exception des avances et acomptes reçus sur commandes en cours

COMPTE DE RESULTAT

	31/12/2005			31/12/2004
	France	Exportation	Total	Total
Produits d'exploitation (1)				
Ventes de marchandises				
Production vendue (biens)				
Production vendue (services)	2 475 541	91 558	2 567 099	1 822 448
Chiffre d'affaires net	2 475 541	91 558	2 567 099	1 822 448
Production stockée			207 452	178 696
Production immobilisée				
Produits nets partiels sur opérations à long terme				
Subventions d'exploitation			27 000	
Reprises sur provisions et transfert de charges			14 060	3 943
Autres produits			205	3 524
			2 815 815	2 008 611
Charges d'exploitation (2)				
Achats de marchandises				
Variation de stocks				
Achat de matières premières et autres approvisionnements				
Variation de stocks				
Autres achats et charges externes (a)			468 023	318 739
Impôts, taxes et versements assimilés			25 639	13 633
Salaires et traitements			816 114	546 955
Charges sociales			347 048	241 712
Dotations aux amortissements et provisions				
- Sur immobilisations : dotations aux amortissements			146 654	116 570
- Sur immobilisations : dotations aux provisions				
- Sur actif circulant : dotations aux provisions				
- Pour risques et charges : dotations aux provisions				
Autres charges			3 698	3 077
			1 807 175	1 240 686
RESULTAT D'EXPLOITATION			1 008 639	767 925
Quotes-parts de résultat sur opérations faites en commun				
Bénéfice attribué ou perte transférée				
Perte supportée ou bénéfice transféré				
Produits financiers				
De participations (3)			46 090	
D'autres valeurs mobilières et créances de l'actif immobilisé (3)				
Autres intérêts et produits assimilés (3)				
Reprises sur provisions et transfert de charges				
Différences positives de change				
Produits nets sur cessions de valeurs mobilières de placement			3 748	820
			49 838	820
Charges financières				
Dotations aux amortissements et aux provisions				
Intérêts et charges assimilées (4)			1 607	505
Différences négatives de change				
Charges nettes sur cessions de valeurs mobilières de placement				
			1 607	505
RESULTAT FINANCIER			48 231	314
RESULTAT COURANT AVANT IMPOTS			1 056 871	768 239

Produits exceptionnels		
Sur opérations de gestion		
Sur opérations en capital		
Reprises sur provisions et transferts de charges		
Charges exceptionnelles		
Sur opérations de gestion	8 039	968
Sur opérations en capital		
Dotations aux amortissements et aux provisions		
	8 039	968
RESULTAT EXCEPTIONNEL	-8 039	- 968
Participation des salariés aux résultats		
Impôts sur les bénéfices	250 227	57 614
Total des produits	2 865 653	2 009 430
Total des charges	2 067 048	1 299 773
BENEFICE OU PERTE	798 605	709 657
(a) Y compris :		
- Redevances de crédit-bail mobilier	16 487	2 461
- Redevances de crédit-bail immobilier		
(1) Dont produits afférents à des exercices antérieurs.		
(2) Dont charges afférentes à des exercices antérieurs		
(3) Dont produits concernant les entités liées		
(4) Dont intérêts concernant les entités liées		

Règles et méthodes comptables

(Décret n°83-1020 du 29-11-1983 - articles 7, 21, 24 début, 24-1, 24-2 et 24-3)

ANNEXE AU BILAN ET AU COMPTE DE RESULTAT

Au bilan avant répartition de l'exercice clos le 31/12/2005 dont le total est de 2 511 020,13 euros et au compte de résultat de l'exercice, présenté sous forme de liste, et dégageant un résultat de : 798 604,70 euros.

L'exercice a une durée de 12 mois, recouvrant la période du 01/01/2005 au 31/12/2005.

Les notes ou tableaux ci-après font partie intégrante des comptes annuels.

Ces comptes annuels ont été établis le 9/3/2006.

Faits caractéristiques de l'exercice :

Distribution d'un dividende de 600.000 euros le 30 décembre 2005.

Evènements significatifs postérieurs à compter de la clôture : néant

Les conventions générales comptables ont été appliquées, dans le respect du principe de prudence, conformément aux hypothèses de bases :

- continuité de l'exploitation,
- permanence des méthodes comptables d'un exercice à l'autre,
- indépendance des exercices,

et conformément aux règles générales d'établissement et de présentation des comptes annuels.

La méthode de base retenue pour l'évaluation des éléments inscrits en comptabilité est la méthode des coûts historiques.

Dans le cadre de la première réglementation comptable sur les actifs, la méthode retenue pour cette première application est la méthode prospective.

La méthode simplifiée ou prospective consiste à appliquer la nouvelle méthode à compter de l'exercice en cours. Le passé n'est pas remis en cause.

Immobilisations

Les immobilisations sont évaluées à leur coût d'acquisition (Prix d'achat et frais accessoires).

Les frais de développement ont été immobilisés.

Conformément à la nouvelle réglementation comptable sur les actifs et aux mesures de simplifications mises en place pour les petites et moyennes entreprises, l'entreprise a choisi de maintenir des durées d'usage pour l'amortissement des biens non décomposés.

Les amortissements pour dépréciation sont calculés suivant le mode linéaire ou dégressif en fonction de la durée de vie prévue.

- Matériel informatique 3 ans
- Mobilier de bureau 8 ans
- Aménagements 10 ans
- Frais de recherche et développement 5 ans
- Brevets 5 ans
- Logiciels 1 an

Participation, autres titres immobilisés, valeurs mobilières de placement

La valeur brute est constituée par le coût d'achat hors frais accessoires. Lorsque la valeur d'inventaire est inférieure à la valeur brute, une provision pour dépréciation est constituée du montant de la différence.

Créances

Les créances sont valorisées à leur valeur nominale. Une provision pour dépréciation est pratiquée lorsque la valeur d'inventaire est inférieure à la valeur comptable.

Changement de méthodes

Il n'y a pas de changement de méthode d'évaluation au cours de l'exercice.

Engagements en matière de pensions, compléments de retraite et autres indemnités

Non significatif.

IMMOBILISATIONS

Cadre A	Valeur brute début d'exercice	Augmentations	
		Réévaluations	Acquisitions
Immobilisations incorporelles			
Frais d'établissement, de recherche et développement	Total I		207 452
Autres postes d'immobilisations incorporelles	Total II		18 204
Immobilisations corporelles			
Terrains			
Constructions sur sol propre			
Constructions sur sol d'autrui			
Installations générales, agencements et aménagements des constructions	22 057		4 500
Installations techniques, matériel et outillage industriels			
Installations générales, agencements et aménagements divers			
Matériel de transport			
Matériel de bureau et informatique, mobilier	77 844		16 204
Emballages récupérables et divers			
Immobilisations corporelles en cours			
Avances et acomptes			
Total III	99 901		20 704
Immobilisations financières			
Participations évaluées par mise en équivalence			
Autres participations	200 000		56 595
Autres titres immobilisés			
Prêts et autres immobilisations financières	9 336		8 244
Total IV	209 336		64 839
TOTAL GENERAL (I + II + III + IV)	988 287		311 199

Cadre B	Diminutions		Valeur brute fin d'exercice	Réévaluations Valeur d'origine
	Par virement	Par cession		
Immobilisations incorporelles				
Frais d'établissement, de recherche et développement			(I)	876 265
Autres postes d'immobilisations incorporelles			(II)	28 441
Immobilisations corporelles				
Terrains				
Constructions sur sol propre				
Constructions sur sol d'autrui				
Installations générales, agencements, aménag. constructions			26 557	
Installations techniques, matériel et outillage industriels				
Installations générales, agencements et aménagements divers				
Matériel de transport				
Matériel de bureau et informatique, mobilier		41 779	52 269	
Emballages récupérables et divers				
Immobilisations corporelles en cours				
Avances et acomptes				
Total III		41 779	78 827	
Immobilisations financières				
Participations évaluées par mise en équivalence				
Autres participations		5 352	251 243	
Autres titres immobilisés				
Prêts et autres immobilisations financières			17 580	
Total IV		5 352	268 823	
TOTAL GENERAL (I + II + III + IV)		47 131	1 252 356	

AMORTISSEMENTS

Cadre A SITUATION ET MOUVEMENTS DE L'EXERCICE				
IMMOBILISATIONS AMORTISSABLES	Valeur en début d'exercice	Augmentations Dotations	Diminutions Sorties / Reprises	Valeur en fin d'exercice
Immobilisations incorporelles				
Frais d'établissement recherche dévelop.	436 002	133 670		569 672
Autres immobilisations incorporelles	Total I 1 255	Total II 3 908		5 162
Immobilisations corporelles				
Terrains				
Constructions sur sol propre				
Constructions sur sol d'autrui				
Instal. générales, agenc. et aménag. constructions	4 217	2 954		7 171
Installations techniques, matériel et outillage industriels				
Installations générales, agencements et aménagements divers				
Matériel de transport				
Matériel de bureau et informatique, mobilier	65 037	6 123	41 779	29 380
Emballages récupérables et divers				
Total III	69 254	9 077	41 779	36 552
TOTAL GENERAL (I + II + III)	506 510	146 655	41 779	611 386

Cadre B VENTILATIONS DES DOTATIONS AUX AMORTISSEMENTS DE L'EXERCICE				Cadre C PROV. AMORT DEROGATOIRES	
IMMOBILISATIONS AMORTISSABLES	Amortissements linéaires	Amortissements dégressifs	Amortissements exceptionnels	Dotations	Reprises
Immobilisations incorporelles					
Frais d'établis., recherche dévelop. (I)	133 670				
Aut. immobilisations incorporelles (II)	3 908				
Immobilisations corporelles					
Terrains					
Constructions sur sol propre					
Constructions sur sol d'autrui					
Instal. génér., agenc. aménag. construc.	2 954				
Instal. techn., matériel outil, industriels					
Instal. génér., agenc. et aménag. divers					
Matériel de transport					
Matériel bureau et informatique, mobilier	6 123				
Emballages récupérables et divers					
Total	9 077				
TOTAL GENERAL (I + II + III)	146 655				

Cadre D MOUVEMENTS DES CHARGES A REPARTIR S/ PLUSIEURS EXERCICES		Montant net début d'exercice	Augmentations	Dotations aux amort.	Montant net en fin d'exercice
Charges à répartir sur plusieurs exercices					
Primes de remboursement des obligations					

ETAT DES CREANCES ET DES DETTES

Cadre A	ETAT DES CREANCES	Montant brut	A 1 an au plus	A plus d'1 an
De l'actif immobilisé				
	Créances rattachées à des participations	48 123	48 123	
	Prêts (1) (2)			
	Autres immobilisations financières	17 580		17 580
De l'actif circulant				
	Clients douteux ou litigieux			
	Autres créances clients	936 057	936 057	
	Créances représentatives de titres prêtés			
	Personnel et comptes rattachés	201	201	
	Sécurité sociale et autres organismes sociaux			
	Impôts sur les bénéfices	69 643	69 643	
	Taxe sur la valeur ajoutée	5 376	5 376	
	Autres impôts taxes et versements assimilés			
	Divers	13 500	13 500	
	Groupe et associés (2)			
	Débiteurs divers	1 451	1 451	
	Charges constatées d'avance	10 585	10 585	
Total		1 102 517	1 084 936	17 580

(1) Dont prêts accordés en cours d'exercice

(1) Dont remboursements obtenus en cours d'exercice

(2) Prêts et avances consenties aux associés

Cadre B	ETAT DES DETTES	Montant brut	A 1 an au plus	De 1 à 5 ans	A plus de 5 ans
Emprunts obligataires convertibles (1)					
Autres emprunts obligataires (1)					
Emprunts et dettes auprès d'établissements de crédit : (1)					
	- à un an maximum à l'origine	1 130	1 130		
	- à plus d'un an à l'origine	29 919	16 831	13 088	
Emprunts et dettes financières diverses (1) (2)					
	Fournisseurs et comptes rattachés	41 343	41 343		
	Personnel et comptes rattachés	106 010	106 010		
	Sécurité sociale et autres organismes sociaux	94 076	94 076		
	Impôts sur les bénéfices	138 326	138 326		
	Taxe sur la valeur ajoutée	192 741	192 741		
	Obligations cautionnées				
	Autres impôts, taxes et versements assimilés	121 900	121 900		
	Dettes sur immobilisations et comptes rattachés				
	Groupe et associés (2)				
	Autres dettes	18 587	18 587		
	Dettes représentatives de titres empruntés				
	Produits constatés d'avance	30 219	30 219		
Total		787 811	774 723	13 088	

(1) Emprunts souscrits en cours d'exercice

(1) Emprunts remboursés en cours d'exercice

(2) Emprunt, dettes contractés auprès des associés

16 148

FRAIS DE RECHERCHE APPLIQUEE ET DE DEVELOPPEMENT

(Décret 83-1020 du 29-11-1983 -Article 19)

	Recherche fondamentale	Recherche appliquée	Développement	Total
Dépenses de recherche et de développement sans contrepartie spécifique : - n'entrant pas dans le cadre de commande client - entreprises en fonction de clients potentiels			876 265	876 265
Dépenses de recherche et de développement avec contrepartie spécifique : - Etat et collectivités publiques de France - autres clients France - clients étrangers				
Total 1			876 265	876 265
Autres dépenses de recherche et développement : - cotisations parafiscales - subventions versées - acquisitions de résultats de recherche				
Total 2				
TOTAL GENERAL			876 265	876 265

dont inscrit au compte 203 au bilan

AMORTISSEMENTS FRAIS DE RECHERCHE ET DEVELOPPEMENT

(Décret 83-1020 du 29-11-1983 -Article 19)

Nature des frais de recherche et développement	Valeur brute	Amortissements	% amorti
FRAIS DE RECHERCHE ET DEVELOPPEMENT	876 265	569 672	65,0
Total	876 265	569 672	65,0

PRODUITS A RECEVOIR

(Décret 83-1020 du 29-11-1983 -Article 23)

Produits à recevoir inclus dans les postes suivants du bilan	31/12/2005	31/12/2004
Créances rattachées à des participations		
Autres titres immobilisés		
Prêts		
Autres immobilisations financières		
Créances clients et comptes rattachés	215 043	90 668
Autres créances		396
Valeurs mobilières de placement		
Disponibilités		
Total	215 043	91 064

CHARGES A PAYER

(Décret 83-1020 du 29-11-1983 - Article23)

Charges à payer incluses dans les postes suivantes du bilan	31/12/2005	31/12/2004
Emprunts obligataires convertibles		
Autres emprunts obligataires		
Emprunts et dettes auprès des établissements de crédit		
Emprunts et dettes financières divers		
Dettes fournisseurs et comptes rattachés	9 746	10 191
Dettes fiscales et sociales	146 358	97 705
Dettes sur immobilisations et comptes rattachés		
Autres dettes :	574	2 777
Total	156 678	110 674

PRODUITS ET CHARGES CONSTATES D'AVANCE

(Décret 83-1020 du 29-11-1983 -Article 23)

Produits constatés d'avance	31/12/2005	31/12/2004
Produits d'exploitation	30 219	71 988
Produits financiers		
Produits exceptionnels		
Total	30 219	71 988

Charges constatées d'avance	31/12/2005	31/12/2004
Charges d'exploitation	10 585	18 490
Charges financières		
Charges exceptionnelles		
Total	10 585	18 490

DETAIL DES CHARGES EXCEPTIONNELLES

	31/12/2005	31/12/2004
Sur opérations de gestion		
671200 PENALITES AMENDES & PEINE	1 485	968
672000 CHARGES EXPLOIT./EXERANT	6 554	
Total	8 039	968
TOTAL GENERAL	8 039	968

