

miliboo

COMMUNIQUÉ DE PRESSE



LA NOUVELLE MARQUE DIGITALE D'AMEUBLEMENT

NE PAS PUBLIER, TRANSMETTRE OU DISTRIBUER, DIRECTEMENT OU INDIRECTEMENT, AUX ÉTATS-UNIS, CANADA, AUSTRALIE OU JAPON

MILIBOO ANNONCE L'ENREGISTREMENT DE SON DOCUMENT DE BASE DANS LE CADRE DE SON PROJET D'INTRODUCTION EN BOURSE

Chavanod, le 17 novembre 2015

Miliboo, la nouvelle marque digitale d'ameublement, annonce l'enregistrement de son Document de base par l'Autorité des marchés financiers (AMF) sous le numéro I.15-079 en date du 16 novembre 2015.

L'enregistrement du Document de base constitue la première étape du projet d'introduction en Bourse de Miliboo sur le marché Alternext Paris, sous réserve des conditions de marché et de la délivrance par l'AMF d'un visa sur le prospectus relatif à l'opération.

MILIBOO : LA MARQUE DIGITALE D'AMEUBLEMENT QUI MONTE

Créée en 2005 par Guillaume Lachenal et Aline Buscemi, Miliboo conçoit et distribue des meubles « tendance » et exclusifs, avec aujourd'hui plus de 2 500 références commercialisées en marque propre et à prix compétitifs sur son site e-commerce www.miliboo.com.

En quelques années, Miliboo a construit avec succès une marque reconnue auprès de ses clients dans l'univers de l'ameublement. Plus de 5 millions de visiteurs uniques ont fréquenté le site en 2014-15, soit une hausse de +38% sur un an. Miliboo est aujourd'hui propriétaire d'une base de données qualifiée de plus de 190 000 clients.

Basée à Chavanod (74) avec un entrepôt de stockage à Fos-sur-Mer (13), Miliboo réalise 85% de son activité dans l'Hexagone et couvre déjà 7 pays d'Europe (Espagne, Italie, Allemagne, Grande-Bretagne, Suisse, Belgique et Luxembourg).

DES CHOIX STRATÉGIQUES DIFFÉRENCIANTS

Miliboo a opté dès sa création pour les choix stratégiques suivants :

- **Une capacité à proposer une livraison très rapide** (24 à 72h en France et 3 à 5 jours en Europe) grâce à la disponibilité immédiate des produits. Ce facteur déclencheur de l'achat chez les internautes est un atout concurrentiel majeur là où la plupart des autres sites d'ameublement présentent des délais de livraison de plusieurs jours, voire plusieurs semaines.
- **Une offre exclusive et originale** : les collections sont créées par les designers de Miliboo, ce qui permet à la société de se distinguer de ses concurrents avec des produits exclusifs et parfois personnalisables (offre « Up to you »). La société fait également appel à des designers reconnus, comme Thomas Mandorla ou Louis Aspar, pour proposer des produits inédits.
- **Une maîtrise complète de la chaîne de valeur** : le contrôle qualité de la production, confiée à 80 usines partenaires soigneusement sélectionnées en Asie et en Europe de l'Est, ainsi que le pilotage de la logistique, sont effectués par les équipes de Miliboo (filiale en Chine) sur la base d'un outil software élaboré en interne. La société réalise également l'ensemble des fonctions marketing et a conservé la maîtrise des relations avec ses clients.

UNE STRATÉGIE DIGITALE OMNICANALE : SITES INTERNET ET BOUTIQUE CONNECTÉE

La très grande majorité du chiffre d'affaires (84%) est réalisée par le biais du site Internet décliné en plusieurs langues. Pour le solde, la société s'appuie de manière sélective sur des places de marché (comme La Redoute ou Rue du Commerce) essentiellement dans le but d'accroître sa notoriété : les produits étant commercialisés exclusivement sous marque Miliboo.

