



## RÉSULTATS ANNUELS 2015-16

**Chavanod, le 27 juillet 2016** – Miliboo (Code ISIN : FR0013053535 – Code mnémonique : ALMLB), la nouvelle marque digitale d'ameublement, publie ses résultats annuels de l'exercice 2015-16 (clôture de l'exercice au 30 avril 2016), arrêtés par le Conseil d'administration en date du 27 juillet 2016. Les procédures d'audit sur les comptes sociaux ont été effectuées. Le rapport financier annuel, 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](http://www.miliboo-bourse.com) dans la rubrique « Informations Financières ».

COMPTE DE RÉSULTATS SYNTHÉTIQUE (EN M€)	2014-15	2015-16	% Variation
<b>Chiffre d'affaires</b>	<b>14,2</b>	<b>15,4</b>	<b>+8,6%</b>
Marge brute <sup>1</sup>	8,4	8,0	-5,2 %
Taux de marge brute	59,6%	52,1%	na
<b>Résultat d'exploitation</b>	<b>(0,7)</b>	<b>(2,3)</b>	<b>na</b>
<b>Résultat net</b>	<b>(0,9)</b>	<b>(2,7)</b>	<b>na</b>

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

*« 2015-16 fut un exercice de transition, marqué notamment par notre introduction en Bourse. La levée de fonds nous a permis d'initier de nombreux projets, notamment à l'international, et de nous structurer davantage pour absorber la croissance future à travers des recrutements et notre emménagement au sein d'un nouveau siège social. Ces efforts de structuration ont pesé sur nos résultats.*

*Nous avons également mis cette année à profit pour mettre en place des actions d'optimisation financière (rationalisation des stocks, maîtrise des investissements et des dépenses marketing, amélioration du BFR, etc.). Ces efforts doivent commencer à porter leurs fruits dès l'exercice 2016-17.*

*Nous restons particulièrement confiants quant à l'accélération de la croissance pour les mois à venir compte tenu de notre positionnement et de la stratégie engagée. L'exercice en cours semble déjà bien orienté ; un rebond de la croissance devrait être constaté dès le premier trimestre. »*

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

## ANALYSE DES RÉSULTATS

Miliboo a généré 15,4 M€ de chiffre d'affaires au titre de l'exercice 2015-16, en hausse de 8,6% par rapport à l'an passé. En France, la croissance (+8,6%) est liée pour plus de moitié au succès de la Milibootik, déjà rentable, dont l'activité croît de manière significative. L'activité a également été soutenue à l'international, en hausse de +8,6%.

Cette croissance a été réalisée tout en maîtrisant les dépenses marketing<sup>2</sup>, qui s'élèvent à 3,1 M€, représentant 20% du chiffre d'affaires (contre 21,5% en 2014-15).

Cette performance traduit notamment la capacité de Miliboo à fédérer davantage de clients autour de sa marque et à attirer toujours plus de visiteurs sur son site internet (6,1 millions de visiteurs uniques sur l'exercice 2015-16, en hausse de 14% par rapport à l'an passé), confirmant ainsi la pertinence de son positionnement et de sa stratégie multi-canal.

Sur l'exercice, le taux de marge brute sur chiffre d'affaires (chiffre d'affaires – achats de marchandises + ou – variation des stocks) ressort à 52,1% contre 59,6 % en 2014-15, une contraction qui s'explique principalement par une hausse du prix de revient des produits, majoritairement liée à la forte hausse du dollar US, qui n'a été répercutée que progressivement sur les prix de vente compte tenu du contexte concurrentiel. La hausse du panier moyen, de 221 € HT à 237 € HT, a permis d'atténuer partiellement cet effet de change défavorable.

Les pertes opérationnelles se sont également creusées du fait de l'augmentation des frais de structure (déménagement du siège social, accroissement des capacités de stockage, recrutements, etc.), conformément aux investissements engagés afin d'assurer le plan de développement du groupe. Les frais généraux marquent ainsi une hausse de 17,3%, réduisant mécaniquement le résultat d'exploitation à court terme, lequel ressort à -2,3 M€, en retrait de 1,6 M€ par rapport à l'exercice précédent.

Enfin, les pertes nettes sur l'exercice s'élèvent à 2,7 M€ contre 0,9 M€ sur la même période l'an passé. Ce résultat inclut 0,4 M€ de diverses charges exceptionnelles.

## 6,2 M€ DE TRÉSORERIE DISPONIBLE

Miliboo affiche une structure financière solide. Au 30 avril 2016, les capitaux propres s'établissaient à 6,1 M€. La trésorerie disponible était de 6,2 M€ (contre 0,4 au 30 avril 2015), renforcée par la levée de 5,1 M€ de décembre 2015 et l'émission de 0,75 M€ d'obligations en juin 2015, converties depuis en actions. En parallèle, la société a su maintenir un niveau d'endettement financier brut raisonnable, à 1,7 M€.

Miliboo a généré des flux de trésorerie d'exploitation positifs (0,2 M€ contre -1,7 M€ l'année antérieure), traduisant une bonne tenue des achats (régulation des achats en fonction de l'activité) et le succès d'une politique d'optimisation du BFR qui s'explique par une contraction de 33% des stocks, réduits de 5,3 M€ à 3,6 M€ sur l'exercice. Le besoin en fond de roulement (BFR) a ainsi été divisé par 7 par rapport à son niveau de l'an passé, passant de 3,1 M€ à 0,4 M€ sur l'exercice 2015-16.

<sup>2</sup> Commissions sur ventes partenaires incluses

## L'INNOVATION AU CŒUR DE LA STRATÉGIE

Durant l'exercice, Miliboo a poursuivi sa stratégie en matière d'innovation et a continué à étoffer son catalogue. Lors de sa participation au salon Viva Technology en juin dernier, la société a notamment présenté sa dernière innovation technologique : le miroir connecté. Véritable plateforme multimédia interactive, ce miroir baptisé « Ekko » sera commercialisé à partir de septembre. Par ailleurs, Miliboo a récemment lancé deux nouvelles gammes enfants *designées* en interne ainsi qu'une collection d'objets de décoration imprimables en 3D, toujours dans l'optique de se démarquer de la concurrence.

## PERSPECTIVES : ACCÉLÉRATION DE LA CROISSANCE

Conformément au plan de développement présenté lors de l'introduction en Bourse, Miliboo entend accélérer son rythme de croissance, tout en portant une attention particulière à la maîtrise de ses coûts.

En France, la société maintiendra une pression marketing ciblée et maîtrisée (plusieurs campagnes d'affichage *off-line* ont déjà été engagées, notamment dans le métro parisien).

En parallèle, Miliboo poursuivra son déploiement européen avec le lancement de sa plateforme au Royaume-Uni et aux Pays-Bas d'ici la fin du premier semestre 2016-17. La société maintiendra également ses efforts commerciaux en Espagne, et dans les autres pays où elle est déjà implantée.

Enfin, fort du succès de la Milibootik parisienne, Miliboo travaille également à l'ouverture d'une nouvelle boutique à Lyon, et prévoit d'élargir cette stratégie à d'autres grandes villes françaises et européennes dans les prochaines années.

### Prochain rendez-vous :

Chiffre d'affaires du 1<sup>er</sup> trimestre 2016-17, le 5 septembre 2016 (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](http://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 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](mailto:investisseurs@miliboo.com)

**ACTUS finance & communication**  
 Jean-Michel MARMILLON - Relations presse  
 Tél. 01 53 67 36 73  
[immarmillon@actus.fr](mailto:immarmillon@actus.fr)