COMPOSITION DU CAPITAL SOCIAL

(Décret 83-1020 du 29-11-1983 -Article 24-12)

Différentes catégories de titres	Valeur nominale	Nombre de titres			
		Au début de l'exercice	Créés pendant l'exercice	Remboursés pendant exercice	En fin d'exercice
Actions	0,10	1 000 000	87 000		1 087 000
BSPCE	0,10		54 350		54 350

VENTILATION DU CHIFFRE D'AFFAIRES NET

(Décret 83-1020 du 29-11-1983 -Article 24-21)

	France	Etranger	Total
Ventes de produits finis			
Ventes de produits intermédiaires			
Ventes de produits résiduels			
Travaux			
Etudes			
Prestations de services	2 463 651	91 558	2 555 209
Ventes de marchandises			
Produits des activités annexes	11 889		11 889
Total	2 475 541	91 558	2 567 099

CREDIT BAIL

(Décret 83-1020 du 29-11-1983 -Article 53)

Postes du bilan	Valeur d'origine	Dotations théoriques aux amortissements		Valeur nette théorique	Redevances	
		exercice	cumulées		exercice	cumulées
Terrains						
Constructions						
Installations techniques, matériel et outillage industriels	46 667	9 480	11 706	34 961	16 487	18 948
Autres immobilisations corporelles						
Immobilisations en cours						
Total	46 667	9 480	11 706	34 961	16 487	18 948

Postes du bilan	Redevances restant à payer				Prix d'achat résiduel	Montant pris en charge dans l'exercice
	A un an au plus	A plus d'un an et moins de cinq	A plus de cinq ans	Total		
Terrains						
Constructions						
Installations techniques, matériel et outillage industriels	3 700	30 365		34 065	933	16 487
Autres immobilisations corporelles						
Immobilisations en cours						
Total	3 700	30 365		34 065	933	16 487

ENGAGEMENTS FINANCIERS

(Décret 83-1020 du 29-11-1983 - Articles 24-9 et 24-16)

Engagements donnés	Montant
Effets escomptés non échus	
Avals, cautions et garanties	
Engagements de crédit-bail mobilier	34 064
Engagements de crédit-bail immobilier	
Engagements en matière de pensions, retraites, et assimilés	
Autres engagements donnés :	
Total (1)	34 064

<i>(1) Dont concernant :</i> - les dirigeants - les filiales - les participations - les autres entreprises liées Dont engagements assortis de sûretés réelles	
--	--

Engagements reçus	Montant
Total (2)	

<i>(2) Dont concernant :</i> - les dirigeants - les filiales - les participations - les autres entreprises liées Dont engagements assortis de sûretés réelles	
--	--

Engagements réciproques	Montant
Total	

EFFECTIF MOYEN

(Décret 83-1020 du 29-11-1983 - Article 24-22)

	Personnel salarié	Personnel mis à disposition de l'entreprise
Cadres	12	
Agents de maîtrise et techniciens	1	
Employés	3	
Ouvriers		
Total	16	0

LISTE DES FILIALES ET PARTICIPATIONS

(Décret 83-1020 du 29-11-1983 -Article 24-11)

	Capital	Quote-part du capital détenue en pourcentage	Résultat du dernier exercice clos
A - RENSEIGNEMENTS DETAILLES CONCERNANT LES FILIALES ET PARTICIPATIONS			
1 - Filiales (plus de 50% du capital détenu) 2 - Participations (de 10 à 50% du capital détenu)			
C MARKETING	8 800	10,000	214 300
B - RENSEIGNEMENTS GLOBAUX SUR LES AUTRES FILIALES ET PARTICIPATIONS			
1 - Filiales non reprises en A :			
a) françaises			
b) étrangères			
WEBORAMA ESPAGNE	3 120	100,000	
2 - Participations non reprises en A :			
a) françaises			
b) étrangères			

TRANSFERTS DE CHARGES

(Arrêté du 27-04-1982)

Nature des transferts de charges	Montant
AVANTAGE EN NATURE VEHICULE	14 060
Total	14 060

RESULTATS ET AUTRES ELEMENTS CARACTERISTIQUES DE LA SOCIETE AU COURS DES CINQ DERNIERS EXERCICES

(Décret n°67-236 du 23-03-1967)

	31/12/2001	31/12/2002	31/12/2003	31/12/2004	31/12/2005
Capital en fin d'exercice					
Capital social	100 000	100 000	100 000	100 000	108 700
Nombre d'actions ordinaires	1 000 000	1 000 000	1 000 000	1 000 000	1 087 000
Nombre d'actions à dividende prioritaire					
Nbre maximum d'actions à créer :					
- par conversion d'obligations					
- par droit de souscription					54 350
Opérations et résultat					
Chiffre d'affaires (H.T.)	410 307	726 910	1 385 053	1 822 448	2 567 099
Résultat av. impôts, participation, dotations aux amortissements et provisions	- 262 578	133 775	461 530	879 898	1 195 486
Impôts sur les bénéfices	- 55 332			57 614	250 227
Participation des salariés					
Résultat ap. impôts, participation, dotations aux amortissements et provisions	- 295 061	22 193	307 274	709 657	798 605
Résultat distribué					600 000
Résultat par action					
Résultat après impôts, participation, avant dotations aux amortissements et provisions	- 0	0	0	1	1
Résultat après impôts, participation, dotations aux amortissements et provisions	- 0	0	0	1	1
Dividende attribué					
Personnel					
Effectif moyen des salariés	10	8	11	18	16
Montant de la masse salariale	442 025	346 719	482 992	546 955	816 114
Montant des sommes versées en avantages sociaux (Sécu. Soc. oeuvres)	186 210	118 022	180 375	241 712	347 058

Tableau de flux (2004-2005)

	31.12.05	31.12.04
Résultat net	798 605	709 657
Elémentation des charges et produits sans incidence sur la trésorerie ou non liées à l'activité		
Amortissements et provisions	146 654	116 570
Capacité d'autofinancement	945 259	826 227
Variation du besoin en fonds de roulement		
Dettes fiscales et sociales	-36 389	41 732
Dettes fournisseurs	326 482	9 294
PCA et autres dettes	-26 018	47 828
Autres créances	-9 689	75 404
Créances clients	-55 874	-293 020
Avances et acomptes		
CCA	7 905	-12 138
Total	206 417	-130 900
Flux de trésorerie liée à l'exploitation	1 151 676	695 327
Acquisitions d'immobilisations incorporelles	-225 656	-192 876
Acquisitions d'immobilisations corporelles	-20 704	-12 123
Immobilisations financières	-59 487	-199 886
Trésorerie liée aux opérations d'investissement	-305 847	-404 885
Augmentation de capital	8 700	
Prime d'émission	125 310	
Dividendes	-600 000	
Dettes financières	-34 222	22 677
Trésorerie résultant des opérations de financement	-500 212	22 677
Variation de trésorerie	345 617	313 119
Trésorerie début de période	486 489	173 370
Trésorerie fin de période	832 106	486 489

Tableau de variation des capitaux propres (2003-2005)

(en euros)	Capital	Primes d'émission	Réserves légales	Report à Nouveau	Autres réserves (R&D)	Résultat exercice	Totaux capitaux propres
Situation au 31/12/2002	100 000	675 192	62	- 423 783	-	22 193	373 664
- Affectation du résultat N-1 - résultat N				22 193		- 22 193 307 274	- 307 274
Situation au 31/12/03	100 000	675 192	62	- 401 590	-	307 274	680 938
- Affectation du résultat N-1 - résultat N		- 94 316		401 590		- 307 274 709 657	- 709 657
Situation au 31/12/04	100 000	580 876	62	-	-	709 657	1 390 595
- Affectation du résultat N-1 - Augmentation de capital - exercice des BSA - Distribution de dividendes - Résultat N	8 700	125 310 - 133 092	9 938	466 908 - 466 908	232 811	- 709 657 798 605	- 134 010 - 600 000 798 605
Situation au 31/12/05	108 700	573 094	10 000	-	232 811	798 605	1 723 210

Rapport du commissaire aux comptes sur le tableau de flux de trésorerie et le tableau de variation des capitaux propres 2003-2005

Suite à la demande qui nous a été faite, et en notre qualité de commissaire aux comptes de la société Weborama S.A., nous avons effectué un audit du tableau de flux de trésorerie et du tableau de variation des capitaux propres 2003 à 2005 de la société ;

Ces tableaux ont été établis sous la responsabilité du Président. Il nous appartient, sur la base de notre audit, d'exprimer une opinion sur ces tableaux.

Nous avons effectué notre audit selon les normes de la profession ; ces normes requièrent la mise en oeuvre de diligences permettant d'obtenir l'assurance raisonnable que cet état ne comporte pas d'anomalies significatives. Un audit consiste à examiner, par sondages, les éléments probants justifiant les données contenues dans ces états. Il consiste également à apprécier les principes comptables suivis et les estimations significatives retenues pour la préparation de ces états et à apprécier la présentation d'ensemble des informations données. Nous estimons que nos contrôles fournissent une base raisonnable à l'opinion exprimée ci-dessous.

A notre avis, les tableaux des flux de trésorerie et de variation des capitaux propres de 2003 à 2005 présentent sincèrement, dans tous leurs aspects significatifs, l'évolution de la trésorerie entre 2003 et 2005 et les mouvements ayant affecté les capitaux propres au cours de cette période.

Fait à Chatou, le 29 mai 2006

BKR Sefitec
Société de Commissaires aux Comptes
Membre de la Compagnie Régionale de Versailles

Frédéric Lafay

20.2 Comptes sociaux au 31 décembre 2004

BILAN ACTIF

	31/12/2004			31/12/2003
	Brut	Amort. prov.	Net	Net
Capital souscrit non appelé				
ACTIF IMMOBILISE				
Immobilisations incorporelles				
Frais d'établissement				
Frais de recherche et développement	668 813	436 002	232 811	157 050
Concessions, brvts, licences, logiciels, dits & val. similaire	10 237	1 255	8 982	
Fonds commercial (1)				
Autres immobilisations incorporelles				
Immobilisations incorporelles en cours				
Avances et acomptes				
Immobilisations corporelles				
Terrains				
Constructions	22 057	4 217	17 840	20 427
Installations techniques, matériel et outillage industriels				
Autres immobilisations corporelles	77 844	65 037	12 807	6 534
Immobilisations corporelles en cours				
Avances et acomptes				
Immobilisations financières (2)				
Participations	200 000		200 000	
Créances rattachées à des participations				
Titres immobilisés de l'activité de portefeuille				
Autres titres immobilisés				
Prêts				
Autres immobilisations financières	9 336		9 336	9 450
	988 287	506 510	481 777	193 462
ACTIF CIRCULANT				
Stocks et en-cours				
Matières premières et autres approvisionnements				
En-cours de production (biens et services)				
Produits intermédiaires et finis				
Marchandises				
Avances et acomptes versés sur commandes				
Créances (3)				
Clients et comptes rattachés	880 183		880 183	587 163
Autres créances	80 483		80 483	155 887
Capital souscrit - appelé, non versé				
Valeurs mobilières de placement				
Actions propres				
Autres titres	148 963		148 963	148 537
Instruments de trésorerie				
Disponibilités	340 621		340 621	26 910
Charges constatées d'avance (3)	18 490		18 490	6 352
	1 468 73		1 468 73	924 849
Charges à répartir sur plusieurs exercices				
Primes de remboursement des emprunts				
Ecarts de conversion Actif				
TOTAL GENERAL	2 457 026	506 510	1 950 516	1 118 311
(1) Dont droit au bail				
(2) Dont à moins d'un an (brut)				
(3) Dont à plus d'un an (brut)				

BILAN PASSIF

	31/12/2004	31/12/2003
	Net	Net
CAPITAUX PROPRES		
Capital (dont versé: 100000)	100 000	100 000
Primes d'émission, de fusion, d'apport	580 876	675 192
Ecarts de réévaluation		
Ecart d'équivalence		
Réserves :		
- Réserve légale	62	62
- Réserves statutaires ou contractuelles		
- Réserves réglementées		
- Autres réserves		
Report à nouveau	709 657	- 401 590
Résultat de l'exercice (bénéfice ou perte)		307 274
Subventions d'investissement		
Provisions réglementées		
	1 390 595	680 938
AUTRES FONDS PROPRES		
Produits des émissions de titres participatifs		
Avances conditionnées		
Autres fonds propres		
PROVISIONS POUR RISQUES ET CHARGES		
Provisions pour risques		
Provisions pour charges		
DETTES		
Emprunts obligataires convertibles		
Autres emprunts obligataires		
Emprunts et dettes auprès d'établissements de crédit (2)		
Emprunts et dettes financières (3)	49 162	2 076
Avances et acomptes reçus sur commandes en cours	31 634	55 024
Fournisseurs et comptes rattachés	77 732	68 438
Dettes fiscales et sociales	326 570	284 838
Dettes sur immobilisations et comptes rattachés		
Autres dettes	2 836	9 613
Instruments de trésorerie		
Produits constatés d'avance (1)	71 988	17 383
	559 921	437 373
Ecarts de conversion Passif		
TOTAL GENERAL	1 950 516	1 118 311
(1) Dont à plus d'un an (a)	29 919	29 292
(1) Dont à moins d'un an (a)	530 002	408 080
(2) Dont concours bancaires courants et soldes créditeurs de banque	3 095	2 076
(3) Dont emprunts participatifs		

(a) A l'exception des avances et acomptes reçus sur commandes en cours

COMPTE DE RESULTAT

	31/12/2004			31/12/2003
	France	Exportation	Total	Total
Produits d'exploitation (1)				
Ventes de marchandises				
Production vendue (biens)				
Production vendue (services)	1 771 359	51 090	1 822 448	1 385 053
Chiffre d'affaires net	1 771 359	51 090	1 822 448	1 385 053
Production stockée			178 696	34 487
Production immobilisée				
Produits nets partiels sur opérations à long terme				
Subventions d'exploitation				
Reprises sur provisions et transfert de charges			3 943	3 796
Autres produits			3 524	2 654
			2 008 611	1 425 990
Charges d'exploitation (2)				
Achats de marchandises				
Variation de stocks				
Achat de matières premières et autres approvisionnements				
Variation de stocks				
Autres achats et charges externes (a)			318 739	291 342
Impôts, taxes et versements assimilés			13 633	6 764
Salaires et traitements			546 955	482 992
Charges sociales			241 712	180 375
Dotations aux amortissements et provisions :				
- Sur immobilisations : dotations aux amortissements			116 570	118 425
- Sur immobilisations : dotations aux provisions				
- Sur actif circulant : dotations aux provisions				
- Pour risques et charges : dotations aux provisions				
Autres charges			3 077	926
			1 240 686	1 080 824
RESULTAT D'EXPLOITATION			767 925	345 165
Quotes-parts de résultat sur opérations faites en commun				
Bénéfice attribué ou perte transférée				
Perte supportée ou bénéfice transféré				
Produits financiers				
De participations (3)				
D'autres valeurs mobilières et créances de l'actif immobilisé (3)				
Autres intérêts et produits assimilés (3)				
Reprises sur provisions et transfert de charges				
Différences positives de change				
Produits nets sur cessions de valeurs mobilières de placement			820	
			820	
Charges financières				
Dotations aux amortissements et aux provisions				
Intérêts et charges assimilées (4)			505	14
Différences négatives de change				
Charges nettes sur cessions de valeurs mobilières de placement				
			505	14
RESULTAT FINANCIER			314	- 14
RESULTAT COURANT AVANT IMPOTS			768 239	345 151

Produits exceptionnels		
Sur opérations de gestion		
Sur opérations en capital		15 397
Reprises sur provisions et transferts de charges		
		15 397
Charges exceptionnelles		
Sur opérations de gestion	968	3 737
Sur opérations en capital		13 706
Dotations aux amortissements et aux provisions		35 831
	968	53 274
RESULTAT EXCEPTIONNEL	- 968	- 37 877
Participation des salariés aux résultats		
Impôts sur les bénéfices	57 614	
Total des produits	2 009 430	1 441 387
Total des charges	1 299 773	1 134 113
BENEFICE OU PERTE	709 657	307 274
(a) Y compris :		
- Redevances de crédit-bail mobilier	2 461	738
- Redevances de crédit-bail immobilier		
(1) Dont produits afférents à des exercices antérieurs.		
(2) Dont charges afférentes à des exercices antérieurs		
(3) Dont produits concernant les entités liées		
(4) Dont intérêts concernant les entités liées		

Règles et méthodes comptables

(Décret n°83-1020 du 29-11-1983 - articles 7, 21, 24 début, 24-1, 24-2 et 24-3)

ANNEXE AU BILAN ET AU COMPTE DE RESULTAT

Au bilan avant répartition de l'exercice clos le 31/12/2004 dont le total est de 1 950 516,06 euros et au compte de résultat de l'exercice, présenté sous forme de liste, et dégageant un résultat de : 709 656,90 euros.

