



## NETTE AMÉLIORATION DES RÉSULTATS ANNUELS 2018-19

- **Chiffre d'affaires en hausse de 24%, la plus forte croissance depuis l'introduction en Bourse ;**
- **EBITDA retraité ramené à -0,5 M€ contre -1,8 M€ l'an passé ;**
- **Pertes nettes divisées par 3 ;**
- **Signature de partenariats d'ampleur notamment avec le Groupe M6 et Stéphane Plaza ;**
- **Perspectives favorables.**

**Chavanod, le 22 juillet 2019** – Miliboo (Code ISIN : FR0013053535 – Code mnémonique : ALMLB), la marque digitale d'ameublement, publie ses résultats annuels de l'exercice 2018-19 (clôture de l'exercice au 30 avril 2019), arrêtés par le Conseil d'administration en date du 22 juillet 2019. Les procédures d'audit sur les comptes consolidés ont été effectuées. Le rapport de certification sera émis après finalisation des procédures requises pour les besoins de la publication du rapport financier annuel.

COMPTE DE RÉSULTAT SYNTHÉTIQUE (EN M€)	2017-18 12 MOIS	2018-19 12 MOIS	% Variation
<b>Chiffre d'affaires</b>	<b>18,5</b>	<b>23,0</b>	<b>+24,3%</b>
Marge brute <sup>1</sup>	10,9	13,6	+25,3%
Taux de marge brute	58,7%	59,2%	<b>+0,5 point</b>
EBITDA comptable <sup>2</sup>	(2,0)	(1,1)	ns
<b>EBITDA retraité</b>	<b>(1,8)<sup>3</sup></b>	<b>(0,5)<sup>4</sup></b>	ns
<b>Résultat net</b>	<b>(2,8)</b>	<b>(0,9)</b>	ns

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

*« Porté par une activité robuste avec 24% de croissance organique et une bonne maîtrise des coûts, l'exercice 2018-19 se clôture en amélioration très significative, avec un EBITDA retraité proche de l'équilibre et des pertes nettes divisées par 3. Cette performance financière reflète le succès de notre stratégie et nous conforte dans notre capacité à atteindre l'équilibre opérationnel.*

*Miliboo a clairement franchi un cap sur l'exercice écoulé, qui installe la marque parmi les acteurs importants du mobilier en France.*

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

<sup>2</sup> EBITDA comptable : Résultat d'exploitation – dotations et reprises aux provisions et aux amortissements

<sup>3</sup> EBITDA comptable retraité des charges de plan de rémunération en actions.

<sup>4</sup> EBITDA comptable retraité des honoraires non récurrents engagés pour nouer le partenariat avec M6 et des loyers théoriques de la boutique du boulevard de la Madeleine non décaissés car en franchise intégrale.

*Cette très bonne dynamique commerciale se confirme en ce début d'exercice 2019-20, et devrait être nourrie par la montée en puissance de notre flagship de Madeleine et par notre partenariat avec M6 et Stéphane Plaza. À la suite de la diffusion de nos premières campagnes publicitaires, nous avons déjà constaté un impact très significatif sur le trafic de notre site internet et sur notre activité. Cette exposition médiatique sans précédent combinée à la très grande notoriété de Stéphane Plaza devrait ainsi contribuer à notre succès. »*

## PROGRESSION DU TAUX DE MARGE BRUTE À 59,2%

Le chiffre d'affaires annuel 2018-19 ressort à **23,0 M€**, en **croissance organique de 24,3%** par rapport à l'an passé, provenant exclusivement d'un effet volumes. Il s'agit de la plus forte croissance depuis l'introduction en Bourse.

Le chiffre d'affaires Internet progresse plus vite que le nombre de visiteurs uniques (6,9 millions pour l'année, soit +5,4%), traduisant ainsi un **meilleur taux de conversion**.

La **France**, reste le moteur de la marque représentant 84% de l'activité et **+29,6% de croissance**, tant sur les ventes en ligne qu'en boutiques, confirmant ainsi la pertinence du **positionnement omnicanal** de Miliboo.

Hors Royaume-Uni, Miliboo ayant opéré un retrait stratégique de ce marché, l'activité à l'international reste robuste avec une progression de +10% des ventes.

La marge brute s'établit à 13,6 M€, en augmentation de 2,7 M€, soit **un taux de marge brute de 59,2%**, contre un taux de 58,7 % l'an passé. Cette hausse provient quasi intégralement de la diminution du prix de revient des produits vendus, dont la moitié est liée à l'optimisation des coûts d'approche des produits (acheminement, dédouanement, stockage...) et l'autre moitié à l'affaiblissement du dollar par rapport à l'euro (les achats étant en grande partie effectués en dollar).

## DIVISION PAR 3 DE LA PERTE NETTE

Reflet de la dynamique de l'activité, les **résultats de l'exercice 2018-19** ressortent en **très nette amélioration** par rapport à ceux de l'exercice précédent.

La **maîtrise des coûts fixes** et l'**optimisation des dépenses marketing** ont permis d'atténuer le renchérissement des coûts logistiques (stockage, préparation des commandes et livraison), conséquence directe de la forte croissance de l'activité, ainsi que la hausse des commissions rétrocédées aux marketplaces, en raison de l'augmentation du volume d'affaires qui y est effectué.