Afin de compléter ce dispositif en ligne, Miliboo a inauguré en octobre 2014 la première « Milibootik », un concept innovant de boutique « digitale », récompensé par la Médaille d'or du Prix des enseignes les plus connectées à la Nuit du Commerce Connecté 2014.

Ce concept store de 600 m², situé au 100, rue Réaumur à Paris, permet de présenter les *best sellers* de la marque, mais est également un marqueur fort d'innovation en matière de produits mais aussi d'expérience d'achat.

La « Milibootik » propose en effet en avant-première certaines innovations produits, comme le premier canapé connecté qui intègre des options telles que le *bluetooth* pour écouter de la musique, le chargeur à induction pour tablettes et smartphones, ou encore la télécommande universelle.

La boutique connectée propose également une nouvelle expérience d'achat avec, par exemple, la présence d'écrans tactiles interactifs par univers. Une application dédiée offre la possibilité de consulter directement les fiches produits et d'ajouter ces derniers à son panier. Par ailleurs, le concept HomeByMe¹ permet une immersion 3D : le client se promène virtuellement dans la pièce qu'il souhaite meubler avec les produits Miliboo.

Dès la première année, le succès de cette première boutique a confirmé l'effet vertueux attendu, à savoir une plus grande visibilité pour la marque et un facteur de confiance pour les clients. Dans les années à venir, Miliboo envisage de dupliquer ce concept, de manière très ciblée, dans ses principales zones géographiques de chalandise.

DOUBLEMENT DU CHIFFRE D'AFFAIRES TOUS LES 2 ANS

Miliboo a réalisé 14,2 M€ de chiffre d'affaires au cours de son dernier exercice comptable (clôturé le 30 avril 2015), en hausse de 38% par rapport à l'exercice 2013-14. Sur les 5 dernières années, la société a doublé son activité tous les 2 ans, uniquement par croissance organique.

Employant une cinquantaine de salariés (filiales incluses), Miliboo affiche une marge brute² élevée de 42,3% en 2014-15, en progression régulière depuis trois ans, et ce malgré sa forte croissance. Ceci traduit une excellente maîtrise des achats et des coûts liés à la livraison et au traitement des commandes.

Après un exercice 2013-14 rentable, qui prouve la pertinence du modèle dans un contexte de forte croissance, Miliboo a généré une légère perte en 2014-15 (perte nette à -0,9 M€), directement liée au renforcement des structures pour préparer la croissance des années à venir (emménagement dans un nouveau siège social notamment). Cet exercice a également été marqué par l'ouverture de la Milibootik au second semestre. La société compte poursuivre ses efforts pour alimenter sa croissance.

Au 30 avril 2015, les capitaux propres s'élevaient à 3,7 M€ pour un endettement net de 0,9 M€.

DE FORTES AMBITIONS DE DÉVELOPPEMENT

Miliboo entend conforter sa place parmi les acteurs de référence des enseignes digitales de l'ameublement au niveau européen et capitalisera sur la qualité et le positionnement de son offre.

¹ En partenariat avec Dassault Systèmes

² La marge brute « finale client » correspond au chiffre d'affaires + production immobilisée – achats de marchandises – sous-traitance production – frais de transports sur achats et sur ventes + ou - variations de stocks.

Evoluant sur un marché de taille importante (1,7 Md€ d'achats de meubles par Internet rien qu'en France³), Miliboo s'appuiera sur son modèle de développement éprouvé en continuant d'élargir progressivement son offre, en amplifiant la notoriété de sa marque, et en poursuivant ses innovations technologiques (lancement de la gamme de meubles connectés prévue dès 2016).