L'exercice a une durée de 12 mois, recouvrant la période du 01/01/2004 au 31/12/2004.

Les notes ou tableaux ci-après font partie intégrante des comptes annuels.

Ces comptes annuels ont été établis le 14/04/05

Les conventions générales comptables ont été appliquées, dans le respect du principe de prudence, conformément aux hypothèses de bases :

- continuité de l'exploitation,
- permanence des méthodes comptables d'un exercice à l'autre,
- indépendance des exercices,

et conformément aux règles générales d'établissement et de présentation des comptes annuels.

La méthode de base retenue pour l'évaluation des éléments inscrits en comptabilité est la méthode des coûts historiques.

Immobilisations corporelles

Les immobilisations sont évaluées à leur coût d'acquisition (Prix d'achat et frais accessoires).

Les immobilisations corporelles sont évaluées à leur coût de production, à l'exception des immobilisations acquises avant le 31 Décembre 1976 qui ont fait l'objet d'une réévaluation.

Les amortissements pour dépréciation sont calculés suivant le mode linéaire ou dégressif en fonction de la durée de vie prévue.

- Frais de recherche et développement 5 ans
- Matériel informatique 3 ans
- Mobilier de bureau 8 ans
- Brevets 5 ans
- Aménagement 10 ans

Participation, autres titres immobilisés, valeurs mobilières de placement

La valeur brute est constituée par le coût d'achat hors frais accessoires. Lorsque la valeur d'inventaire est inférieure à la valeur brute, une provision pour dépréciation est constituée du montant de la différence.

Créances

Les créances sont valorisées à leur valeur nominale. Une provision pour dépréciation est pratiquée lorsque la valeur d'inventaire est inférieure à la valeur comptable.

Changement de méthodes

Il n'y a pas de changement de méthode d'évaluation au cours de l'exercice.

Il n'y a pas de changement de méthode de présentation au cours de l'exercice.

Aucun changement n'est intervenu par rapport au précédent exercice.

IMMOBILISATIONS

Cadre A	Valeur brute début d'exercice	Augmentations	
		Réévaluations	Acquisitions
Immobilisations incorporelles			
Frais d'établissement, de recherche et développement Total I	490 117		178 696
Autres postes d'immobilisations incorporelles Total II	1 764		10 237
Immobilisations corporelles			
Terrains			
Constructions sur sol propre			
Constructions sur sol d'autrui			
Installations générales, agencements et aménagements des constructions	22 057		
Installations techniques, matériel et outillage industriels			
Installations générales, agencements et aménagements divers			
Matériel de transport			
Matériel de bureau et informatique, mobilier	65 721		12 123
Emballages récupérables et divers			
Immobilisations corporelles en cours			
Avances et acomptes			
Total III	87 778		12 123
Immobilisations financières			
Participations évaluées par mise en équivalence			
Autres participations			200 000
Autres titres immobilisés			
Prêts et autres immobilisations financières	9 450		
Total IV	9 450		200 000
TOTAL GENERAL (I + II + III + IV)	589 109		401 056

Cadre B	Diminutions		Valeur brute fin d'exercice	Réévaluations Valeur d'origine
	Par virement	Par cession		
Immobilisations incorporelles				
Frais d'établissement, de recherche et développement (I)			668 813	
Autres postes d'immobilisations incorporelles (II)		1 764	10 237	
Immobilisations corporelles				
Terrains				
Constructions sur sol propre				
Constructions sur sol d'autrui				
Installations générales, agencements, aménag. constructions			22 057	
Installations techniques, matériel et outillage industriels				
Installations générales, agencements et aménagements divers				
Matériel de transport				
Matériel de bureau et informatique, mobilier			77 844	
Emballages récupérables et divers				
Immobilisations corporelles en cours				
Avances et acomptes				
Total III			99 901	
Immobilisations financières				
Participations évaluées par mise en équivalence				
Autres participations			200 000	
Autres titres immobilisés				
Prêts et autres immobilisations financières		114	9 336	
Total IV		114	209 336	
TOTAL GENERAL (I + II + III + IV)		1879	988 287	

AMORTISSEMENTS

Cadre A SITUATION ET MOUVEMENTS DE L'EXERCICE					
IMMOBILISATIONS AMORTISSABLES	Valeur en début d'exercice	Augmentations Dotations	Diminutions Sorties / Reprises	Valeur en fin d'exercice	
Immobilisations incorporelles					
Frais d'établissement recherche dével. Total I	333 067	106 878	3 943	436 002	
Autres immobilisations incorporelles Total II	1 764	1 255	1 764	1 255	
Immobilisations corporelles					
Terrains					
Constructions sur sol propre					
Constructions sur sol d'autrui					
Instal. générales, agenc. et aménag. constructions	1 630	2 588		4 217	
Installations techniques, matériel et outillage industriels					
Installations générales, agencements et aménagements divers					
Matériel de transport					
Matériel de bureau et informatique, mobilier	59 187	5 850		65 037	
Emballages récupérables et divers					
Total III	60 816	8 438		69 254	
TOTAL GENERAL (I + II + III)	395 647	116 570	5 707	506 510	

Cadre B	VENTILATIONS DES DOTATIONS AUX AMORTISSEMENTS DE L'EXERCICE			Cadre C	PROV. AMORT DEROGATOIRES
IMMOBILISATIONS AMORTISSABLES	Amortissements linéaires	Amortissements dégressifs	Amortissements exceptionnels	Dotations	Reprises
Immobilisations incorporelles					
Frais d'établis., recherche dével. (I)	106 878				
Aut. immobilisations incorporelles (II)	1 255				
Immobilisations corporelles					
Terrains					
Constructions sur sol propre					
Constructions sur sol d'autrui					
Instal. génér., agenc. aménag. construc.	2 588				
Instal. techn., matériel outil, industriels					
Instal. génér., agenc. et aménag. divers	5 850				
Matériel de transport					
Matériel bureau et informatique, mobilier					
Emballages récupérables et divers					
Total III	8 438				
TOTAL GENERAL (I + II + III)	116 570				

Cadre D MOUVEMENTS DES CHARGES A REPARTIR S/ PLUSIEURS EXERCICES	Montant net début d'exercice	Augmentations	Dotations aux amort.	Montant net en fin d'exercice
Charges à répartir sur plusieurs exercices				
Primes de remboursement des obligations				

ETAT DES CREANCES ET DES DETTES

Cadre A	ETAT DES CREANCES	Montant brut	A 1 an au plus	A plus d'1 an
De l'actif immobilisé				
Créances rattachées à des participations				
Prêts (1) (2)				
Autres immobilisations financières		9 336		9 336
De l'actif circulant				
Clients douteux ou litigieux				
Autres créances clients		880 183	880 183	
Créances représentatives de titres prêtés				
Personnel et comptes rattachés		360	360	
Sécurité sociale et autres organismes sociaux				
Impôts sur les bénéfices		66 366	66 366	
Taxe sur la valeur ajoutée		13 361	13 361	
Autres impôts taxes et versements assimilés				
Divers				
Groupe et associés (2)				
Débiteurs divers		396	396	
Charges constatées d'avance		18 490	18 490	
Total		988 492	979 155	9 336

(1) Dont prêts accordés en cours d'exercice (1) Dont remboursements obtenus en cours d'exercice (2) Prêts et avances consenties aux associés

Cadre B	ETAT DES DETTES	Montant brut	A 1 an au plus	De 1 à 5 ans	A plus de 5 ans
Emprunts obligataires convertibles (1)					
Autres emprunts obligataires (1)					
Emprunts et dettes auprès d'établissements de crédit : (1)					
- à un an maximum à l'origine		3 095	3 095		
- à plus d'un an à l'origine		46 067	16 148	29 919	
Emprunts et dettes financières diverses (1) (2)		31 634	31 634		
Fournisseurs et comptes rattachés		77 732	77 732		
Personnel et comptes rattachés		70 919	70 919		
Sécurité sociale et autres organismes sociaux		72 520	72 520		
Impôts sur les bénéfices					
Taxe sur la valeur ajoutée		175 775	175 775		
Obligations cautionnées					
Autres impôts, taxes et versements assimilés		7 356	7 356		
Dettes sur immobilisations et comptes rattachés					
Groupe et associés (2)					
Autres dettes		2 836	2 836		
Dettes représentatives de titres empruntés					
Produits constatés d'avance		71 988	71 988		
Total		559 921	530 002	29 919	

(1) Emprunts souscrits en cours d'exercice
(1) Emprunts remboursés en cours d'exercice
(2) Emprunt, dettes contractés auprès des associés

27 324

FRAIS DE RECHERCHE APPLIQUEE ET DE DEVELOPPEMENT

(Décret 83-1020 du 29-11-1983 -Article 19)

	Recherche fondamentale	Recherche appliquée	Développement	Total
Dépenses de recherche et de développement sans contrepartie spécifique : - n'entrant pas dans le cadre de commande client - entreprises en fonction de clients potentiels			668 813	668 813
Dépenses de recherche et de développement avec contrepartie spécifique : - Etat et collectivités publiques de France - autres clients France - clients étrangers				
Total 1			668 813	668 813
Autres dépenses de recherche et développement : - cotisations parafiscales - subventions versées - acquisitions de résultats de recherche				
Total 2				
TOTAL GENERAL			668 813	668 813
<i>dont inscrit au compte 203 au bilan</i>				668 813

AMORTISSEMENTS FRAIS DE RECHERCHE ET DEVELOPPEMENT

(Décret 83-1020 du 29-11-1983 -Article 19)

Nature des frais de recherche et développement	Valeur brute	Amortissements	% amorti
FRAIS DE RECHERCHE ET DEVELOPPEMENT	668 813	436 002	65,2
Total	668 813	436 002	65,2

PRODUITS A RECEVOIR

(Décret 83-1020 du 29-11-1983 -Article 23)

Produits à recevoir inclus dans les postes suivants du bilan	31/12/2004	31/12/2003
Créances rattachées à des participations		
Autres titres immobilisés		
Prêts		
Autres immobilisations financières		
Créances clients et comptes rattachés	90 668	313 132
Autres créances	396	
Valeurs mobilières de placement		
Disponibilités		
Total	91 064	313 132

DETAIL DES PRODUITS A RECEVOIR

		31/12/2004	31/12/2003
Créances clients et comptes rattachés			
418100	CLIENTS PROD .NON ENC.FACT	90 668	313 132
Total		90 668	313 132
Autres créances			
409800	AAR	396	
Total		396	
TOTAL GENERAL		91 064	313 132

CHARGES A PAYER

(Décret 83-1020 du 29-11-1983 - Article23)

Charges à payer incluses dans les postes suivants du bilan	31/12/2004	31/12/2003
Emprunts obligataires convertibles		
Autres emprunts obligataires		
Emprunts et dettes auprès des établissements de crédit		
Emprunts et dettes financières divers		
Dettes fournisseurs et comptes rattachés	10 191	16 390
Dettes fiscales et sociales	97 705	93 175
Dettes sur immobilisations et comptes rattachés		
Autres dettes :	2 777	8 098
Total	110 674	117 663

DETAIL DES CHARGES A PAYER

	31/12/2004	31/12/2003
Dettes fournisseurs et comptes rattachés		
408 1 00 FOURN. FACT.NON PARVENUES	10 191	16 390
Total	10 191	16 390
Dettes fiscales et sociales		
428200 DETTES PROV./CONGES PAYES	48 578	29 446
428600 PERS AUTR.CHARGES A PAYER	22 341	47 800
438600 AUTR.CHARG.SOCIALA PAYER	19 431	11 779
448600 CHARGES A PAYER	7 356	4 150
Total	97 705	93 175
Autres dettes		
4 1 9800 AVOIRS A ETABLIR	2 777	8 098
Total	2 777	8 098
TOTAL GENERAL	110 674	117 663

PRODUITS ET CHARGES CONSTATES D'AVANCE

(Décret 83-1020 du 29-11-1983 -Article 23)

Produits constatés d'avance	31/12/2004	31/12/2003
Produits d'exploitation	71 988	17 383
Produits financiers		
Produits exceptionnels		
Total	71 988	17 383

Charges constatées d'avance	31/12/2004	31/12/2003
Charges d'exploitation	18 490	6 352
Charges financières		
Charges exceptionnelles		
Total	18 490	6 352

DETAIL DES PRODUITS CONSTATES D'AVANCE

	31/12/2004	31/12/2003
487000 PRODUITS CONSTAT.D'AVANCE	71 988	17 383

DETAIL DES CHARGES CONSTATEES D'AVANCE

	31/12/2004	31/12/2003
486000 CHARGES CONSTAT. D'AVANCE	18 490	6 352

DETAIL DES CHARGES EXCEPTIONNELLES

		31/12/2004	31/12/2003
Sur opérations de gestion			
671200	PENALITES AMENDES & PEINE	968	3 737
Total		968	3 737
Sur opérations en capital			
675000	VAL.COMPTA.ELTS ACTIF CED		1 3706
Total			13 706
Dotations aux amortissements et provisions			
687100	DOTAMORT.EXCEPT.IMMOBIL.		35 831
Total			35 831
TOTAL GENERAL		968	53 274

DETAIL DES PRODUITS EXCEPTIONNELS

		31/12/2004	31/12/2003
Sur opérations en capital			
775000	PRODUITS CES.ELTS DACTIF		15 397
Total			15 397

COMPOSITION DU CAPITAL SOCIAL

(Décret 83- 1020 du 29-1 1-1983 -Article 24-12)

Différentes catégories de titres	Valeur nominale	Nombre de titres			
		Au début de l'exercice	Créés pendant l'exercice	Remboursés pendant exercice	Enfin d'exercice
Actions	0,10	100 000			100 000

ENGAGEMENTS FINANCIERS

(Décret 83-1020 du 29-11-1983 - Articles 24-9 et 24-16)

Engagements donnés	Montant
--------------------	---------

Effets escomptés non échus	
Avals, cautions et garanties	
Engagements de crédit-bail mobilier	41 840
Engagements de crédit-bail immobilier	
Engagements en matière de pensions, retraites, et assimilés	
Autres engagements donnés :	
Total (1)	41 840

<i>(1) Dont concernant :</i> - les dirigeants - les filiales - les participations - les autres entreprises liées Dont engagements assortis de sûretés réelles	
--	--

Engagements reçus	Montant
-------------------	---------

Total (2)	
------------------	--

<i>(2) Dont concernant : - les dirigeants - les filiales - les participations - les autres entreprises liées Dont engagements assortis de sûretés réelles</i>	
---	--

Engagements réciproques	Montant
-------------------------	---------

Total	
--------------	--

EFFECTIF MOYEN

(Décret 83-1020 du 29-11-1983 - Article 24-22)

