

miliboo

LA NOUVELLE MARQUE DIGITALE D'AMEUBLEMENT

JOURNÉE VALEURS MOYENNES – 13 SEPTEMBRE 2016

VOS INTERLOCUTEURS



Guillaume LACHENAL

PDG fondateur

- ❑ Net Work Communication en 1997, 1^{er} fournisseur d'accès Internet en Rhône Alpes revendu en 2001
- ❑ Taptoo en 2002, reconditionnement matériel informatique
- ❑ Miliboo en 2005

miliboo

Arthur DE OLIVEIRA

Directeur financier

- ❑ Auditeur chez PriceWaterhouseCoopers en 2001
- ❑ Direction financière Europe de Billabong International (Groupe coté en Australie)





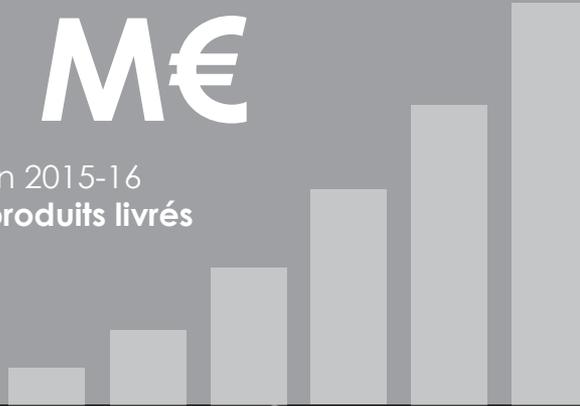
MILIBOO EN BREF

DÉJÀ UNE **SUCCESS STORY...**

miliboo

15,4 M€

15,4 M€ de CA en 2015-16
Plus de 101 000 produits livrés



8 PAYS

Une présence web
dans 8 pays européens
(15% du CA à l'export)



6,1

6,1 millions de visiteurs uniques
et plus de 54 000 clients



49

collaborateurs*



* Filiales incluses

... NÉE DE CHOIX STRATÉGIQUES GAGNANTS

Conception et distribution de
MEUBLES « TENDANCE » À PRIX COMPÉTITIFS

DES PRODUITS EXCLUSIFS,
modulables et personnalisables, en **MARQUE PROPRE**

Une **DISPONIBILITÉ IMMÉDIATE** des produits

Une **OFFRE 100% DIGITALE**
associant e-commerce et boutique connectée

La **MAÎTRISE** de l'ensemble de la **CHAÎNE**

Une **DIMENSION EUROPÉENNE**

miliboo

Une ambition :

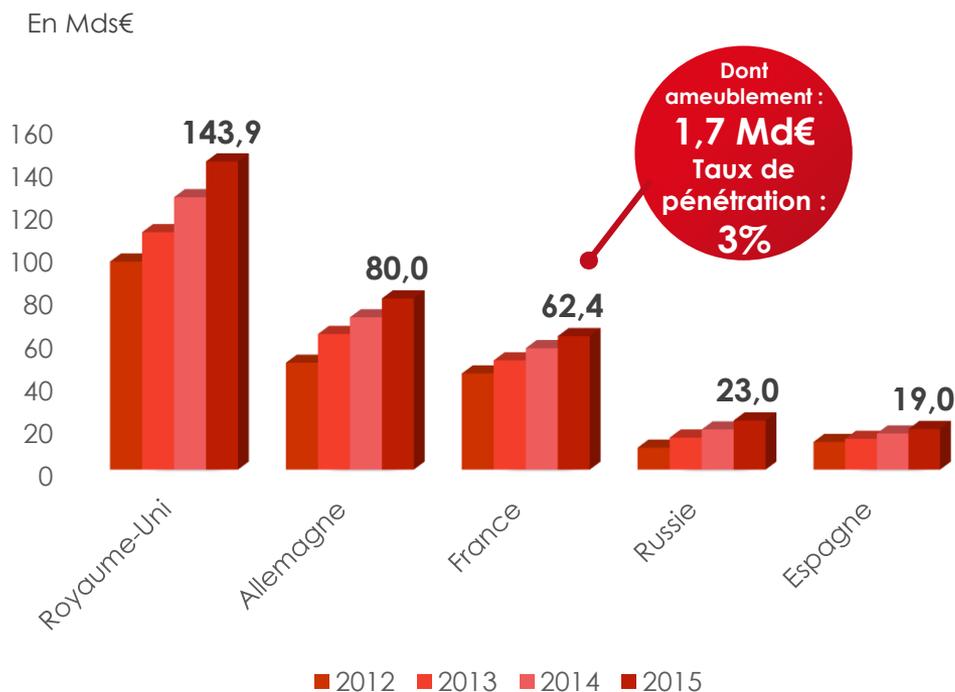
**devenir
l'un des leaders
européens
de l'ameublement
sur internet**