La stratégie d'expansion géographique repose sur plusieurs axes, sous réserve d'avoir les moyens de financements nécessaires :

- Poursuite du développement rapide dans les pays d'Europe où la société est déjà présente, avec notamment le maintien d'une pression marketing en France et un renforcement de la présence en Espagne et en Italie;
- Démarrage des ventes au Royaume-Uni, le plus vaste marché européen de l'e-commerce (127,2 Mds€⁴ en 2015, soit plus de 2 fois le marché français). Après un travail en amont qui a permis de conforter la pertinence de l'offre sur ce marché et de s'assurer de la qualité du dispositif logistique, Miliboo prévoit de lancer ses premières campagnes marketing dès 2016 ;
- Duplication du succès de la boutique connectée sur des villes très ciblées, dès lors que l'activité e-commerce générée sur la zone le justifie ;
- Lancement « test » aux Etats-Unis, sur un marché qui évolue de plus en plus vers une recherche de mobilier tendance et contemporain. Le développement se fera via des places de marché afin de limiter les investissements.

Cette croissance forte attendue au cours des prochaines années devrait permettre de déclencher un cycle vertueux au niveau de la rentabilité grâce à l'effet volume et à une meilleure absorption des coûts fixes.

MISE À DISPOSITION DU DOCUMENT DE BASE

Le Document de base est disponible sans frais et sur simple demande auprès de Miliboo (Parc Altaïs, 17 rue Mira, 74650 Chavanod) ainsi que sur les sites Internet de la société (www.miliboo-bourse.com) et de l'AMF (www.amf-france.org).

FACTEURS DE RISQUE

L'attention du public est attirée sur le chapitre 4 « facteurs de risque » du Document de base enregistré par l'AMF.

³ Sources : Fevad avec Fédération Française de la Chaussure, FJP-NPD, GfK, IFM, Insee, Kantar Worldpanel, PhoCusWright/L'Echo touristique, Nielsen, UNIBAL-CREDOC

⁴ Source : e-commerce Europe

A propos de Miliboo

Créé en 2005, Miliboo est un acteur majeur de la conception et de la vente de mobilier « tendance », modulable et personnalisable sur Internet, avec la particularité de garantir une livraison en 24 à 72h en France. Avec près de 2 500 références essentiellement vendues sur son site www.miliboo.com et dans la « Milibootik », un point de vente physique situé au 100, rue Réaumur à Paris, la société propose des gammes complètes de meubles pour toute la maison.

Miliboo contrôle l'ensemble de la chaîne de valeur : conception/design, contrôle qualité (filiale en Chine), outils logistiques, marketing et relations clients sont internalisés. Basée à Chavanod (74) et disposant d'un entrepôt à Fos-sur-Mer (13), opéré par un prestataire extérieur, la société est commercialement présente dans 8 pays d'Europe : la France, l'Italie, l'Allemagne, la Grande-Bretagne, l'Espagne, la Suisse, la Belgique et le Luxembourg.

Miliboo et ses filiales emploient une cinquantaine de salariés (dont 8 en Chine et 4 au sein de la Milibootik). La société a réalisé 14,2 M€ de chiffre d'affaires au cours de l'exercice 2014-15 (clôture au 30 avril 2015), en hausse de 38% par rapport à l'exercice 2013-14. Les ventes sont réalisées principalement en France (85% du chiffre d'affaires 2014-15) et en Europe (15% du chiffre d'affaires).

Contacts

ACTUS finance & communication

Caroline LESAGE - Relations Investisseurs

Tél. 01 53 67 36 79

investisseurs@miliboo.com

ACTUS finance & communication

Nicolas BOUCHEZ - Relations presse

Tél. 01 53 67 36 74

nbouchez@actus.fr

Avertissement

Le présent communiqué de presse, et les informations qu'il contient, ne constitue ni une offre de vente ou de souscription, ni la sollicitation d'un ordre d'achat ou de souscription, des actions de Miliboo (les « Actions ») dans un quelconque pays. Aucune offre d'Actions n'est faite, ni ne sera faite en France, préalablement à l'obtention d'un visa de l'Autorité des marchés financiers (l'« AMF ») sur un prospectus composé du document de base, objet de ce communiqué, et d'une note d'opération qui sera soumise ultérieurement à l'AMF.