	Personnel salarié	Personnel mis à disposition de l'entreprise
Cadres	13	
Agents de maîtrise et techniciens		
Employés	5	
Ouvriers		
Total	18	0

LISTE DES FILIALES ET PARTICIPATIONS

(Décret 83-1020 du 29-11-1983 -Article 24-11)

	Capital	Quote-part du capital détenue en pourcentage	Résultat du dernier exercice clos
A - RENSEIGNEMENTS DETAILLES CONCERNANT LES FILIALES ET PARTICIPATIONS 1 - Filiales (plus de 50% du capital détenu) 2 - Participations (de 10 à 50% du capital détenu)			
C MARKETING	8 800	10,00	
B - RENSEIGNEMENTS GLOBAUX SUR LES AUTRES FILIALES ET PARTICIPATIONS 1 - Filiales non reprises en A : a) françaises b) étrangères 2 - Participations non reprises en A : a) françaises b) étrangères			

PRODUITS ET CHARGES EXCEPTIONNELS

(Arrêté du 27-04-1982)

Produits exceptionnels	Montant	Imputé au compte
Total		

Charges exceptionnelles	Montant	Imputé au compte
PENALITES	968	671 200
Total	968	

	31.12.04	31.12.03
Résultat net	709 657	307 274
Elémentation des charges et produits sans incidence sur la trésorerie ou non liées à l'activité		
Amortissements et provisions	116 570	152 566
Capacité d'autofinancement	826 227	459 840
Variation du besoin en fonds de roulement		
Dettes fiscales et sociales	41 732	95 966
Dettes fournisseurs	9 294	20 810
PCA et autres dettes	47 828	4 556
Autres créances	75 404	-3 513
Créances clients	-293 020	-279 304
Avances et acomptes		
CCA	-12 138	-3 533
Total	-130 900	-165 018
Flux de trésorerie liée à l'exploitation	695 327	294 822
Acquisitions d'immobilisations incorporelles	-192 876	-34 487
Acquisitions d'immobilisations corporelles	-12 123	-24 480
Immobilisations financières	-199 886	-9 152
Trésorerie liée aux opérations d'investissement	-404 885	-68 119
Augmentation de capital		
Prime d'émission		
Dividendes		
Dettes financières	22 677	-16 612
Trésorerie résultant des opérations de financement	22 677	-16 612
Variation de trésorerie	313 119	210 091
Trésorerie début de période	173 370	-36 721
Trésorerie fin de période	486 489	173 370

20.3 Comptes sociaux au 31 décembre 2003

BILAN ACTIF

	31/12/2003			31/12/2002
	Brut	Amort. prov.	Net	Net
Capital souscrit non appelé				
ACTIF IMMOBILISE				
Immobilisations incorporelles				
Frais d'établissement				
Frais de recherche et développement	490 117	333 067	157 050	256 418
Concessions, brvts, licences, logiciels, dits & val. similaire	1 764	1 764		325
Fonds commercial (1)				
Autres immobilisations incorporelles				
Immobilisations incorporelles en cours				
Avances et acomptes				
Immobilisations corporelles				
Terrains				
Constructions	22 057	1 630	20 427	
Installations techniques, matériel et outillage industriels				
Autres immobilisations corporelles	65 721	59 187	6 534	20 867
Immobilisations corporelles en cours				
Avances et acomptes				
Immobilisations financières (2)				
Participations				
Créances rattachées à des participations				
Titres immobilisés de l'activité de portefeuille				
Autres titres immobilisés				
Prêts				
Autres immobilisations financières	9 450		9 450	299
	589 109	395 647	193 462	277 909
ACTIF CIRCULANT				
Stocks et en-cours				
Matières premières et autres approvisionnements				
En-cours de production (biens et services)				
Produits intermédiaires et finis				
Marchandises				
Avances et acomptes versés sur commandes				
Créances (3)				
Clients et comptes rattachés	587 163		587 163	307 859
Autres créances	155 887		155 887	152 374
Capital souscrit - appelé, non versé				
Valeurs mobilières de placement				
Actions propres				
Autres titres	148 537		148 537	
Instruments de trésorerie				
Disponibilités	26 910		26 910	201
Charges constatées d'avance (3)	6 352		6 352	2 819
	924 849		924 849	463 253
Charges à répartir sur plusieurs exercices				
Primes de remboursement des emprunts				
Ecart de conversion Actif				
TOTAL GENERAL	1 513 958	395 647	1 118 311	741 162
(1) Dont droit au bail				
(2) Dont à moins d'un an (brut)				
(3) Dont à plus d'un an (brut)				

BILAN PASSIF

	31/12/2003	31/12/2002
	Net	Net
CAPITAUX PROPRES		
Capital (dont versé: 100000)	100 000	100 000
Primes d'émission, de fusion, d'apport	675 192	675 192
Ecart de réévaluation		
Ecart d'équivalence		
Réserves :		
- Réserve légale	62	62
- Réserves statutaires ou contractuelles		
- Réserves réglementées		
- Autres réserves		
Report à nouveau	-401 590	- 423 783
Résultat de l'exercice (bénéfice ou perte)	307 274	22 193
Subventions d'investissement		
Provisions réglementées		
	680 938	373 664
AUTRES FONDS PROPRES		
Produits des émissions de titres participatifs		
Avances conditionnées		
Autres fonds propres		
PROVISIONS POUR RISQUES ET CHARGES		
Provisions pour risques		
Provisions pour charges		
DETTES		
Emprunts obligataires convertibles		
Autres emprunts obligataires		
Emprunts et dettes auprès d'établissements de crédit (2)		
Emprunts et dettes financières (3)	2 076	36 922
Avances et acomptes reçus sur commandes en cours	55 024	71 636
Fournisseurs et comptes rattachés	68 438	47 628
Dettes fiscales et sociales	284 838	188 872
Dettes sur immobilisations et comptes rattachés		
Autres dettes	9 613	9 762
Instruments de trésorerie		
Produits constatés d'avance (1)	17 383	12 678
	437 373	367 498
Ecart de conversion Passif		
TOTAL GENERAL	1 118 311	741 162
(1) Dont à plus d'un an (a)	29 292	71 628
(1) Dont à moins d'un an (a)	408 080	295 870
(2) Dont concours bancaires courants et soldes créditeurs de banque	2 076	36 922
(3) Dont emprunts participatifs		

(a) A l'exception des avances et acomptes reçus sur commandes en cours

COMPTE DE RESULTAT

	31/12/2003		31/12/2002
	France	Exportation	Total
			Total
Produits d'exploitation (1)			
Ventes de marchandises			
Production vendue (biens)			
Production vendue (services)	1 230 651	154 401	1 385 053
Chiffre d'affaires net	1 230 651	154 401	1 385 053
Production stockée			
Production immobilisée			34 487
Produits nets partiels sur opérations à long terme			
Subventions d'exploitation			
Reprises sur provisions et transfert de charges			3 796
Autres produits			2 654
			1 425 990
Charges d'exploitation (2)			
Achats de marchandises			
Variation de stocks			
Achat de matières premières et autres approvisionnements			1 117
Variation de stocks			
Autres achats et charges externes (a)			291 342
Impôts, taxes et versements assimilés			6 764
Salaires et traitements			482 992
Charges sociales			180 375
Dotations aux amortissements et provisions :			
- Sur immobilisations : dotations aux amortissements			118 425
- Sur immobilisations : dotations aux provisions			
- Sur actif circulant : dotations aux provisions			
- Pour risques et charges : dotations aux provisions			
Autres charges			926
			1 080 824
RESULTAT D'EXPLOITATION			345 165
Quotes-parts de résultat sur opérations faites en commun			
Bénéfice attribué ou perte transférée			
Perte supportée ou bénéfice transféré			
Produits financiers			
De participations (3)			
D'autres valeurs mobilières et créances de l'actif immobilisé (3)			
Autres intérêts et produits assimilés (3)			
Reprises sur provisions et transfert de charges			
Différences positives de change			
Produits nets sur cessions de valeurs mobilières de placement			
Charges financières			
Dotations aux amortissements et aux provisions			
Intérêts et charges assimilées (4)			14
Différences négatives de change			
Charges nettes sur cessions de valeurs mobilières de placement			
			14
RESULTAT FINANCIER			- 14
RESULTAT COURANT AVANT IMPOTS			345 151
			26 272

Produits exceptionnels		
Sur opérations de gestion		
Sur opérations en capital	15 397	
Reprises sur provisions et transferts de charges		
	15 397	4 078
Charges exceptionnelles		
Sur opérations de gestion	3 737	
Sur opérations en capital	13 706	
Dotations aux amortissements et aux provisions	35 831	
	53 274	4 078
RESULTAT EXCEPTIONNEL	- 37 877	- 4 078
Participation des salariés aux résultats		
Impôts sur les bénéfices		
Total des produits	1 441 387	831 249
Total des charges	1 134 113	809 056
BENEFICE OU PERTE	307 274	22 193
(a) Y compris :		
- Redevances de crédit-bail mobilier	738	
- Redevances de crédit-bail immobilier		
(1) Dont produits afférents à des exercices antérieurs.		
(2) Dont charges afférentes à des exercices antérieurs		
(3) Dont produits concernant les entités liées		
(4) Dont intérêts concernant les entités liées		

Règles et méthodes comptables

(Décret n°83-1020 du 29-11-1983 - articles 7, 21, 24 début, 24-1, 24-2 et 24-3)

ANNEXE AU BILAN ET AU COMPTE DE RESULTAT

Au bilan avant répartition de l'exercice clos le 31/12/2003 dont le total est de 1 118 310,68 euros et au compte de résultat de l'exercice, présenté sous forme de liste, et dégageant un résultat de : 307 273,76 euros.

L'exercice a une durée de 12 mois, recouvrant la période du 01/01/2003 au 31/12/2003.

Les notes ou tableaux ci-après font partie intégrante des comptes annuels.

Ces comptes annuels ont été établis le 20/04/04

Les conventions générales comptables ont été appliquées, dans le respect du principe de prudence, conformément aux hypothèses de bases :

- continuité de l'exploitation,
- permanence des méthodes comptables d'un exercice à l'autre,
- indépendance des exercices,

et conformément aux règles générales d'établissement et de présentation des comptes annuels.

La méthode de base retenue pour l'évaluation des éléments inscrits en comptabilité est la méthode des coûts historiques.

Immobilisations corporelles

Les immobilisations sont évaluées à leur coût d'acquisition (Prix d'achat et frais accessoires).

Les immobilisations corporelles sont évaluées à leur coût de production, à l'exception des immobilisations acquises avant le 31 Décembre 1976 qui ont fait l'objet d'une réévaluation.

Les intérêts des emprunts spécifiques à la production d'immobilisations sont inclus dans le coût de production de ces immobilisations.

Les amortissements pour dépréciation sont calculés suivant le mode linéaire ou dégressif en fonction de la durée de vie prévue.

- Frais de Recherche et Développement 5 ans
- Agencements et aménagements des constructions 10 ans
- Matériel informatique 3 ans
- Mobilier de bureau 5 ans

Participation, autres titres immobilisés, valeurs mobilières de placement

La valeur brute est constituée par le coût d'achat hors frais accessoires. Lorsque la valeur d'inventaire est inférieure à la valeur brute, une provision pour dépréciation est constituée du montant de la différence.

Créances

Les créances sont valorisées à leur valeur nominale. Une provision pour dépréciation est pratiquée lorsque la valeur d'inventaire est inférieure à la valeur comptable.

Changement de méthodes

Il n'y a pas de changement de méthode d'évaluation au cours de l'exercice.

Il n'y a pas de changement de méthode de présentation au cours de l'exercice.

Aucun changement n'est intervenu par rapport au précédent exercice.

IMMOBILISATIONS

Cadre A	Valeur brute début d'exercice	Augmentations	
		Réévaluations	Acquisitions
Immobilisations incorporelles			
Frais d'établissement, de recherche et développement	Total I	455 630	34 487
Autres postes d'immobilisations incorporelles	Total II	1 764	
Immobilisations corporelles			
Terrains			
Constructions sur sol propre			
Constructions sur sol d'autrui			
Installations générales, agencements et aménagements des constructions			22 057
Installations techniques, matériel et outillage industriels			
Installations générales, agencements et aménagements divers			
Matériel de transport			
Matériel de bureau et informatique, mobilier	63 298		17 820
Emballages récupérables et divers			
Immobilisations corporelles en cours			
Avances et acomptes			
Total III	63 298		39 877
Immobilisations financières			
Participations évaluées par mise en équivalence			
Autres participations			
Autres titres immobilisés			
Prêts et autres immobilisations financières	299		9 152
Total IV	299		9 152
TOTAL GENERAL (I + II + III + IV)	520 991		83 516

Cadre B	Diminutions		Valeur brute fin d'exercice	Réévaluations Valeur d'origine
	Par virement	Par cession		
Immobilisations incorporelles				
Frais d'établissement, de recherche et développement (I)			490 117	
Autres postes d'immobilisations incorporelles (II)			1 764	
Immobilisations corporelles				
Terrains				
Constructions sur sol propre				
Constructions sur sol d'autrui				
Installations générales, agencements, aménag. constructions			22 057	
Installations techniques, matériel et outillage industriels				
Installations générales, agencements et aménagements divers				
Matériel de transport				
Matériel de bureau et informatique, mobilier			65 721	
Emballages récupérables et divers				
Immobilisations corporelles en cours		15 397		
Avances et acomptes				
Total III		15 397	87 778	
Immobilisations financières				
Participations évaluées par mise en équivalence				
Autres participations				
Autres titres immobilisés				
Prêts et autres immobilisations financières			9 450	
Total IV			9 450	
TOTAL GENERAL (I + II + III + IV)		15 397	589 109	

AMORTISSEMENTS

Cadre A		SITUATION ET MOUVEMENTS DE L'EXERCICE			
IMMOBILISATIONS AMORTISSABLES		Valeur en début d'exercice	Augmentations Dotations	Diminutions Sorties / Reprises	Valeur en fin d'exercice
Immobilisations incorporelles					
Frais d'établissement recherche développ.	Total I	199 212	133 855		333 067
Autres immobilisations incorporelles	Total II	1 439	325		1 764
Immobilisations corporelles					
Terrains					
Constructions sur sol propre					
Constructions sur sol d'autrui					
Instal. générales, agenc. et aménag. Constructions			1 630		1 630
Installations techniques, matériel et outillage industriels					
Installations générales, agencements et aménagements divers					
Matériel de transport					
Matériel de bureau et informatique, mobilier		42 431	18 447	1 691	59 187
Emballages récupérables et divers					
	Total III	42 431	20 077	1 691	60 816
TOTAL GENERAL (I + II + III)		243 082	154 257	1 691	395 647

Cadre B		VENTILATIONS DES DOTATIONS AUX AMORTISSEMENTS DE L'EXERCICE			Cadre C PROV. AMORT DEROGATOIRES	
IMMOBILISATIONS AMORTISSABLES		Amortissements linéaires	Amortissements dégressifs	Amortissements exceptionnels	Dotations	Reprises
Immobilisations incorporelles						
Frais d'établiss., recherche développ. (I)		133 855				
Aut. immobilisations incorporelles (II)		325				
Immobilisations corporelles						
Terrains						
Constructions sur sol propre						
Constructions sur sol d'autrui						
Instal. génér., agenc. aménag. construc.		1 630				
Instal. techn., matériel outil, industriels						
Instal. génér., agenc. et aménag. divers						
Matériel de transport						
Matériel bureau et informatique, mobilier		18 447				
Emballages récupérables et divers						
	Total III	20 077				
TOTAL GENERAL (I + II + III)		154 257				