Sur 12 mois, les **charges opérationnelles retraitées n'ont progressé que de +11,6%**, comparé à une hausse de 24,3% de l'activité. Les charges opérationnelles en 2018-19 sont retraitées des éléments suivants :

- des loyers théoriques de la boutique en franchise intégrale pour un montant de 0,5 M€. Les normes comptables en vigueur exigent que tout loyer en franchise soit comptabilisé sous la forme d'un loyer théorique. Les loyers en franchise de la boutique de Madeleine ont ainsi été reconnus en charge pour 0,5 M€ sur l'exercice 2018-19 ;
- des honoraires non récurrents engagés pour nouer le partenariat avec M6 (0,1 M€).

L'**EBITDA annuel retraité**<sup>5</sup> s'établit ainsi à -0,5 M€ sur l'exercice, contre -1,8 M€ en 2017-2018, en très nette amélioration.

Enfin, après prise en compte d'un résultat exceptionnel de 0,6 M€, incluant les frais liés à la fermeture de la boutique parisienne rue Réaumur pour un montant de -0,2 M€, et une indemnité d'éviction

<sup>5</sup> EBITDA comptable retraité des honoraires non récurrents engagés pour nouer le partenariat avec M6 et des loyers théoriques de la boutique du boulevard de la Madeleine non décaissés car en franchise intégrale.

de +0,7 M€, la **perte nette** sur l'exercice s'établit à -0,9 M€, contre -2,8 M€ l'an passé, soit une **division par 3**.

## TRÉSORERIE DISPONIBLE DE 2,1 M€

Au 30 avril 2019, les capitaux propres s'établissaient à 1,7 M€.

La **trésorerie disponible** s'élevait à **2,1 M€** pour un endettement financier brut de 3,2 M€, soit un endettement net limité à -1,1 M€.

Les **flux de trésorerie d'exploitation** ressortent **positifs à 0,2 M€**. L'activité opérationnelle courante, a consommé très peu de trésorerie (0,6 M€) sous l'effet de la nette amélioration des résultats et de la bonne gestion du BFR. Les CAPEX restent limités à 0,8 M€.

Les **flux de trésorerie financiers** intègrent quant à eux 0,5 M€ de participation reçue de la part du bailleur visant à financer les travaux de la nouvelle boutique de Madeleine.

## PERPECTIVES FAVORABLES

Miliboo a observé sur les deux premiers mois de l'exercice une croissance de ses commandes similaire à celle enregistrée sur l'exercice écoulé. Miliboo a constaté une très nette accélération des commandes depuis la fin juin, comme effet de la diffusion des premières campagnes publicitaires sur M6 mettant en scène Stéphane Plaza, nouvel ambassadeur de la marque. Une hausse très significative du trafic internet a été mesurée, avec des pics de fréquentation lors de la diffusion des spots publicitaires.

Pour rappel, dans le cadre de l'accord de type « media for equity » conclu avec M6 Interactions, ce dernier s'est engagé à mettre à disposition de Miliboo un volume d'espaces publicitaires sur l'ensemble de ses médias (TV, radio, actifs digitaux). Ce partenariat stratégique d'envergure revient pour Miliboo à **multiplier son budget publicitaire annuel par 2 en France, sur des supports à très forte audience**, sans sortie de cash, en contrepartie d'OCA (obligations convertibles en actions).

En parallèle Miliboo et Stéphane Plaza ont lancé le 13 juin leur gamme de meubles commune baptisée « **Les Essentiels** », dont les 50 premières pièces, alliant design, qualité, confort et prix accessibles, sont d'ores et déjà commercialisées. Cette gamme sera enrichie à l'occasion de la sortie de la prochaine collection prévue d'ici fin 2019.

Enfin, Miliboo enregistre également des retombées commerciales encourageantes de son nouveau flagship du boulevard de la Madeleine à Paris, ouvert en février dernier dans une zone de chalandise premium.

En parallèle, la société poursuivra ses efforts d'optimisation des coûts opérationnels, notamment les dépenses de marketing digital et les coûts logistiques, avec comme principal objectif l'**atteinte d'un EBITDA retraité à l'équilibre**.

### Prochain rendez-vous :

**Mardi 3 septembre 2019 (après bourse)** : Chiffre d'affaires du 1<sup>er</sup> trimestre 2019-20

## À 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 expédition sous 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 ses deux « Milibootik », points de vente physiques situés à Paris et à Lyon, 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.

Miliboo et ses filiales emploient une cinquantaine de salariés. La société a réalisé près de 23 M€ de chiffre d'affaires au cours de l'exercice 2018-19 (clôture au 30 avril 2019), en hausse de plus de 24% par rapport à l'exercice précédent. Les ventes sont réalisées principalement en France (84% du chiffre d'affaires) et en Europe (16% du chiffre d'affaires).

Plus d'information : [www.miliboo-bourse.fr](http://www.miliboo-bourse.fr)

## CONTACTS

### **Miliboo - Communication & RP**

Florence CALBA - Directrice de la communication

Tél. 06 60 24 28 61

[f.calba@miliboo.com](mailto:f.calba@miliboo.com)

### **ACTUS finance & communication**

Caroline LESAGE - Relations Investisseurs

Tél. 01 53 67 36 79

[investisseurs@miliboo.com](mailto:investisseurs@miliboo.com)

### **ACTUS finance & communication**

Serena BONI - Relations presse

Tél. 04 72 18 04 92

[sboni@actus.fr](mailto:sboni@actus.fr)