



RÉSULTATS SEMESTRIELS 2015-16 ET CHIFFRE D'AFFAIRES DU 3^{ÈME} TRIMESTRE

| COMPTE DE RÉSULTATS SYNTHÉTIQUE (EN M€) | S1 2014-15 | S1 2015-16 | % Variation |
|--|--------------|--------------|---------------|
| Chiffre d'affaires | 6,1 | 6,9 | +13,3% |
| Marge brute ¹ | 2,8 | 2,8 | +1,1% |
| Taux de marge brute | 51,7% | 45,8% | -5,9% |
| Résultat d'exploitation | (0,4) | (0,9) | na |
| Résultat net | (0,4) | (0,9) | na |

Les comptes semestriels 2015-16 ont été arrêtés par le Conseil d'administration lors de sa réunion du 25 février 2016. Les procédures d'examen limité de l'information financière semestrielle par les commissaires aux comptes sont terminées. Le rapport financier semestriel, mis à la disposition du public et déposé ce jour auprès de l'Autorité des Marchés Financiers (AMF), peut être consulté sur le site Internet de Miliboo dans la rubrique « Informations Financières » <http://www.miliboo-bourse.com/>.

Chavanod, le 25 février 2016 – Miliboo (Code ISIN : FR0013053535 – Code mnémorique : ALMLB), la nouvelle marque digitale d'ameublement, publie son chiffre d'affaires du troisième trimestre et ses résultats semestriels de l'exercice 2015-16 (clôture de l'exercice au 30 avril 2016).

RÉSULTATS SEMESTRIELS

Le chiffre d'affaires déjà annoncé au moment de l'introduction en bourse ressort à 6,9 M€ au premier semestre 2015-16 (période du 1^{er} mai au 31 octobre 2015), en progression de 13,3% par rapport à la même période l'an passé.

Cette croissance est à mettre en perspective avec des dépenses marketing² en léger recul à 1,1 M€, représentant 16% du chiffre d'affaires (contre 1,2 M€ au premier semestre 2014-15, soit 19% du chiffre d'affaires), Miliboo n'ayant pas engagé d'investissements publicitaires importants durant cette période.

Cette performance traduit notamment la capacité du groupe à fédérer davantage de clients autour de sa marque et à attirer toujours plus de visiteurs sur son site internet (2,5 millions de visiteurs uniques sur le premier semestre, en hausse de 10,5% par rapport à l'an passé), confirmant ainsi la pertinence de son positionnement.

¹ Marge brute sur les ventes de produits = ventes de marchandises – achats de marchandises + ou – variation des stocks

² Commissions sur ventes partenaires incluses

Sur le premier semestre, le taux de marge brute³ ressort à 45,8% (contre 51,7 % au premier semestre 2014-15), une évolution qui s'explique principalement par une hausse du prix de revient des produits, liée à la combinaison de deux facteurs :

- la hausse du dollar US, qui n'a pu être totalement répercutée sur les prix de vente compte tenu du contexte concurrentiel ;
- un effet « mix produit » moins favorable, avec une part plus importante de produits vendus plus faiblement margés.

La hausse des frais généraux (+25,4%), liée notamment aux investissements de frais de structure (nouveau siège social, stockage, etc.), a eu un effet mécanique sur le résultat opérationnel courant à court terme. Ce dernier ressort ainsi à -0,9 M€, en retrait de 0,5 M€ par rapport à l'exercice précédent.

Enfin, les pertes nettes sur le semestre s'élèvent à 0,9 M€ contre 0,4 M€ sur la même période l'an passé.

Par ailleurs, Miliboo affiche une structure financière solide. Au 31 octobre 2015, les capitaux propres s'établissaient à 2,7 M€. La trésorerie disponible était de 0,7 M€, renforcée par l'émission de 0,75 M€ d'obligations convertibles en actions souscrites en juin 2015 et converties après le 31 octobre 2015. La société a maintenu en parallèle un niveau d'endettement financier brut raisonnable à 2,3 M€⁴.