Cadre D		Montant net début d'exercice	Augmentations	Dotations aux amort.	Montant net en fin d'exercice
MOUVEMENTS DES CHARGES A REPARTIR S/ PLUSIEURS EXERCICES					
Charges à répartir sur plusieurs exercices					
Primes de remboursement des obligations					

ETAT DES CREANCES ET DES DETTES

Cadre A	ETAT DES CREANCES	Montant brut	A 1 an au plus	A plus d'1 an
	De l'actif immobilisé			
	Créances rattachées à des participations			
	Prêts (1) (2)			9 450
	Autres immobilisations financières	9 450		
	De l'actif circulant			
	Clients douteux ou litigieux			
	Autres créances clients	587 163	587 163	
	Créances représentatives de titres prêtés			
	Personnel et comptes rattachés			
	Sécurité sociale et autres organismes sociaux			
	Impôts sur les bénéfices	121 805	121 805	
	Taxe sur la valeur ajoutée	33 051	33 051	
	Autres impôts taxes et versements assimilés			
	Divers			
	Groupe et associés (2)			
	Débiteurs divers	1 031	1 031	
	Charges constatées d'avance	6 352	6 352	
	Total	758 852	749 402	9 450

<i>(1) Dont prêts accordés en cours d'exercice (1) Dont remboursements obtenus en cours d'exercice (2) Prêts et avances consenties aux associés</i>	
---	--

Cadre B	ETAT DES DETTES	Montant brut	A 1 an au plus	De 1 à 5 ans	A plus de 5 ans
	Emprunts obligataires convertibles (1)				
	Autres emprunts obligataires (1)				
	Emprunts et dettes auprès d'établissements de crédit : (1)				
	- à un an maximum à l'origine	2 076	2 076		
	- à plus d'un an à l'origine				
	Emprunts et dettes financières diverses (1) (2)	55 024	25 732	29 292	
	Fournisseurs et comptes rattachés	68 438	68 438		
	Personnel et comptes rattachés	84 668	84 668		
	Sécurité sociale et autres organismes sociaux	79 220	79 220		
	Impôts sur les bénéfices				
	Taxe sur la valeur ajoutée	116 800	116 800		
	Obligations cautionnées				
	Autres impôts, taxes et versements assimilés	4 150	4 150		
	Dettes sur immobilisations et comptes rattachés				
	Groupe et associés (2)				
	Autres dettes	9 613	9 613		
	Dettes représentatives de titres empruntés				
	Produits constatés d'avance	17 383	17 383		
	Total	437 373	408 080	29 292	

<i>(1) Emprunts souscrits en cours d'exercice</i> <i>(1) Emprunts remboursés en cours d'exercice</i> <i>(2) Emprunt, dettes contractés auprès des associés</i>	16 604
--	--------

FRAIS DE RECHERCHE APPLIQUEE ET DE DEVELOPPEMENT

(Décret 83-1020 du 29-11-1983 -Article 19)

	Recherche fondamentale	Recherche appliquée	Développement	Total
Dépenses de recherche et de développement sans contrepartie spécifique : - n'entrant pas dans le cadre de commande client - entreprises en fonction de clients potentiels			490 117	490 117
Dépenses de recherche et de développement avec contrepartie spécifique : - Etat et collectivités publiques de France - autres clients France - clients étrangers				
Total 1			490 117	490 117
Autres dépenses de recherche et développement : - cotisations parafiscales - subventions versées - acquisitions de résultats de recherche				
Total 2				
TOTAL GENERAL			490 117	490 117

dont inscrit au compte 203 au bilan

490 117

AMORTISSEMENTS FRAIS DE RECHERCHE ET DEVELOPPEMENT

(Décret 83-1020 du 29-11-1983 -Article 19)

Nature des frais de recherche et développement	Valeur brute	Amortissements	% amorti
FRAIS DE RECHERCHE ET DEVELOPPEMENT	490 117	333 067	68,0
Total	490 117	333 067	68,0

PRODUITS A RECEVOIR

(Décret 83-1020 du 29-11-1983 -Article 23)

Produits à recevoir inclus dans les postes suivants du bilan	31/12/2003	31/12/2002
Créances rattachées à des participations		
Autres titres immobilisés		
Prêts		
Autres immobilisations financières		
Créances clients et comptes rattachés	313 132	139 509
Autres créances		
Valeurs mobilières de placement		
Disponibilités		
Total	313 132	139 509

CHARGES A PAYER

(Décret 83-1020 du 29-11-1983 - Article23)

Charges à payer incluses dans les postes suivantes du bilan	31/12/2003	31/12/2002
Emprunts obligataires convertibles		
Autres emprunts obligataires		
Emprunts et dettes auprès des établissements de crédit		
Emprunts et dettes financières divers		
Dettes fournisseurs et comptes rattachés	16 390	14 151
Dettes fiscales et sociales	93 175	28 042
Dettes sur immobilisations et comptes rattachés		
Autres dettes :	8 098	8 618
Total	117 663	50 811

PRODUITS ET CHARGES CONSTATES D'AVANCE

(Décret 83-1020 du 29-11-1983 -Article 23)

Produits constatés d'avance	31/12/2003	31/12/2002
Produits d'exploitation	17 383	12 678
Produits financiers		
Produits exceptionnels		
Total	17 383	12 678

Charges constatées d'avance	31/12/2003	31/12/2002
Charges d'exploitation	6 352	2 819
Charges financières		
Charges exceptionnelles		
Total	6 352	2 819

COMPOSITION DU CAPITAL SOCIAL

(Décret 83-1020 du 29-11-1983 -Article 24-12)

Différentes catégories de titres	Valeur nominale	Nombre de titres			
		Au début de l'exercice	Créés pendant l'exercice	Remboursés pendant exercice	Enfin d'exercice
Actions	0,10	1 000 000			1 000 000

EFFECTIF MOYEN

(Décret 83-1020 du 29-11-1983 -Article 24-22)

	Personnel salarié	Personnel mis à disposition de l'entreprise
Cadres	10	
Agents de maîtrise et techniciens	1	
Employés		
Ouvriers		
Total	11	0

PRODUITS ET CHARGES EXCEPTIONNELS

(Arrêté du 27-04-1982)

Produits exceptionnels	Montant	Imputé au compte
CESSION MATERIEL INFORMATIQUE	15 397	775 200
Total	15 397	

Charges exceptionnelles	Montant	Imputé au compte
PENALITES ET AMENDES	3 737	671 200
CESSION MATERIEL INFORMATIQUE	13 706	675 000
AMORT.EXCEPTIONNELLE FRAIS R&D 2001 - WOKABLE	35 831	687 100
Total	53 275	

RESULTATS ET AUTRES ELEMENTS CARACTERISTIQUES DE LA SOCIETE AU COURS DES CINQ DERNIERS EXERCICES

(Décret n°67-236 du 23-03-1967)

	31/12/1999	31/12/2000	31/12/2001	31/12/2002	31/12/2003
Capital en fin d'exercice					
Capital social	8 644	57 168	100 000	100 000	100 000
Nombre d'actions ordinaires	567	3 750	1 000 000	1 000 000	1 000 000
Nombre d'actions à dividende prioritaire sans droit de vote					
Nbre maximum d'actions à créer :					
- par conversion d'obligations - par droit de souscription					
Opérations et résultat					
Chiffre d'affaires (H.T.)	57 088	257 829	410 307	726 910	1 385 053
Résultat av. impôts, participation, dotations aux amortissements et provisions	-10 712	-140 861	- 262 578	133 775	461 530
Impôts sur les bénéfices		- 64 898	- 55 332		
Participation des salariés					
Résultat ap. impôts, participation, dotations aux amortissements et provisions	-16 278	-113 621	-295 061	22 193	307 274
Résultat distribué					
Résultat par action					
Résultat après impôts, participation, avant dotations aux amortissements et provisions	- 19	- 38	- 0	0	0
Résultat après impôts, participation, dotations aux amortissements et provisions	- 29	- 30	- 0	0	0
Dividende attribué					
Personnel					
Effectif moyen des salariés	3	7	10	8	11
Montant de la masse salariale	58 215	218 744	442 025	346 719	482 992
Montant des sommes versées en avantages sociaux (Sécu. Soc. oeuvres sociales)	16 040	86 063	186 210	118 022	180 375

20.4 Vérification des informations financières historiques

20.4.1 *Rapports du Commissaire aux comptes relatifs à l'exercice clos le 31 décembre 2005*

Rapport général du commissaire aux comptes à l'Assemblée générale ordinaire annuelle appelée à statuer sur les comptes de l'exercice clos le 31 décembre 2005

Mesdames, Messieurs,

En exécution de la mission qui nous a été confiée par votre Assemblée générale en date du 22 mai 2000, nous vous présentons notre rapport relatif à l'exercice de 12 mois, clos le 31 décembre 2005 sur :

- le contrôle des comptes annuels de la société Weborama, tels qu'ils sont joints au présent rapport et faisant apparaître un résultat de 798.605 euros et un total de bilan de 2.511.020 euros,
- la justification de nos appréciations,
- les vérifications spécifiques et les informations prévues par la loi.

Les comptes annuels ont été arrêtés par le Conseil d'administration du 9 mars 2006. Il nous appartient, sur la base de notre audit, d'exprimer une opinion sur ces comptes.

I. - Opinion sur les comptes annuels

Nous avons effectué notre audit selon les normes professionnelles applicables en France ; ces normes requièrent la mise en œuvre de diligences permettant d'obtenir l'assurance raisonnable que les comptes annuels ne comportent pas d'anomalies significatives. Un audit consiste à examiner, par sondages, les éléments probants justifiant les données contenues dans ces comptes. Il consiste également à apprécier les principes comptables suivis et les estimations significatives retenues pour l'arrêté des comptes et à apprécier leur présentation d'ensemble. Nous estimons que nos contrôles fournissent une base raisonnable à l'opinion exprimée ci-après.

Nous certifions que les comptes annuels sont, au regard des règles et principes comptables français, réguliers et sincères et donnent une image fidèle du résultat des opérations de l'exercice écoulé ainsi que de la situation financière et du patrimoine de la société à la fin de cet exercice.

II. - Justification de nos appréciations

En application des dispositions de l'article L. 823-9, 1er alinéa du Code de Commerce relatives à la justification de nos appréciations, introduites par la loi de sécurité financière du 1er août 2003, nous portons à votre connaissance les éléments suivants :

La société a immobilisé au cours de l'exercice des frais de recherche et de développement pour un montant de 207.452 euros. Dans le cadre de notre appréciation des estimations significatives retenues pour l'arrêté des comptes, nous avons été conduits à examiner le respect des conditions d'inscription à l'actif de ces dépenses, en particulier dans le cadre de la réglementation sur les actifs applicable au 1er janvier 2005.

Les appréciations ainsi portées s'inscrivent dans notre démarche d'audit des comptes annuels, pris dans leur ensemble, et ont donc contribué à la formation de notre opinion sans réserve, exprimée dans la première partie de ce rapport.

III. - Vérifications et informations spécifiques

Nous avons également procédé, conformément aux normes professionnelles applicables en France, aux vérifications spécifiques prévues par la loi.

Nous n'avons pas d'observation à formuler sur la sincérité et la concordance avec les comptes annuels des informations données dans le rapport de gestion du Conseil d'administration (du directoire, des gérants) et dans les documents adressés aux actionnaires (associés) sur la situation financière et les comptes annuels.

Fait à Chatou, le 24 mars 2006

BKR Sefitec

Frédéric Lafay

Rapport spécial du commissaire aux comptes sur les conventions réglementées

Exercice clos le 31 décembre 2005

Mesdames, Messieurs,

En notre qualité de commissaire aux comptes de votre société, nous vous présentons notre rapport sur les conventions réglementées.

I. - Convention autorisée au cours de l'exercice

Nous vous informons qu'il ne nous a été donné avis d'aucune convention visée à l'article L. 225-38 du Code de commerce.

Il ne nous appartient pas de rechercher l'existence éventuelle d'autres conventions mais de vous communiquer, sur la base des informations qui nous ont été données, les caractéristiques et les modalités essentielles de celles dont nous avons été avisés, sans avoir à nous prononcer sur leur utilité et leur bien-fondé. Il vous appartient, selon les termes de l'article 92 du décret du 23 mars 1967, d'apprécier l'intérêt qui s'attachait à la conclusion de ces conventions en vue de leur approbation.

Nous avons effectué nos travaux selon les normes professionnelles applicables en France ; ces normes requièrent la mise en œuvre de diligences destinées à vérifier la concordance des informations qui nous ont été données avec les documents de base dont elles sont issues.

II. - Convention approuvée au cours d'exercices antérieurs dont l'exécution s'est poursuivie durant l'exercice

Par ailleurs, en application du décret du 23 mars 1967, nous avons été informés que l'exécution de la convention suivante, approuvée au cours d'exercices antérieurs, s'est poursuivie au cours du dernier exercice.

Rémunération de Monsieur Sunny Paris, administrateur de la société du 1.01.04 au 13.10.2005 et du 02.11.2005 au 31.12.2005

Monsieur Sunny Paris, a perçu au cours de l'exercice clos le 31 décembre 2005 une rémunération au titre de ses fonctions salariées en qualité de Directeur Recherche et Développement.

La rémunération brute annuelle est de 76.133 euros.

Fait à Chatou, le 24 mars 2006

BKR Sefitec
Société de Commissaires aux Comptes
Membre de la Compagnie Régionale de Versailles

Frédéric Lafay

20.4.2 Rapports du Commissaire aux comptes relatifs à l'exercice clos le 31 décembre 2004

Rapport général du commissaire aux comptes à l'Assemblée générale ordinaire annuelle appelée à statuer sur les comptes de l'exercice clos le 31 décembre 2004

Mesdames, Messieurs,

En exécution de la mission qui nous a été confiée par votre Assemblée générale en date du 22 mai 2000, nous vous présentons notre rapport relatif à l'exercice de 12 mois, clos le 31 décembre 2004 sur :

- le contrôle des comptes annuels de la société Weborama, tels qu'ils sont joints au présent rapport,
- la justification de nos appréciations,
- les vérifications spécifiques et les informations prévues par la loi.

Les comptes annuels ont été arrêtés par le Conseil d'administration du 12 mai 2005. Il nous appartient, sur la base de notre audit, d'exprimer une opinion sur ces comptes.

I. - Opinion sur les comptes annuels

Nous avons effectué notre audit selon les normes professionnelles applicables en France ; ces normes requièrent la mise en œuvre de diligences permettant d'obtenir l'assurance raisonnable que les comptes annuels ne comportent pas d'anomalies significatives. Un audit consiste à examiner, par sondages, les éléments probants justifiant les données contenues dans ces comptes. Il consiste également à apprécier les principes comptables suivis et les estimations significatives retenues pour l'arrêté des comptes et à apprécier leur présentation d'ensemble. Nous estimons que nos contrôles fournissent une base raisonnable à l'opinion exprimée ci-après.

Nous certifions que les comptes annuels sont, au regard des règles et principes comptables français, réguliers et sincères et donnent une image fidèle du résultat des opérations de l'exercice écoulé ainsi que de la situation financière et du patrimoine de la société à la fin de cet exercice.

II. - Justification de nos appréciations

En application des dispositions de l'article 225-235, 1° alinéa, du Code de Commerce relatives à la justification de nos appréciations, introduites par la Loi de sécurité financière du 1er août 2003, nous portons à votre connaissance les éléments suivants :

La société a immobilisé au cours de l'exercice des frais de recherche et de développement pour un montant de 178 696 euros. Dans le cadre de notre appréciation des estimations significatives retenues pour l'arrêté des comptes, nous avons été conduits à examiner le respect des conditions d'inscription à l'actif de ces dépenses.