UN MARCHÉ EUROPÉEN DE L'AMEUBLEMENT SUR INTERNET ENCORE PEU OU MAL EXPLOITÉ

miliboo

ÉVOLUTION DU MARCHÉ DU E-COMMERCE DANS LES PRINCIPAUX PAYS EUROPÉENS ENTRE 2012 ET 2015



DES DRIVERS FORTS

- Des consommateurs de plus en plus connectés
- Des **achats sur Internet** en forte croissance tirés par le M-commerce (tablettes, mobiles...) : 10% du marché attendu en 2015 (vs 2% en 2012)
- Un **fort potentiel** de développement de l'e-commerce de l'ameublement (seulement de 2% à 6% de pénétration du marché global de l'ameublement selon les pays en Europe)



London

BILAN DEPUIS L'IPO

L'IPO POUR ACCÉLÉRER NOTRE PLAN STRATÉGIQUE

miliboo

Levée de fonds de

5,1 M€

Capitalisation
boursière de

20,3 M€

Prix fixé à

4,21 €

Flottant de

10,5%

OBJECTIFS

- ❑ Expansion à l'**international**
- ❑ Lancement de **nouveaux produits**
- ❑ Développement d'une **gamme de meubles connectés**
- ❑ Travail sur la **notoriété**
- ❑ Ouverture d'une **Milibootik à Lyon**

RÉALISATIONS

- ❑ Lancement commercial au **Royaume-Uni** et ouverture prochaine aux **Pays-Bas** et en **Allemagne**
- ❑ Commercialisation de **deux nouvelles gammes enfants** et d'**objets imprimés en 3D**
- ❑ Lancement du **miroir connecté Ekko**
- ❑ Participation au salon **Viva Technology** et deux **campagnes publicitaires** dans le métro parisien
- ❑ Signature d'une LOI et ouverture d'une **Milibootik à Lyon** d'ici la fin de l'exercice

EXPANSION GÉOGRAPHIQUE EN EUROPE

miliboo

Royaume-Uni : lancement commercial depuis juillet 2016

- ❑ Lancement des 1ères campagnes marketing dès septembre 2016
- ❑ Ouverture d'une **Milibootik** selon les opportunités

France : potentiel pour doubler de taille

- ❑ Maintien d'une **pression marketing**
- ❑ Exploitation des **fichiers clients**
- ❑ Dupliquer le succès de la **Milibootik** parisienne dans quelques villes françaises (Lyon, Marseille)

UN PRESTATAIRE UNIQUE POUR L'ENSEMBLE DES PAYS D'EUROPE

- ❑ Pour piloter l'expérience client
- ❑ Pour gérer les flux d'appels entrants et les e-mails

UNE AGENCE MARKETING LOCALE

Accélération en Europe

- ❑ **Croissance de 19,1%** du chiffre d'affaires à l'export, principalement en **Italie** et en **Espagne**
- ❑ Lancement aux **Pays-Bas fin 2016** et en **Allemagne début 2017**

EXPORT : 15% DU CHIFFRE D'AFFAIRES 2015-16

UNE LOGISTIQUE PERFORMANTE

miliboo



Stockage

- Un entrepôt de **stockage externalisé** basé à Fos-sur-Mer **adapté à la croissance** des prochaines années
- **Maîtrise parfaite des stocks et des arrivages:** disponibilité des produits en temps réel
- Toutes les commandes sont préparées le jour même



Transport

- Un **réseau de transport européen**
- **Emballages adaptés** aux réseaux de transport
- **Outil informatique** Miliboo utilisé par les logisticiens



Livraison

- **Livraison en 24 à 72h en France** et 3 à 5 jours en Europe
- **Choix de la livraison** (domicile, point relais)
- **Traçabilité totale** des produits par un numéro de série unique



de 101 000 produits expédiés en 2015

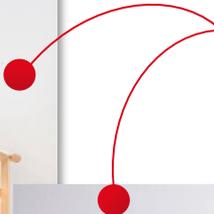


COMMERCIALISATION DE NOUVEAUX PRODUITS

miliboo



Deux nouvelles gammes enfants : Birdy et Kido



LES OBJETS DE DECORATION 100% MILIBOO



EN EXCLUSIVITÉ À LA MILIBOOTIK,
PARIS 2^e

Impression 3D
à la Milibootik

LANCEMENT DU **MIROIR CONNECTÉ** « EKKO »

miliboo

Commercialisation
rentrée 2016



Personnalisation
complète (web, radios,
playlists, photos..)