Le succès de l'introduction en Bourse a permis à Miliboo de réaliser en décembre une levée de fonds d'un montant de 5,1 M€, qui renforce d'autant les capitaux propres et la trésorerie. La société dispose d'une trésorerie de 6,2 M€⁵ à fin janvier 2016.

Le besoin en fond de roulement (BFR) s'est quant à lui amélioré de 3,5% par rapport à la clôture de l'exercice précédent, favorablement impacté par la diminution de 10,3% des stocks, réduits de 5,3 M€ au 30 avril 2015 à 4,8 M€ au 31 octobre 2015.

+13,4% DE CROISSANCE SUR LES 9 PREMIERS MOIS

| CHIFFRE D'AFFAIRES (EN K€) | 2014-15 | 2015-16 | % Variation |
|----------------------------|---------|---------|-------------|
| Premier semestre | 6 058 | 6 862 | +13,3% |
| Troisième trimestre* | 3 921 | 4 461 | +13,8% |
| 9 mois* | 9 981 | 11 323 | +13,4% |

*Chiffres non audités

Au troisième trimestre 2015-16, le trend de croissance constaté depuis le début de l'exercice s'est poursuivi. Miliboo a enregistré 4,5 M€ de chiffre d'affaires, en hausse de 13,8%, tiré par les ventes de la boutique, ainsi que par une hausse du positionnement prix des produits vendus sur cette période.

Cette performance porte ainsi le chiffre d'affaires sur les 9 premiers mois de l'exercice à 11,3 M€, en hausse de 13,4% par rapport à la même période l'an passé.

En France, la croissance enregistrée sur les 9 premiers mois de l'exercice (+13,4%) a été principalement alimentée par le succès de la Milibootik, ouverte en octobre 2014 au 100 rue Réaumur à Paris. Si la France demeure le principal marché de Miliboo, concentrant encore 85% de l'activité, les ventes à l'export marquent une forte accélération (+14,3%).

³ Marge brute sur les ventes de produits = ventes de marchandises – achats de marchandises + ou – variation des stocks

⁴ Y compris 0,75 M€ d'obligations convertibles en actions émises et souscrites en juin 2015

⁵ Chiffre non audité

PERSPECTIVES

Miliboo entend accélérer progressivement sa croissance au cours des prochains mois. La société s'appuiera sur des investissements marketing ciblés et maîtrisés, sur la poursuite de son déploiement international et sur la duplication du succès de sa Milibootik, conformément au plan présenté lors de l'introduction en Bourse.

Déjà engagé, son plan d'actions s'articule autour de 3 axes :

- accélération en Europe : avec notamment le maintien d'une pression marketing en France et un renforcement de sa présence en Espagne et en Italie ;
- lancement au Royaume-Uni dès mai 2016 : Miliboo a d'ores et déjà entamé le recrutement d'une équipe dédiée et s'apprête à lancer son site sur le marché anglais courant avril ;
- ouverture de boutiques : fort de son succès parisien - la Milibootik affichait un EBIT positif sur les 9 premiers mois 2015-16 - Miliboo a choisi d'ouvrir un second point de vente, à Lyon, d'ici la fin de l'année civile.

Miliboo continue en outre d'accroître sa profondeur de gamme, d'amplifier la notoriété de sa marque et de poursuivre ses innovations technologiques.

La mise en place de nouveaux moyens et de nouveaux investissements sur l'exercice en cours suite à son introduction en bourse, vont permettre au groupe d'établir des bases solides afin de répondre à la forte croissance attendue au cours des prochaines années.

Miliboo entend ainsi déclencher un cycle vertueux au niveau de sa rentabilité grâce à l'effet volume et à une meilleure absorption de ses coûts fixes, et conforter sa place parmi les acteurs de référence des enseignes digitales de l'ameublement au niveau européen.

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 plus 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, et affiche un résultat net négatif de 0,9 M€. 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

Jean-Michel MARMILLON - Relations presse
Tél. 01 53 67 36 73

jmarmillon@actus.fr