Les appréciations ainsi portées s'inscrivent dans notre démarche d'audit des comptes annuels, pris dans leur ensemble, et ont donc contribué à la formation de notre opinion sans réserve, exprimée dans la première partie de ce rapport.

III. - Vérifications et informations spécifiques

Nous avons également procédé, conformément aux normes professionnelles applicables en France, aux vérifications spécifiques prévues par la loi.

La sincérité et la concordance avec les comptes annuels des informations données dans le rapport de gestion du Conseil d'administration et dans les documents adressés aux actionnaires sur la situation financière et les comptes annuels appellent de notre part l'observation suivante:

- en application de la loi, nous nous sommes assurés que les diverses informations relatives aux prises de participation et de contrôle vous ont été communiquées dans le rapport de gestion.

Fait à Chatou, le 2 juin 2005

BKR Sefitec
Société de Commissaires aux Comptes
Membre de la Compagnie Régionale de Versailles

Frédéric Lafay

Rapport spécial du commissaire aux comptes sur les conventions réglementées

Exercice clos le 31 décembre 2004

Mesdames, Messieurs,

En notre qualité de commissaire aux comptes de votre société, nous vous présentons notre rapport sur les conventions réglementées.

I. - Convention autorisée au cours de l'exercice

Nous vous informons qu'il ne nous a été donné avis d'aucune convention visée à l'article L. 225-38 du Code de commerce.

Il ne nous appartient pas de rechercher l'existence éventuelle d'autres conventions mais de vous communiquer, sur la base des informations qui nous ont été données, les caractéristiques et les modalités essentielles de celles dont nous avons été avisés, sans avoir à nous prononcer sur leur utilité et leur bien-fondé. Il vous appartient, selon les termes de l'article 92 du décret du 23 mars 1967, d'apprécier l'intérêt qui s'attachait à la conclusion de ces conventions en vue de leur approbation.

Nous avons effectué nos travaux selon les normes professionnelles applicables en France ; ces normes requièrent la mise en œuvre de diligences destinées à vérifier la concordance des informations qui nous ont été données avec les documents de base dont elles sont issues.

II. - Convention approuvée au cours d'exercices antérieurs dont l'exécution s'est poursuivie durant l'exercice

Par ailleurs, en application du décret du 23 mars 1967, nous avons été informés que l'exécution de la convention suivante, approuvée au cours d'exercices antérieurs, s'est poursuivie au cours du dernier exercice.

Rémunération de Monsieur Sunny Paris, administrateur de la société

Monsieur Sunny Paris, a perçu au cours de l'exercice clos le 31 décembre 2004 une rémunération au titre de ses fonctions salariées en qualité de Directeur Recherche et Développement.

La rémunération brute annuelle est de 57 598 euros.

Fait à Chatou, le 2 juin 2005

BKR Sefitec
Société de Commissaires aux Comptes
Membre de la Compagnie Régionale de Versailles

Frédéric Lafay

20.4.3 Rapports du Commissaire aux comptes relatifs à l'exercice clos le 31 décembre 2003

Rapport général du commissaire aux comptes à l'Assemblée générale ordinaire annuelle appelée à statuer sur les comptes de l'exercice clos le 31 décembre 2003

Mesdames, Messieurs,

En exécution de la mission qui nous a été confiée par votre Assemblée générale en date du 22 mai 2000, nous vous présentons notre rapport relatif à l'exercice de 12 mois, clos le 31 décembre 2003 sur :

le contrôle des comptes annuels de la société WEBORAMA, tels qu'ils sont joints au présent rapport, la justification de nos appréciations, les vérifications spécifiques et les informations prévues par la loi. Les comptes annuels ont été arrêtés par le Conseil d'administration du 7 mai 2004. Il nous appartient, sur la base de notre audit, d'exprimer une opinion sur ces comptes.

I. - Opinion sur les comptes annuels

Nous avons effectué notre audit selon les normes professionnelles applicables en France ; ces normes requièrent la mise en œuvre de diligences permettant d'obtenir l'assurance raisonnable que les comptes annuels ne comportent pas d'anomalies significatives. Un audit consiste à examiner, par sondages, les éléments probants justifiant les données contenues dans ces comptes. Il consiste également à apprécier les principes comptables suivis et les estimations significatives retenues pour

l'arrêté des comptes et à apprécier leur présentation d'ensemble. Nous estimons que nos contrôles fournissent une base raisonnable à l'opinion exprimée ci-après.

Nous certifions que les comptes annuels sont, au regard des règles et principes comptables français, réguliers et sincères et donnent une image fidèle du résultat des opérations de l'exercice écoulé ainsi que de la situation financière et du patrimoine de la société à la fin de cet exercice.

Sans remettre en cause l'opinion exprimée ci-dessus, nous attirons votre attention sur l'amortissement en totalité, au cours de l'exercice, du solde des frais de développement concernant un logiciel d'analyse de requête pour un montant de 17 998 € enregistré au compte d'amortissement exceptionnel. Ce point avait fait l'objet d'une réserve dans notre précédent rapport.

II. - Justification de nos appréciations

En application des dispositions de l'article L 225-235, 1er alinéa, du Code de Commerce relatives à la justification de nos appréciations, introduites par la Loi sur la sécurité financière du 1er août 2003 et applicables pour la première fois à cet exercice, les appréciations auxquelles nous avons procédé pour émettre l'opinion ci dessus, notamment sur les principes comptables suivis et les estimations significatives retenues pour l'arrêté des comptes ainsi que leur présentation d'ensemble, n'appellent pas de commentaire particulier.

III. - Vérifications et informations spécifiques

Nous avons également procédé, conformément aux normes professionnelles applicables en France, aux vérifications spécifiques prévues par la loi.

A l'exception de l'incidence des faits exposés ci-dessus, nous n'avons pas d'autres observations à formuler sur la sincérité et la concordance avec les comptes annuels des informations données dans le rapport de gestion du Conseil d'administration et dans les documents adressés aux actionnaires sur la situation financière et les comptes annuels. Nous avons également procédé, conformément aux normes professionnelles applicables en France, aux vérifications spécifiques prévues par la loi.

Fait à Rueil Malmaison, le 21 mai 2004

BKR Sefitec Eurus France
Société de Commissaires aux Comptes
Membre de la Compagnie Régionale de Versailles

Frédéric Lafay

Rapport spécial du commissaire aux comptes sur les conventions réglementées

Exercice clos le 31 décembre 2003

Mesdames, Messieurs,

En notre qualité de commissaire aux comptes de votre société, nous vous présentons notre rapport sur les conventions réglementées.

I. - Convention autorisée au cours de l'exercice

Nous vous informons qu'il ne nous a été donné avis d'aucune convention visée à l'article L. 225-38 du Code de commerce.

Il ne nous appartient pas de rechercher l'existence éventuelle d'autres conventions mais de vous communiquer, sur la base des informations qui nous ont été données, les caractéristiques et les modalités essentielles de celles dont nous avons été avisés, sans avoir à nous prononcer sur leur utilité et leur bien-fondé. Il vous appartient, selon les termes de l'article 92 du décret du 23 mars 1967, d'apprécier l'intérêt qui s'attachait à la conclusion de ces conventions en vue de leur approbation.

Nous avons effectué nos travaux selon les normes professionnelles applicables en France ; ces normes requièrent la mise en œuvre de diligences destinées à vérifier la concordance des informations qui nous ont été données avec les documents de base dont elles sont issues.

II. - Conventions approuvées au cours d'exercices antérieurs dont l'exécution s'est poursuivie durant l'exercice

Par ailleurs, en application du décret du 23 mars 1967, nous avons été informés que l'exécution des conventions suivantes, approuvées au cours d'exercices antérieurs, s'est poursuivie au cours du dernier exercice.

Convention d'incubation entre la société Startup Avenue et la société Weborama

La société Startup Avenue fournit à la société Weborama des prestations en termes de locaux, d'équipements et de services. Ces prestations sont rémunérées par une redevance mensuelle payable par avance au 1er jour de chaque mois.

La redevance mensuelle est de 5 336 euros à compter du 1er avril 2001. La convention a pris fin le 30 avril 2004.

La charge de l'exercice est de 21 343 euros.

L'administrateur concerné est Monsieur Alain Levy.

Rémunération de Monsieur Sunny Paris, administrateur de la société

Monsieur Sunny Paris, a perçu au cours de l'exercice clos le 31 décembre 2003 une rémunération au titre de ses fonctions salariées en qualité de Chef de projet – Responsable des recherches et des développements.

La rémunération brute annuelle est de 52 050 euros.

Fait à Rueil Malmaison, le 21 mai 2004

BKR Sefitec Eurus France
Société de Commissaires aux Comptes
Membre de la Compagnie Régionale de Versailles

Frédéric Lafay

20.5 Honoraires du Commissaire aux comptes

En €	Exercice 2005	Exercice 2004	Exercice 2003
Audit			
Commissariat aux comptes	7.000	7.850	5.200
Audit contractuel	-	-	-
Total	7.000	7.850	5.200

20.6 Politique de distribution de dividendes

Pendant la phase de développement intense qui s'annonce, Weborama entend consacrer l'essentiel de ses ressources financières à son développement. Cela n'est pas exclusif d'une ou plusieurs distributions de dividendes au cas ou de nouvelles conditions de marché le justifieraient.

20.7 Procédures judiciaires et d'arbitrage

Il n'y pas eu, au cours des douze derniers mois, de procédure gouvernementale, judiciaire ou d'arbitrage (y compris toute procédure dont la Société a connaissance, qui est en suspens ou dont elle est menacée) qui pourrait avoir ou a eu récemment des effets significatifs sur la situation financière ou la rentabilité de la Société, à l'exception du litige exposé ci-après :

Une procédure de référé a été diligentée par une société concurrente de la Société devant le Tribunal d'Amsterdam, dont l'audience était fixée au 2 mai 2006. Il était reproché à la Société d'avoir porté atteinte à ses droits sur des bases de données, ainsi qu'à ses droits de propriété et d'avoir commis des actes de concurrence déloyale et de parasitisme. La société demanderesse avait sollicité que la Société soit notamment condamnée au paiement d'une somme de 25.000 € à titre d'avance du préjudice subi et de manque à gagner. Par jugement rendu le 18 mai 2006, le Tribunal d'Amsterdam a débouté la société demanderesse en totalité de sa demande en paiement de dommages et intérêts. Il n'est néanmoins pas exclu que la société demanderesse fasse appel de ce jugement

20.8 Changement significatif de la situation financière et commerciale

A notre connaissance, aucun changement significatif n'est intervenu concernant la situation financière ou commerciale de la Société depuis la fin de l'exercice clos au 31 décembre 2005 qui ne soit pas décrit dans le présent document de base.

21 INFORMATIONS COMPLEMENTAIRES

21.1 Capital social

21.1.1 Montant du capital social

A la date d'enregistrement du présent document de base, le capital social s'élève à 239.140 €. Il est divisé en 2.174.000 actions ordinaires de 0,11 € de valeur nominale, intégralement souscrites et libérées.

21.1.2 Capital autorisé non émis

L'Assemblée générale extraordinaire du 17 mai 2006 a consenti les délégations suivantes au Conseil d'administration :

Nature de la délégation	Date d'assemblée	Date d'expiration	Plafond
Emission de valeurs mobilières donnant accès au capital de la Société avec maintien du droit préférentiel de souscription des actionnaires	17 mai 2006	16 juillet 2008	200.000 € *
Emission de valeurs mobilières donnant accès au capital de la Société avec suppression du droit préférentiel de souscription des actionnaires	17 mai 2006	16 juillet 2008	200.000 € *
Augmentation de capital par incorporation de primes, réserves, bénéfices ou autres	17 mai 2006	16 juillet 2008	50.000 € *
Augmentation de capital par émission d'actions réservées aux salariés adhérents d'un plan d'épargne entreprise	17 mai 2006	16 juillet 2008	3 % du capital existant au jour de la décision d'augmentation du capital *
Augmentation de capital par émission d'options de souscription ou d'achat d'actions attribuées aux salariés	17 mai 2006	16 juillet 2008	2 % du capital existant au jour de la décision d'octroi *
Augmentation de capital réservée aux salariés par attribution d'actions gratuites à émettre	17 mai 2006	16 juillet 2008	1 % du capital existant au jour de la décision d'attribution *
Augmentation de capital réservée aux salariés par attribution de bons de souscription de parts de créateur d'entreprise (BSPCE)	17 mai 2006	16 mai 2007	2 % du capital existant au jour de la décision d'attribution *

* le montant nominal maximum global des augmentations de capital susceptibles d'être réalisées dans le cadre des délégations mentionnées dans le tableau ci-dessus serait de 400.000 €.

Concernant les autorisations susmentionnées visant l'émission d'options, l'attribution gratuite d'actions et l'attribution de BSPCE, la Société a entamé une réflexion afin de fidéliser les meilleurs employés et attirer les meilleurs profils, sans avoir arrêté de décision à ce jour.

21.1.3 Autres titres et droits donnant accès au capital

Au jour de l'enregistrement du présent document de base, le capital potentiel est composé exclusivement de bons de souscription de parts de créateur d'entreprise (BSPCE) et de bons de souscription d'actions (BSA) tels que décrits ci-après :

BSPCE

Historique	Plan d'avril 2006	Plan de décembre 2005
Date de l'attribution	20 avril 2006	16 décembre 2005
Nombre total d'actions pouvant être souscrites	173.920	108.700
Nombre d'actions pouvant être souscrites par :		
- les mandataires sociaux	69.568	65.220
- les 10 premiers attributaires salariés	104.352	43.480
Point de départ d'exercice des bons	Immédiat*	Immédiat*
Date d'expiration	19 avril 2011	15 décembre 2010
Prix de souscription	14 €	4,60 €
Nombre d'actions souscrites	0	0
BSPCE annulés durant l'exercice	0	0
BSPCE restants	86.960	54.350

* par tranche

BSA

L'Assemblée générale extraordinaire du 6 juillet 2001 a décidé l'émission avec maintien du droit préférentiel de souscription de 32.021 BSA au prix de 4,90 € le BSA, chaque bon donnant le droit de souscrire à tout moment pendant 10 ans deux actions au prix de 0,11 €.

Sur les 32.021 BSA pouvant être souscrits, seuls 30.612 BSA ont été souscrits par l'Agence nationale de valorisation de la recherche (ANVAR).

En cas d'exercice de la totalité des BSPCE émis et des BSA souscrits par l'ANVAR, 343.844 actions nouvelles pourraient être créées, ce qui représente un taux de dilution maximal de 15,8%.

21.1.4 Titres non représentatifs du capital

A la date du présent document de base, il n'existe aucun titre non représentatif du capital de la Société.

21.1.5 Nombre, valeur comptable et valeur nominale des actions détenues par la Société ou pour son propre compte

A la date du présent document de base, la Société ne détient aucune de ses propres actions et aucune de celles-ci n'est détenue pour son compte.

21.1.6 Informations sur les conditions régissant tout droit d'acquisition et / ou toute obligation attaché(e) au capital souscrit, mais non libéré, ou sur toute entreprise visant à augmenter le capital

Il n'existe aucun droit d'acquisition ou obligation attaché au capital souscrit mais non libéré ou sur toute entreprise visant à augmenter le capital.

21.1.7 Options ou accords portant sur le capital de la Société

Convention ANVAR / Startup Avenue en date du 11 juillet /2001

Le 11 juillet 2001, L'Agence nationale de valorisation de la recherche (ANVAR), d'une part, et les principaux actionnaires de Weborama représentant 95,6% du capital au jour de la signature de la convention, d'autre part, ont signé une convention ayant pour objet de définir les engagements des parties relatifs à l'émission, à la détention et à la cession des BSA émis par Weborama au profit de l'ANVAR. Il est prévu que cette convention, conclue pour une durée initiale de dix ans à compter de la première souscription par l'ANVAR aux BSA émis par Weborama, deviendra automatiquement et de plein droit caduque le premier jour de la cotation des actions Weborama, en cas d'admission à la négociation des titres de Weborama sur Alternext d'Euronext Paris.

