



RÉSULTATS DU 1^{ER} SEMESTRE 2016-17 EN NETTE AMÉLIORATION

- Hausse du chiffre d'affaires de 17,3% à 8,0 M€
- Gain de 6,7 points du taux de marge brute à 58,7%
- Forte amélioration du résultat d'exploitation et du résultat net
- 2,7 M€ de trésorerie nette

Chavanod, le 16 janvier 2017 – Miliboo (Code ISIN : FR0013053535 – Code mnémorique : ALMLB), la nouvelle marque digitale d'ameublement, publie ses résultats semestriels de l'exercice 2016-17 (période du 1^{er} mai au 31 octobre 2016), arrêtés par le Conseil d'administration en date du 16 janvier 2017. Les procédures d'audit sur les comptes sociaux ont été effectuées. 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 www.miliboo-bourse.com dans la rubrique « Informations Financières ».

COMPTE DE RÉSULTATS SYNTHÉTIQUE (EN M€)	S1 2015-16	S1 2016-17	% Variation
Chiffre d'affaires	6,9	8,0	+17,3%
Marge brute ¹	3,6	4,7	+32,4%
Taux de marge brute	52,0%	58,7%	+6,7 points
Résultat d'exploitation	(0,9)	(0,5)	+43,2%
Résultat net	(0,9)	(0,6)	+41,0%

Guillaume Lachenal, Président-Directeur général et fondateur de Miliboo, commente :

« L'amélioration de la rentabilité au 1^{er} semestre 2016-17 illustre le succès de notre stratégie, notamment sur le plan marketing, nos investissements ayant largement porté leurs fruits. Il reflète également l'attention particulière portée à la maîtrise de nos coûts depuis notre introduction en bourse il y a un an.

Ce semestre a également été marqué par la mise en œuvre de plusieurs projets, en particulier à l'international avec notre lancement commercial au Royaume-Uni et aux Etats-Unis.

Forts de ces résultats encourageants et d'une structure financière solide, nous abordons avec confiance la seconde moitié de l'exercice. »

¹ Marge brute sur chiffre d'affaires = chiffre d'affaires – achats de marchandises + ou – variation des stocks

TAUX DE MARGE BRUTE : + 6,7 POINTS

Au 1^{er} semestre 2016-17, le chiffre d'affaires de Miliboo s'établit à 8,0 M€, en hausse de 17,3% par rapport à l'an passé. Cette performance résulte d'un accroissement des volumes vendus associé à l'augmentation du panier moyen, qui est passé de 225 € HT à 266 € HT sur 12 mois. Elle reflète la continuité des efforts engagés par Miliboo depuis plusieurs mois, à savoir une offre produits adaptée à la demande actuelle ainsi qu'un renouvellement des gammes.

En France, la progression des ventes (+16%) est largement liée à l'activité web couplée au succès de la Milibootik, dont l'activité a enregistré une croissance à deux chiffres pour le 2^{ème} semestre consécutif. L'international marque également une belle accélération (+24%), provenant principalement des marchés espagnol, italien et anglais, trois mois après le lancement commercial de ce dernier.

Cette croissance s'est accompagnée d'une forte amélioration de la marge brute, qui s'établissait à 4,7 M€ au 1^{er} semestre, soit un taux de marge brute sur chiffre d'affaires de 58,7% contre 52,0% l'an passé. Cette progression de 6,7 points est principalement liée à des actions d'optimisation de l'offre produits et des prix d'achat, qui ont permis de compenser l'impact négatif de l'appréciation du dollar par rapport à l'euro.

DÉBUT D'UN EFFET VERTUEUX SUR LE RÉSULTAT D'EXPLOITATION

Cette performance a été réalisée tout en maintenant une structure de coûts raisonnable et maîtrisée, déclenchant ainsi un effet vertueux sur le résultat d'exploitation.

Sur le semestre, la hausse des charges d'exploitation (+0,8 M€) provient principalement d'une augmentation des dépenses de publicité (+0,5 M€), avec l'accroissement de la pression web marketing ainsi que de trois campagnes d'affichage dans le métro parisien en juin, juillet et septembre 2016. Cette stratégie a permis d'accroître significativement le trafic sur le site internet de la marque, qui a attiré près de 3,35 millions de visiteurs uniques sur le semestre (+34%), contribuant ainsi à la croissance enregistrée sur la période. Les dépenses marketing restent cependant limitées, leur poids représentant seulement 17,5% du chiffre d'affaires.

Les autres postes de coûts restent bien maîtrisés compte tenu de la croissance des revenus, notamment les charges de personnel qui sont restées stables sur la période. Cette meilleure absorption des coûts associée à la progression du taux de marge brute a conduit à une diminution de 43,2% des pertes d'exploitation qui ressortent à -0,5 M€ (contre 0,9 M€ au 1^{er} semestre 2015-16).

Enfin, la perte nette sur le semestre s'établit à -0,6 M€, en recul de 41,0% comparé au déficit de 0,9 M€ de l'an passé.

2,7 M€ DE TRÉSORERIE NETTE

Au 1^{er} semestre Miliboo a su maintenir une structure financière saine. Au 31 octobre 2016, les capitaux propres s'établissaient à 5,5 M€.

La trésorerie disponible s'élevait à 4,0 M€, pour un endettement financier de 1,3 M€, soit une trésorerie nette de 2,7 M€ (contre 4,5 M€ au 30 avril 2016).

Ce recul intègre un accroissement du besoin en fond de roulement (BFR), qui ressort à 1,4 M€ comparé à 0,5 M€ au 30 avril 2016, où il avait été pour rappel divisé par 7 sur 12 mois. Outre cet effet de base, la progression du BFR traduit une hausse passagère du niveau de stocks pour répondre à la demande attendue des clients au 3^{ème} trimestre.

PERSPECTIVES

Miliboo aborde la seconde moitié de son exercice avec confiance. Forte des premiers effets positifs visibles sur les marges au 1^{er} semestre, la société poursuivra les efforts engagés en matière d'optimisation et de maîtrise des coûts.

Miliboo a identifié plusieurs relais de croissance, notamment à l'international sur deux zones à fort potentiel, l'Allemagne et les Pays-Bas, où elle prévoit un lancement commercial prochainement.

La société est aujourd'hui structurée et dimensionnée pour mettre en œuvre l'ensemble de ses projets, y compris à l'export.

Prochain rendez-vous :

Chiffre d'affaires du 3^{ème} trimestre 2016-17, le 20 février 2017 (après bourse)

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 et aux Etats-Unis.

Miliboo et ses filiales emploient une cinquantaine de salariés (dont 8 en Chine et 4 au sein de la Milibootik). La société a réalisé 15,4 M€ de chiffre d'affaires au cours de l'exercice 2015-16 (clôture au 30 avril), en hausse de 8,6% par rapport à l'exercice 2014-15. Les ventes sont réalisées principalement en France (85% du chiffre d'affaires) 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

immarmillon@actus.fr