Le présent communiqué ne constitue pas et ne saurait être considéré comme constituant une offre au public, une offre d'achat ou de souscription ou comme destiné à solliciter l'intérêt du public en vue d'une opération par offre au public.

Le présent communiqué constitue une communication à caractère promotionnel et non pas un prospectus au sens de la Directive 2003/71/CE du parlement européen et du conseil du 4 novembre 2003 telle que modifiée, notamment par la Directive 2010/73/UE du Parlement européen et du Conseil du 24 novembre 2010, telle que modifiée et telle que transposée dans chacun des Etats membres de l'Espace Economique Européen (la « Directive Prospectus »).

S'agissant des Etats membres de l'Espace Economique Européen autres que la France (les « États membres ») ayant transposé la Directive Prospectus, aucune action n'a été entreprise et ne sera entreprise à l'effet de permettre une offre au public des titres rendant nécessaire la publication d'un prospectus dans l'un ou l'autre des Etats membres. En conséquence, les Actions peuvent être offertes dans les Etats membres uniquement : (a) à des personnes morales qui sont des investisseurs qualifiés tels que définis dans la Directive Prospectus ; ou (b) dans les autres cas ne nécessitant pas la publication par Miliboo d'un prospectus au titre de l'article 3(2) de la Directive Prospectus.

La diffusion du présent communiqué n'est pas effectuée par et n'a pas été approuvée par une personne autorisée (« authorised person ») au sens de l'article 21(1) du Financial Services and Markets Act 2000. En conséquence, le présent communiqué est adressé et destiné uniquement (i) aux personnes situées en dehors du Royaume-Uni, (ii) aux professionnels en matière d'investissement au sens de l'article 19(5) du Financial Services and Markets Act 2000 (Financial Promotion) Order 2005, (iii) aux personnes visées par l'article 49(2) (a) à (d) (sociétés à capitaux propres élevés, associations non-immatriculées, etc.) du Financial Services and Markets Act 2000 (Financial Promotion) Order 2005 ou (iv) à toute autre personne à qui le présent communiqué pourrait être adressé conformément à la loi (les

personnes mentionnées aux paragraphes (i), (ii), (iii) et (iv) étant ensemble désignées comme les « Personnes Habilitées »). Les titres sont uniquement destinés aux Personnes Habilitées et toute invitation, offre ou tout contrat relatif à la souscription, l'achat ou l'acquisition des titres ne peut être adressé ou conclu qu'avec des Personnes Habilitées. Toute personne autre qu'une Personne Habilitée doit s'abstenir d'utiliser ou de se fonder sur le présent communiqué et les informations qu'il contient. Le présent communiqué ne constitue pas un prospectus approuvé par la Financial Services Authority ou par toute autre autorité de régulation du Royaume-Uni au sens de la Section 85 du Financial Services and Markets Act 2000.

Le présent communiqué ne constitue pas une offre de valeurs mobilières ou une quelconque sollicitation d'achat ou de souscription de valeurs mobilières ni une quelconque sollicitation de vente de valeurs mobilières aux Etats-Unis. Les valeurs mobilières objet du présent communiqué n'ont pas été et ne seront pas enregistrées au sens du U.S. Securities Act de 1933, tel que modifié (le « U.S. Securities Act ») et ne pourront être offertes ou vendues aux Etats-Unis sans enregistrement ou exemption à l'obligation d'enregistrement en application du U.S. Securities Act. Les Actions n'ont pas été et ne seront pas enregistrées au titre du U.S. Securities Act et Miliboo n'a pas l'intention de procéder à une quelconque offre au public de ses actions aux Etats-Unis.

La diffusion du présent communiqué dans certains pays peut constituer une violation des dispositions légales en vigueur. Les personnes en possession du communiqué doivent donc s'informer des éventuelles restrictions locales et s'y conformer.