Pacte d'actionnaires salariés en date du 5 mai 2006

Le 5 mai 2006, la société Startup Avenue d'une part, Monsieur Rodolphe Rodrigues et les salariés de Weborama d'autre part, ont signé un pacte d'actionnaires salariés.

Les principaux éléments de ce pacte sont les suivants :

- droit de préemption de Startup Avenue en cas de cession par l'un des signataires des actions issues de l'exercice des BCE,
- clause limitant le rythme de cession en fonction de la liquidité du marché, afin d'en limiter l'impact.

21.1.8 Evolution du capital social

Date	Nature de l'opération	Nombre d'actions créées	Nombre d'actions cumulées	Valeur nominale	Montant du capital	Prime d'émission
28/04/98	Constitution sous forme de SARL par apport en numéraire	504	504	100 F	50.400 F	-
03/06/99	Augmentation de capital par apport en numéraire	63	567	100 F	56.700 F	93.700 F
20/04/00	Augmentation de capital par apport en numéraire	6	573	100 F	57.300 F	-
12/05/00	Augmentation de capital par apport en numéraire	27	600	100 F	60.000 F	447.300 F
22/05/00	Augmentation de capital par incorporation de primes	2.400	3.000	100 F	300.000 F	-
30/06/00	Transformation en SA et apport en numéraire	750	3.750	100 F	375.000 F	3.425.000 F
19/01/01	Conversion du capital en euros	-	3.750	100 F	57.168 €	-
	Augmentation de capital par incorporation de primes	-	3.750	26,67 €	100.000 €	-
	Division du nominal	1.000.000	1.000.000	0,1 €	100.000 €	-
02/12/05	Augmentation du capital social à la suite de l'exercice de BSPCE	87.000	1.087.000	0,1 €	108.700 €	125.310 €
17/05/06	Augmentation de capital par incorporation de réserves	-	1.087.000	0,22 €	239.140 €	-
17/05/06	Division de la valeur nominale		2.174.000	0,11 €	239.140 €	

21.1.9 Evolution de l'actionariat

Au 15/09/04 : cession de titres	Nombre de titres détenus avant l'opération	% du capital détenu avant l'opération	Nombre de titres acquis (+) ou cédés (-)	Nombre de titres après l'opération	% du capital détenu après l'opération
Startup Avenue	200.000	20,00%	- 11.526	188.474	18,85%
Rodolphe Rodrigues	196.000	19,60%	- 11.296	184.704	18,47%
François Chassaing	196.000	19,60%	- 11.296	184.704	18,47%
Sunny Paris	196.000	19,60%	- 11.296	184.704	18,47%
Samuel Gaillard	84.000	8,40%	- 4.841	79.159	7,92%
Paul Rodrigues	84.000	8,40%	- 4.841	79.159	7,92%
Fabrice Sintzel	8.000	0,80%		8.000	0,80%
Luis Castanho	8.000	0,80%		8.000	0,80%
Nathalie Zimmermann	4.000	0,40%		4.000	0,40%
Vincent Zimmermann	4.000	0,40%		4.000	0,40%
Jacques-Olivier Martin	4.000	0,40%		4.000	0,40%
Olivier Labesse	4.000	0,40%		4.000	0,40%
Valérie Decroix	4.000	0,40%	- 231	3.769	3,77%
Grégoire Cayatte	4.000	0,40%	- 231	3.769	3,77%
Sébastien Berthon	4.000	0,40%		4.000	0,40%
C Marketing	0	0,00%	+ 55.558	55.558	5,56%
Total	1.000.000	100,00%	0	1.000.000	100,00%

Au 13/10/05 : cession de titres	Nombre de titres détenus avant l'opération	% du capital détenu avant l'opération	Nombre de titres acquis (+) ou cédés (-)	Nombre de titres après l'opération	% du capital détenu après l'opération
Startup Avenue	188.474	18,85%	+ 811.526	1.000.000	100,00%
Rodolphe Rodrigues	184.704	18,47%	- 184.704	0	0,00%
François Chassaing	184.704	18,47%	- 184.704	0	0,00%
Sunny Paris	184.704	18,47%	- 184.704	0	0,00%
Samuel Gaillard	79.159	7,92%	- 79.159	0	0,00%
Paul Rodrigues	79.159	7,92%	- 79.159	0	0,00%
Fabrice Sintzel	8.000	0,80%	- 8.000	0	0,00%
Luis Castanho	8.000	0,80%	- 8.000	0	0,00%
Nathalie Zimmermann	4.000	0,40%	- 4.000	0	0,00%
Vincent Zimmermann	4.000	0,40%	- 4.000	0	0,00%
Jacques-Olivier Martin	4.000	0,40%	- 4.000	0	0,00%
Olivier Labesse	4.000	0,40%	- 4.000	0	0,00%
Valérie Decroix	3.769	3,77%	- 3.769	0	0,00%
Grégoire Cayatte	3.769	3,77%	- 3.769	0	0,00%
Sébastien Berthon	4.000	0,40%	- 4.000	0	0,00%
C Marketing	55.558	5,56%	- 55.558	0	0,00%
Total	1.000.000	100,00%	0	1.000.000	100,00%

Au 25/11/05 : augmentation de capital par exercice de BSPCE	Nombre de titres détenus avant l'opération	% du capital détenu avant l'opération	Nombre de titres acquis (+) ou cédés (-)	Nombre de titres après l'opération	% du capital détenu après l'opération
Startup Avenue	1.000.000	100,00%		1.000.000	92,00%
Pierre-Antoine Sapin	0	0,00%	+ 1.000	1.000	0,09%
Enric Antonetti Joffrion	0	0,00%	+ 2.000	2.000	0,18%
Fabrice Sintzel	0	0,00%	+ 42.000	42.000	3,86%
Luis Castanho	0	0,00%	+ 42.000	42.000	3,86%
Total	1.000.000	100,00%	+ 87.000	1.087.000	100,00%

Au 02/12/05 : cession de titres à Startup Avenue	Nombre de titres détenus avant l'opération	% du capital détenu avant l'opération	Nombre de titres acquis (+) ou cédés (-)	Nombre de titres après l'opération	% du capital détenu après l'opération
Startup Avenue	1.000.000	92,00%	+ 87.000	1.000.000	100,00%
Pierre-Antoine Sapin	1.000	0,09%	- 1.000	0	0,00%
Enric Antonetti Joffrion	2.000	0,18%	- 2.000	0	0,00%
Fabrice Sintzel	42.000	3,86%	- 42.000	0	0,00%
Luis Castanho	42.000	3,86%	- 42.000	0	0,00%
Total	1.087.000	100,00%	0	1.087.000	100,00%

Au 16/12/05 : cession de titres	Nombre de titres détenus avant l'opération	% du capital détenu avant l'opération	Nombre de titres acquis (+) ou cédés (-)	Nombre de titres après l'opération	% du capital détenu après l'opération
Startup Avenue	1.087.000	100,00%	- 32.611	1.054.389	97,00%
Rodolphe Rodrigues	0	0,00%	+ 7.609	7.609	0,70%
François Chassaing	0	0,00%	+ 7.609	7.609	0,70%
Sunny Paris	0	0,00%	+ 7.609	7.609	0,70%
Fabrice Sintzel	0	0,00%	+ 4.892	4.892	0,45%
Luis Castanho	0	0,00%	+ 4.892	4.892	0,45%
Total	1.087.000	100,00%	0	1.087.000	100,00%

Au 10/01/06 : cession de titres	Nombre de titres détenus avant l'opération	% du capital détenu avant l'opération	Nombre de titres acquis (+) ou cédés (-)	Nombre de titres après l'opération	% du capital détenu après l'opération
Startup Avenue	1.054.389	97,00%	- 2	1.054.387	97,00%
Rodolphe Rodrigues	7.609	0,70%		7.609	0,70%
François Chassaing	7.609	0,70%		7.609	0,70%
Sunny Paris	7.609	0,70%		7.609	0,70%
Fabrice Sintzel	4.892	0,45%		4.892	0,45%
Luis Castanho	4.892	0,45%		4.892	0,45%
Alain Levy	0	0,00%	+ 1	1	0,00%
François Mariet	0	0,00%	+ 1	1	0,00%
Total	1.087.000	100,00%	0	1.087.000	100,00%

Prix du titre lors des différentes opérations sur capital entre le 13/10/2005 et le 16/12/2005 :

- 13 octobre 2005 :
cession de titres détenus par l'équipe fondatrice à Startup Avenue : 4,27 € / titre
- 2 décembre 2005 :
cession des titres issus de l'exercice de BSCPE par 4 salariés à Startup Avenue : 4,27 € / titre
- 16 décembre 2005 :
cession de titres par Startup Avenue à l'équipe dirigeante de Weborama : 4,27 € / titre

21.2 Acte constitutif et statuts

21.2.1 Objet social

Selon l'article 2 des statuts, Weborama a pour objet, en France et à l'étranger, la création, installation, transmission, diffusion, cession, location de sites web, de services en ligne, de logiciels, de moteurs de recherche, d'information et d'espaces publicitaires, de données et de fichiers informatiques, et plus généralement de tous types de services associés aux technologies de l'Internet, de l'Intranet, de l'Extranet, et de l'informatique quel qu'en soit le support physique.

Et, généralement, toutes opérations financières, commerciales, industrielles, mobilières et immobilières, pouvant se rattacher directement ou indirectement à l'objet ci-dessus ou à tous objets similaires ou connexes, de nature à favoriser son extension ou son développement.

21.2.2 Dispositions statutaires ou autres relatives aux membres des organes d'administration et de direction

Conseil d'administration (article 12 des statuts)

- Nomination des membres du Conseil d'administration :

La société est administrée par un Conseil d'administration composé de membres dont le nombre minimum et maximum est celui prévu par le Code de commerce. Le nombre des administrateurs ayant dépassé l'âge de 70 ans ne peut pas être supérieur au tiers des administrateurs en fonction; si cette limite est atteinte, l'administrateur le plus âgé est réputé démissionnaire d'office lors de la plus prochaine Assemblée générale.

Les premiers administrateurs sont désignés dans les statuts pour une durée maximum de trois années. Au cours de la vie sociale, les administrateurs sont nommés par l'Assemblée générale ordinaire pour une durée maximum de six ans.

Les administrateurs sont rééligibles. Les sociétés qui font partie du Conseil d'administration doivent, lors de leur nomination, désigner un représentant permanent soumis aux mêmes conditions et obligations qu'un administrateur personne physique.

Pendant toute la durée de son mandat chaque administrateur doit être propriétaire de une (1) action au moins, sauf lorsque les dispositions légales le dispense de cette obligation.

- Organisation et direction du Conseil d'administration :

Le Conseil d'administration élit parmi ses membres personnes physiques un président et détermine sa rémunération. Il fixe la durée des fonctions du président qui ne peut excéder celle de son mandat d'administrateur.

Nul ne peut être nommé président du Conseil d'administration s'il est âgé de plus de 65 ans. Si le président en fonction vient à dépasser cet âge, il est réputé démissionnaire d'office.

Le président organise et dirige les travaux du Conseil d'administration, dont il rend compte à l'Assemblée générale. Il veille au bon fonctionnement des organes de la société et s'assure, en particulier, que les administrateurs sont en mesure de remplir leur mission.

Le Conseil d'administration a la faculté de désigner, parmi ses membres, un vice-président. Le vice-président aura pour mission de présider les réunions du Conseil d'administration en cas d'absence ou d'empêchement du président.

En cas d'absence ou d'empêchement du président et, le cas échéant, du vice-président, le Conseil d'administration désigne le président de la réunion.

Le Conseil d'administration nomme un secrétaire qui peut être choisi, soit parmi les administrateurs, soit en dehors d'eux. Il est remplacé par simple décision du Conseil d'administration.

- Délibérations du Conseil d'administration :

Les administrateurs sont convoqués aux séances du Conseil d'administration par tous moyens et même verbalement, au siège social ou en tout autre endroit, aussi souvent que l'intérêt de la société l'exige.

La présence de la moitié au moins des membres en fonctions, avec un minimum de deux membres, est nécessaire pour la validité des délibérations. Il est tenu un registre de présence signé par les administrateurs assistant à la séance.

Les décisions sont prises à la majorité des voix des membres présents ou représentés; en cas de partage, la voix du président de séance est prépondérante.

Le conseil peut choisir un secrétaire même en dehors de ses membres.

Les délibérations du conseil sont constatées par des procès-verbaux inscrits sur un registre spécial, et signés par le président de séance et au moins par un administrateur ou, en cas d'empêchement du président, par deux administrateurs au moins.

Les copies ou extraits des procès-verbaux des délibérations sont valablement certifiés par le président du Conseil d'administration, le Directeur Général ou un fondé de pouvoir habilité à cet effet.

Tout administrateur peut donner, même par lettre simple, télégramme ou courriel, mandat à un autre administrateur de le représenter à une séance du Conseil d'administration.

Le règlement intérieur établi par le conseil administration peut prévoir que sont réputés présents pour le calcul du quorum et de la majorité, les administrateurs qui participent à la réunion du conseil par des moyens de visioconférence ou de télécommunication conformes à la réglementation en vigueur. Toutefois, les moyens de visioconférence ou de télécommunication ne peuvent pas être utilisés pour l'adoption des décisions suivantes :

- o nomination, rémunération et révocation du président et des directeurs généraux délégués,
- o rémunération et révocation du Directeur Général,
- o arrêté des comptes annuels, des comptes consolidés et établissement du rapport de gestion et du rapport sur la gestion du groupe.

- Pouvoirs du Conseil d'administration :

Le Conseil d'administration détermine les orientations de l'activité de la Société et veille à leur mise en œuvre. Sous réserve des pouvoirs expressément attribués aux assemblées d'actionnaires et dans la limite de l'objet social, il se saisit de toute question intéressant la bonne marche de la Société et règle par ses délibérations les affaires qui la concernent.

Dans les rapports avec les tiers, la Société est engagée même par les actes du Conseil d'administration qui ne relèvent pas de l'objet social, à moins qu'elle ne prouve que le tiers savait que l'acte dépassait cet objet ou qu'il ne pouvait l'ignorer compte tenu des circonstances, étant exclu que la seule publication des statuts suffise à constituer cette preuve.

Direction générale (article 13 des statuts)

- Directeur Général :

La direction générale de la Société est assurée, sous sa responsabilité, soit par le président du conseil administration, soit par une autre personne physique nommée par le conseil administration et portant le titre de Directeur Général.

Le Conseil d'administration choisit entre les deux modalités d'exercice de la direction générale visées à l'alinéa ci-dessus. Les actionnaires et les tiers sont informés de ce choix dans les conditions légales et réglementaires.

Le choix du Conseil d'administration ainsi effectué reste en vigueur jusqu'à une décision contraire du conseil ou, au choix du conseil, pour la durée du mandat du Directeur Général.
Le Directeur Général est toujours rééligible.

Le Directeur Général est investi des pouvoirs les plus étendus pour agir en toute circonstance au nom de la Société. Il exerce ses pouvoirs dans la limite de l'objet social et sous réserve de ceux que la loi attribue expressément aux assemblées d'actionnaires et au Conseil d'administration.

Il représente la Société dans ses rapports avec les tiers. La Société est engagée même par les actes du Directeur Général qui ne relèvent pas de l'objet social, à moins qu'elle ne prouve que le tiers savait que l'acte dépassait cet objet ou qu'il ne pouvait l'ignorer compte tenu des circonstances, étant exclu que la seule publication des statuts suffise à constituer cette preuve.