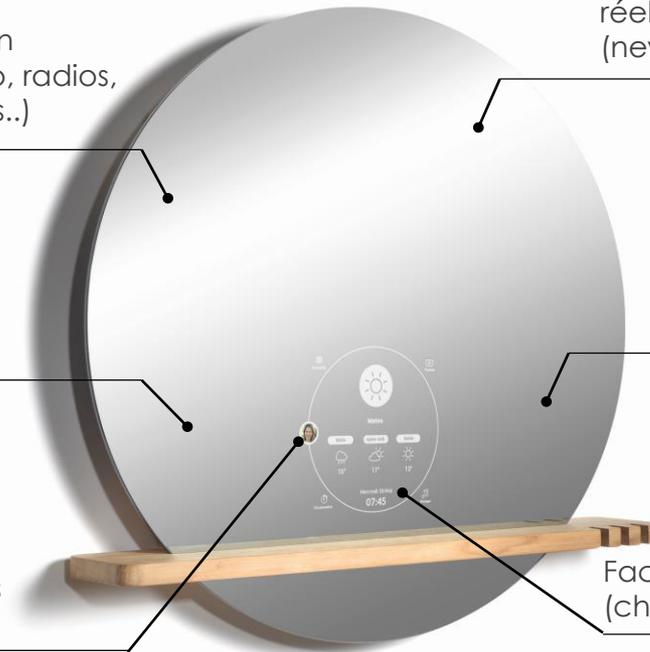
Synchronisation en temps
réel avec vos flux préférés
(news, bourse, people...)

Mise à jour
automatique
du système

Navigation « touchless »

Paramétrage
ciblé des profils
utilisateurs

Facilitateur du quotidien
(chronomètre, tutos, météo...)



D'AUTRES PRODUITS ACTUELLEMENT EN COURS D'ÉTUDE

UNE NOTORIÉTÉ ACCRUE...

Campagne d'affichage dans le métro parisien
en juin et juillet 2016



miliboo

Participation à des salons d'envergure
internationale dans les nouvelles technologies

PARIS
Juin
2016

VIVA

TECHNOLOGY

STARTUP CONNECT / PARIS 2016

LAS
VEGAS
Janv.
2017



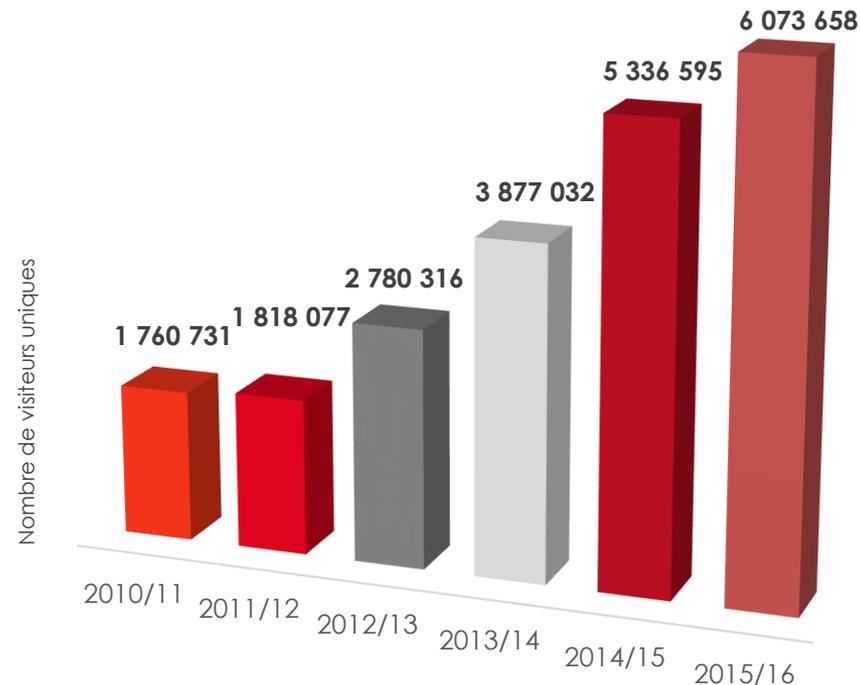
Consumer
Technology
Association™

... QUI SE TRADUIT PAR **PLUS DE 6 MILLIONS DE VU**

miliboo

ÉVOLUTION DU NOMBRE DE VISITEURS UNIQUES SUR MILIBOO.COM

Plus de 6
millions de
Visiteurs Uniques
en 2015-16
(+14%)

