



Communiqué de presse du 12 Avril 2016

WEBORAMA « RESEARCH SPONSOR » D'ATS PARIS 2016

ATS Paris 2016 se tiendra mercredi 13 Avril à partir de 8h45 au Palais Brongniart place de la Bourse à Paris.

Weborama sera cette année « Research Sponsor » d'ATS PARIS 2016.

Comme lors des éditions précédentes, ce rendez-vous s'annonce comme l'événement parisien réunissant le plus grand nombre d'experts venus de toute l'Europe dans le domaine de la data appliquée à la publicité.

Interviendront notamment les dirigeants des sociétés The Trade Desk, AppNexus, Rubicon Project, Orange Advertising, Vivaki ou encore M Publicité.

Mathieu Roche, Directeur du développement international du groupe Weborama interviendra lors de la table-ronde de 10h20 consacrée à la data et aux DMP. Il présentera en introduction une restitution des résultats détaillés de l'étude « DMP Europe ».

« DMP Europe », réalisée par Exchange Wire – organisateur d'ATS Paris 2016 – et Weborama, est la première étude quantitative et qualitative proposant un état des lieux de l'utilisation des Data Management Platforms en Europe.

Complétant les bases de données CRM/PRM et étendant leur champ d'application, les Data Management Platforms (DMPs) sont le centre névralgique des entreprises « customer- » et « data-centric ». Portées par la digitalisation des interactions entre les marques et leur prospects/clients, **les DMP s'imposent comme une brique essentielle de l'arsenal technologique des directions marketing.**

L'étude menée par Exchangewire et Weborama est la première étude d'envergure sur l'usage des DMPs en Europe. Grâce aux réponses fournies par près de 400 annonceurs, éditeurs, agences et consultants au UK, en France, en Espagne, en Italie, en Allemagne, en Hollande et dans les pays d'Europe du Nord et de l'Est, complétées par des interviews de plusieurs experts du secteur, cette étude offre des réponses aux questions fondamentales portant sur le marché des DMPs aujourd'hui :

- Quel est le niveau d'équipement des annonceurs et des éditeurs Européens en matière de DMP ?
- Quels sont les principaux cas d'application de ces technologies ?
- Quels retours d'expérience peut-on retenir de la part d'acteurs ayant mis en place une DMP ?
- Quels sont les enjeux organisationnels et fonctionnels liés à la mise en place des DMPs
- Quels sont les principaux freins à leur adoption ?
- Comment évaluer le retour sur investissement d'un projet DMP ?



Cotée à Paris sur Alternext (Alweb), opérant dans une trentaine de pays à travers sept bureaux - Paris, Moscou, Miami, Amsterdam, Madrid, Milan, Lisbonne – et forte de 220 collaboratrices et collaborateurs, **Weborama est une "data company" de nationalité française leader en Europe**, qui accompagne les stratégies globales des entreprises de tous les secteurs économiques souhaitant placer la data au cœur de leur activité. **En 2015, le Groupe Weborama a réalisé un chiffre d'affaires de 26,1 M€ - en croissance organique de 17% - dont près de 70% à l'international.**

Weborama, data company, apporte à ses clients :

1/ **un patrimoine data exclusif de 500 millions de profils qualifiés** (third party) actifs dans 10 pays, qui permet la mise en œuvre immédiate de stratégies de conquête de business par la data.

2/ **une plateforme de technologies exclusives** au service de la stratégie : WAM (DMP, data management platform), WCM (adserving) et WAI (analytics).

3/ **une équipe experte de la data depuis plus de 15 ans** – linguistes, analystes, data scientists, ingénieurs...- prodiguant conseil stratégique et accompagnement humain des entreprises dans leurs démarches data, avec pour philosophie l'empowerment des équipes de nos clients afin de leur transférer tout le savoir-faire data et la maîtrise des outils technologiques et des interfaces,

4/ **une expérience des règles de gouvernance éthique** que toute entreprise engagée dans une stratégie data globale doit adopter.

Weborama a reçu le label Excellence de la BPI et bénéficie de la meilleure cotation Banque de France E3++. Weborama est également Organisme de Recherche et de Formation agréé.

Les deux marchés de Weborama

1/ Weborama est leader Européen du « data advertising » et développe désormais ses activités en Amérique Latine. Le groupe accompagne les annonceurs et leurs agences médias dans l'élaboration et la mise en œuvre de campagnes publicitaires digitales intelligentes, qui optimisent de façon continue et durable le ciblage et le ROI. Weborama accompagne les éditeurs de médias (TV, Radio, Presse) pour qualifier et valoriser leurs audiences digitales et répondre ainsi à la demande des annonceurs. Ses principaux concurrents sont DoubleClick (Google), Atlas (Facebook), Sizmek (USA) et Adform (Suède).

2 / Weborama accompagne les entreprises engagées dans une démarche globale de « data strategy », telles que Axa, La Redoute, le groupe Les Echos, le groupe La Poste ou le groupe Le Monde. Ce marché, sur lequel Weborama a été précurseur, est en phase de décollage. Weborama accompagne les entreprises dans le pilotage global de leur marketing par la data. Les enjeux sont la connaissance des comportements et attentes de leurs clients, plus généralement des évolutions de leurs marchés et des risques concurrentiels. La démarche proposée par Weborama favorise un décloisonnement horizontal des fonctions dans l'entreprise et une ouverture vers de nouveaux business. Le processus data augmente de façon continue et durable la connaissance-client et les performances de conquête de l'entreprises, donc sa valeur (data goodwill). Les concurrents de Weborama sont Oracle, Adobe, Google et Krux (USA).

www.weborama.com