Le Directeur Général ne peut être âgé de plus de 65 ans. Si le Directeur Général atteignait cette limite d'âge, il serait réputé démissionnaire d'office. Son mandat se prolongerait cependant jusqu'à la prochaine réunion du Conseil d'administration au cours de laquelle le nouveau Directeur Général serait nommé.

Le Conseil d'administration peut le révoquer à tout moment. Si la révocation est décidée sans juste motif, elle peut donner lieu à dommages et intérêts, sauf lorsque le Directeur Général assume les fonctions de président du Conseil d'administration.

Lorsque la direction générale de la Société est assumée par le président du Conseil d'administration, les dispositions applicables au Directeur Général lui sont applicables.

- Directeurs généraux délégués :

Sur la proposition du Directeur Général, le Conseil d'administration peut donner mandat à une ou plusieurs personnes physiques d'assister le Directeur Général, en qualité de Directeur Général délégué.

Le Directeur Général délégué est toujours rééligible.

En accord avec le Directeur Général, le Conseil d'administration détermine l'étendue et la durée des pouvoirs conférés aux directeurs généraux délégués. Le Conseil d'administration fixe leur rémunération.

A l'égard des tiers, les directeurs généraux délégués disposent des mêmes pouvoirs que le Directeur Général, les directeurs généraux délégués ont notamment le pouvoir d'ester en justice.

Le nombre de directeurs généraux délégués ne peut être supérieur à deux.

Le ou les directeurs généraux délégués sont révocables à tout moment par le Conseil d'administration, sur proposition du Directeur Général. La révocation décidée sans juste motif peut donner lieu à dommages-intérêts.

Un Directeur Général délégué ne peut être âgé de plus de 65 ans. Si un Directeur Général délégué en fonction atteignait cette limite d'âge, il serait réputé démissionnaire d'office. Son mandat pourrait toutefois se prolonger jusqu'à la réunion la plus prochaine du Conseil d'administration au cours de laquelle un nouveau Directeur Général délégué serait nommé.

Lorsque le Directeur Général cesse ou est empêché de ses fonctions, le ou les directeurs généraux délégués conservent, sauf décision contraire du Conseil d'administration, leurs fonctions et leurs attributions jusqu'à la nomination du nouveau Directeur Général.

21.2.3 Droits et obligations attachés aux actions de la Société

(Article 8 des statuts tel que modifié par l'Assemblée générale du 17 mai 2006)

Chaque action donne droit, dans les bénéfices, l'actif social et le boni de liquidation, à une part proportionnelle à la quotité du capital qu'elle représente.

Le droit de vote attaché aux actions est proportionnel à la quotité de capital qu'elles représentent et chaque action donne droit à une voix au moins.

Toutefois, un droit de vote double de celui conféré aux autres actions, eu égard à la quotité du capital qu'elles représentent, est attribué à toutes les actions entièrement libérées pour lesquelles il est justifié d'une inscription nominative depuis deux (2) ans au moins au nom d'un même actionnaire et de personnes dont il tient ses droits, soit par succession ab intestat ou testamentaire, soit par partage de communauté de biens entre époux, soit par donation entre vifs reçue d'un conjoint ou d'un parent au degré successible.

En cas d'augmentation de capital par incorporation de réserves, bénéfices ou primes d'émission, ce droit de vote double est conféré, dès leur émission, aux actions nominatives attribuées gratuitement à un actionnaire à raison des actions anciennes pour lesquelles il bénéficie de ce droit.

Le droit de vote appartient à l'usufruitier dans toutes les assemblées générales ordinaires et au nu-propriétaire dans toutes les assemblées générales extraordinaires. Cependant, les actionnaires peuvent convenir entre eux de toute autre répartition pour l'exercice du droit de vote aux assemblées générales; dans ce cas, ils devront porter leur convention à la connaissance de la société par lettre recommandée avec avis de réception adressée au siège social. La Société sera tenue de respecter cette convention pour toute assemblée qui se réunirait 5 jours au moins après réception de la notification de ladite convention.

Chaque fois qu'il est nécessaire de posséder plusieurs actions pour exercer un droit quelconque, les titres isolés ou en nombre inférieur à celui requis ne confèrent aucun droit contre la Société, les actionnaires devant faire leur affaire personnelle du groupement et, éventuellement, de l'achat ou de la vente du nombre d'actions ou de droits nécessaires.

21.2.4 Modalités de modification des droits des actionnaires

Les droits de actionnaires tels que figurant dans les statuts de la Société ne peuvent être modifiés que par une Assemblée générale extraordinaire.

21.2.5 Assemblées générales d'actionnaires

(Article 15 des statuts tel que modifié par l'Assemblée générale du 17 mai 2006)

Assemblées générales ordinaires

L'Assemblée générale ordinaire peut prendre toutes les décisions à l'exception de celles qui ont pour effet de modifier les statuts.

Elle se réunit au moins une fois par an, dans les six mois qui suivent la clôture de chaque exercice social pour statuer sur les comptes de cet exercice et le cas échéant les comptes consolidés.

Elle peut conférer au Conseil d'administration les autorisations nécessaires pour les actes de gestion excédant les pouvoirs de celui-ci.

Elle a notamment les pouvoirs suivants : nommer ou révoquer les administrateurs ou les commissaires aux comptes, approuver ou refuser les nominations d'administrateurs cooptés par le Conseil d'administration à titre provisoire, donner ou refuser son quitus aux administrateurs en fonction, statuer sur le rapport spécial des commissaires aux comptes concernant les conventions

intervenues entre la Société et ses dirigeants ou ses actionnaires, fixer le montant des rémunérations du commissaire aux comptes et celui des jetons de présence alloués aux administrateurs.

Elle statue sur toutes les questions relatives aux comptes de l'exercice écoulé, affecte les résultats.

Tous les actionnaires peuvent participer aux délibérations et prendre part aux votes sur les résolutions pourvu que les actions détenues soient entièrement libérées des versements exigibles.

Pour délibérer valablement, l'Assemblée générale doit être composée, en première convocation, d'un nombre d'actionnaires représentant au moins le cinquième du capital social. Si cette condition n'est pas remplie, l'Assemblée générale réunie sur seconde convocation peut alors délibérer valablement quel que soit le nombre des actions représentées, mais exclusivement sur les objets figurant à l'ordre du jour de la précédente réunion.

Les décisions de l'Assemblée générale ordinaire des actionnaires sont prises à la majorité plus une, des voix dont disposent les actionnaires présents ou représentés.

Assemblées générales extraordinaires

L'Assemblée générale extraordinaire peut prendre toutes décisions et apporter toutes modifications aux présents statuts dans leurs dispositions.

L'Assemblée générale extraordinaire se compose de tous les actionnaires de la Société, quel que soit le nombre d'actions dont ils sont propriétaires pourvu qu'elles soient libérées des versements exigibles.

Ses décisions sont prises à la majorité des deux tiers des voix dont disposent les actionnaires présents ou représentés.

L'Assemblée générale ne délibère valablement que si les actionnaires présents ou représentés possèdent au moins, sur première convocation, le quart et, sur deuxième convocation, le cinquième des actions ayant le droit de vote. A défaut de quorum, cette seconde assemblée peut être prorogée dans les mêmes conditions de convocation et de réunion, à une date ultérieure de deux mois au plus à partir du jour auquel elle avait été convoquée.

Nonobstant ce qui précède et par dérogation légale, l'Assemblée générale extraordinaire qui doit décider d'une augmentation de capital par incorporation de réserves, bénéfices ou primes d'émission, pourra statuer aux conditions de quorum et de majorité d'une Assemblée générale ordinaire.

Convocation - Accès aux assemblées générales - Pouvoirs

Les assemblées d'actionnaires sont convoquées et délibèrent dans les conditions prévues par la loi.

Les réunions ont lieu, soit au siège social, soit dans un autre lieu précisé dans l'avis de convocation.

Les décisions des actionnaires sont prises en assemblées générales ordinaires, extraordinaires, spéciales ou mixtes selon la nature des décisions qu'elles sont amenées à prendre.

Tout actionnaire a le droit d'assister aux assemblées générales et de participer aux délibérations, personnellement ou par mandataire, dans les conditions prévues à l'article L. 225-106 du Code de commerce.

Le droit des actionnaires de participer ou de se faire représenter aux assemblées générales est subordonné :

- pour les titulaires d'actions nominatives, à leur inscription dans les comptes tenus par la Société ;
- pour les titulaires d'actions au porteur, au dépôt, aux lieux indiqués par l'avis de convocation, d'un certificat délivré par l'intermédiaire teneur de leur compte, constatant l'indisponibilité des actions inscrites en compte jusqu'à la date de

l'assemblée. La révocation expresse de l'inscription ou de l'indisponibilité ne pourra intervenir que conformément aux dispositions impératives en vigueur.

Ces formalités doivent être accomplies au plus tard cinq (5) jours calendaires avant la date de la réunion. Toutefois, le Conseil d'administration, par voie de mesure générale, peut réduire ce délai qui sera alors indiqué dans l'avis de réunion.

Tout actionnaire peut se faire représenter par son conjoint ou par un autre actionnaire dans toutes les assemblées. Il peut également voter par correspondance au moyen d'un formulaire dont il peut obtenir l'envoi dans les conditions indiquées par l'avis de convocation à l'assemblée conformément aux dispositions légales et réglementaires applicables. L'assistance personnelle de l'actionnaire à l'assemblée annule tout vote par correspondance ou tout vote par procuration. De même, en cas de conflit entre le vote par procuration et le vote par correspondance, le vote par procuration prime le vote par correspondance quelle que soit la date respective de leur émission. En cas de vote par correspondance, il ne sera tenu compte, pour le calcul du quorum, que des formulaires dûment complétés et reçus par la société, trois (3) jours calendaires au moins avant la date de l'assemblée.

Enfin, tout actionnaire pourra participer aux assemblées générales par visioconférence ou par tous moyens de télécommunication dans les conditions fixées par les loi et règlements et qui seront mentionnés dans l'avis de réunion ou de convocation de l'assemblée.

Les assemblées sont présidées par le président du Conseil d'administration ou, en son absence, par le vice-président et, à défaut, par un administrateur spécialement délégué à cet effet par le conseil. A défaut, l'assemblée élit elle-même son président.

Le bureau désigne le secrétaire qui peut être choisi en dehors des membres de l'assemblée.

Il est tenu une feuille de présence établie dans les formes légales et certifiée exacte par le bureau de l'assemblée.

Les personnes habilitées à certifier conforme les copies et extraits des procès-verbaux des délibérations des assemblées générales sont déterminées conformément aux dispositions légales et réglementaires en vigueur.

21.2.6 Dispositifs permettant de retarder, différer ou empêcher un changement de contrôle

Les statuts de la Société ne contiennent pas de dispositifs permettant de retarder, différer ou empêcher un changement de contrôle.

21.2.7 Franchissements de seuils statutaires

(Article 11 des statuts tel que modifié par l'Assemblée générale du 17 mai 2006)

Outre l'obligation légale d'information, toute personne physique ou morale, agissant seule ou de concert, qui vient à posséder, de quelque manière que ce soit, au sens des articles L. 233-7 et suivants du Code de commerce, un nombre de titres de capital représentant une fraction égale à 2% du capital et/ou des droits de vote aux assemblées, doit informer la Société du nombre total d'actions et de droits de vote qu'elle possède, ainsi que des valeurs mobilières qu'elle possède donnant accès à terme au capital et des droits de vote qui y sont potentiellement attachés, par lettre recommandée avec demande d'avis de réception adressée au siège social, ou par tout autre moyen équivalent pour les actionnaires ou porteurs de titres résidents hors de France, dans un délai de 5 jours de bourse à compter du franchissement de l'un de ces seuils. Cette information est renouvelée pour la détention de chaque fraction additionnelle de 2% du capital ou des droits de vote sans limitation.

Cette obligation d'information s'applique dans les mêmes conditions que celles prévues ci-dessus chaque fois que la fraction du capital social et/ou des droits de vote possédée devient inférieure à l'un des seuils prévus ci-dessus.

En cas de non-respect des stipulations ci-dessus, les actions excédant le seuil donnant lieu à déclaration sont privées du droit de vote si cette privation est demandée et consignée dans le procès-verbal de l'Assemblée par un ou plusieurs actionnaires possédant ensemble ou séparément, 2% au moins du capital et/ou des droits de vote de la société, dans les conditions visées à l'article L. 233-7 avant dernier alinéa du Code de commerce.

En outre toute personne physique ou morale, agissant seule ou de concert, qui vient à franchir à la hausse ou à la baisse des seuils de participation représentant 50% ou 95% du capital ou des droits de vote doit en informer la Société par lettre recommandée avec demande d'avis de réception. La Société rend cette information publique dans un délai de 5 jours suivant celui où elle en a connaissance.

21.2.8 Stipulations particulières régissant les modifications du capital

Il n'existe aucune stipulation particulière dans les statuts de la Société régissant les modifications de son capital.

22 CONTRATS IMPORTANTS

Le 14 octobre 2002 a été signé un contrat de régie publicitaire qui permet à C-Marketing de vendre l'espace publicitaire de l'ensemble des sites Internet utilisant gratuitement les outils de Weborama et sur le site weborama.fr. Un avenant du 31 octobre 2003 a prolongé ce contrat jusqu'au 30 juin 2005. Un second avenant signé le 1er juillet 2004 proroge le contrat initial jusqu'au 30 juin 2008. Ce second avenant comporte une faculté de tacite reconduction par périodes de deux années sauf dénonciation par lettre recommandée neuf mois avant l'échéance.

Le 16 octobre 2003 a été signé un contrat exclusif de fourniture de solutions de diffusion publicitaire on-line par lequel C-Marketing s'engage à utiliser exclusivement les outils de diffusion publicitaire de Weborama. Par avenant en date du 1er juillet 2004 ce contrat a été prorogé jusqu'au 30 juin 2008. Ce second avenant comporte une faculté de tacite reconduction par périodes de deux années sauf dénonciation par lettre recommandée 9 mois avant l'échéance.

Aux termes de l'article 7 de ce contrat, si ce contrat est rompu ou non renouvelé l'autre contrat de régie publicitaire pourra être rompu. De même si le contrat de régie publicitaire est rompu ou non renouvelé le contrat exclusif de fourniture de diffusion de solution publicitaires on-line pourra être rompu.

Le prestataire peut rompre le contrat si le nombre de visiteurs uniques du réseau Weborama est inférieur à 400.000 par jour en moyenne sur un trimestre, moyennant un préavis de 30 jours par LRAR.

Le nombre de visiteurs sur le réseau Weborama est actuellement de 1.500.000 utilisateurs par jour. C-Marketing n'a donc pas la possibilité de rompre le contrat en invoquant cette clause.

23 INFORMATIONS PROVENANT DE TIERS, DECLARATIONS D'EXPERTS ET DECLARATIONS D'INTERETS

Néant.

24 DOCUMENTS ACCESSIBLES AU PUBLIC

L'ensemble des documents sociaux de la Société devant être mis à la disposition des actionnaires est consultable au siège social de la Société.

Peuvent notamment être consultés :

- l'acte constitutif et les statuts de la Société ;
- tous rapports, courriers et autres documents, informations financières historiques, évaluations et déclarations établis par un expert à la demande de la Société, dont une partie est incluse ou visée dans le document de base ;
- les informations financières historiques de la Société et du Groupe pour chacun des deux exercices précédant la publication du document de base.

La Société entend communiquer ses résultats financiers conformément aux exigences des lois et réglementations en vigueur.

25 INFORMATIONS SUR LES PARTICIPATIONS

Voir chapitre 7 « Organigramme », paragraphe 7.2.