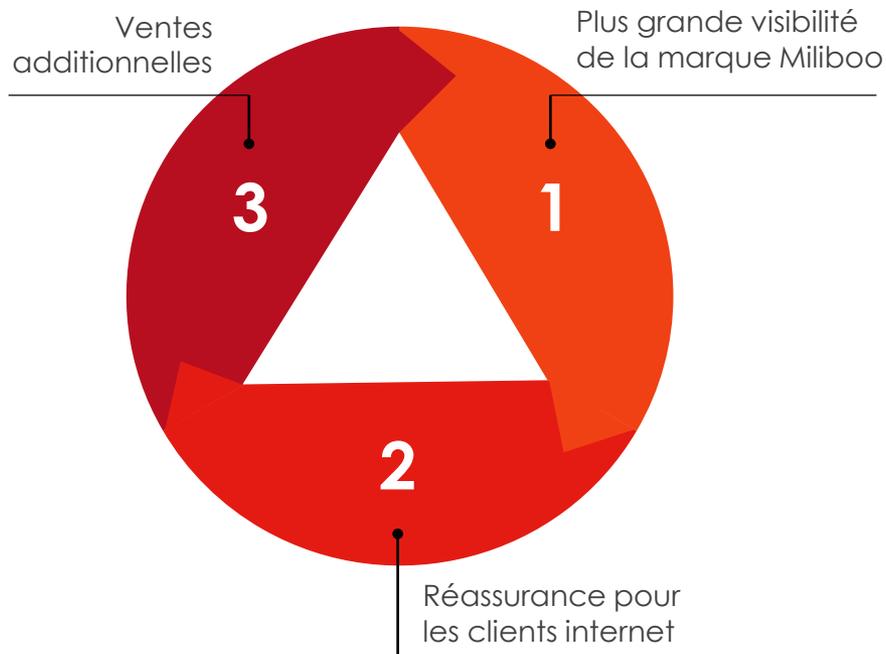


Une **base de données propriétaire et qualifiée** (sexe, âge, profession, fréquence des achats, montants...) de plus de **190 000 clients**.

BIENTÔT UNE MILIBOOTIK À LYON

miliboo

EFFET VERTUEUX DE LA MILIBOOTIK



UNE L.O.I. SIGNÉE



- 400 m² au cœur de Lyon
- 3 vendeurs
- Présentation des produits phares de la gamme

- **Un marqueur d'innovation** : nouvelle expérience d'achat (écrans tactiles, immersion 3D)
- **Outil pour tester des produits innovants** (canapé connecté présenté en avant première)

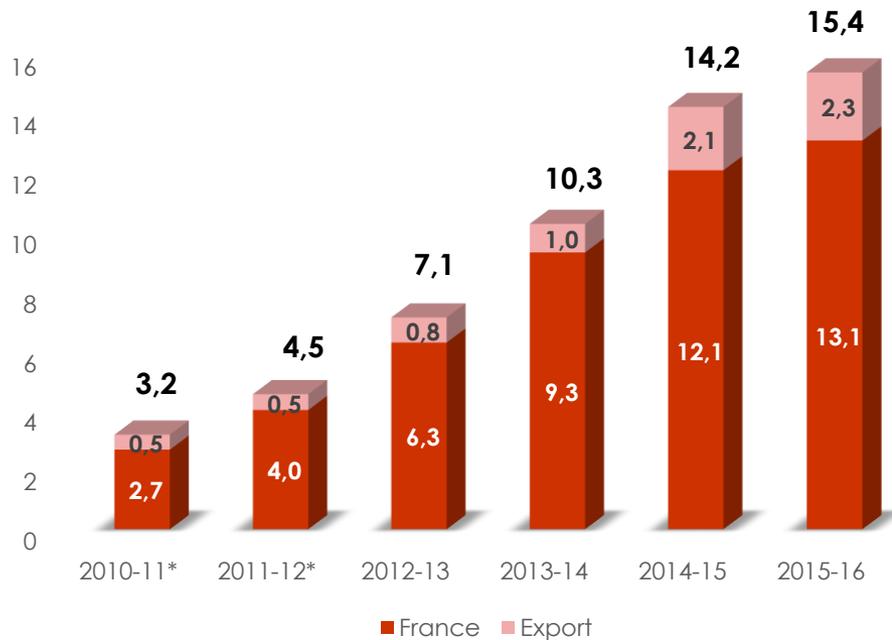


UN EXERCICE 2015-16 DE TRANSITION

UNE CROISSANCE ININTERROMPUE DEPUIS 6 ANS

miliboo

ÉVOLUTION DU CHIFFRE D'AFFAIRES SUR 6 ANS (EN M€)



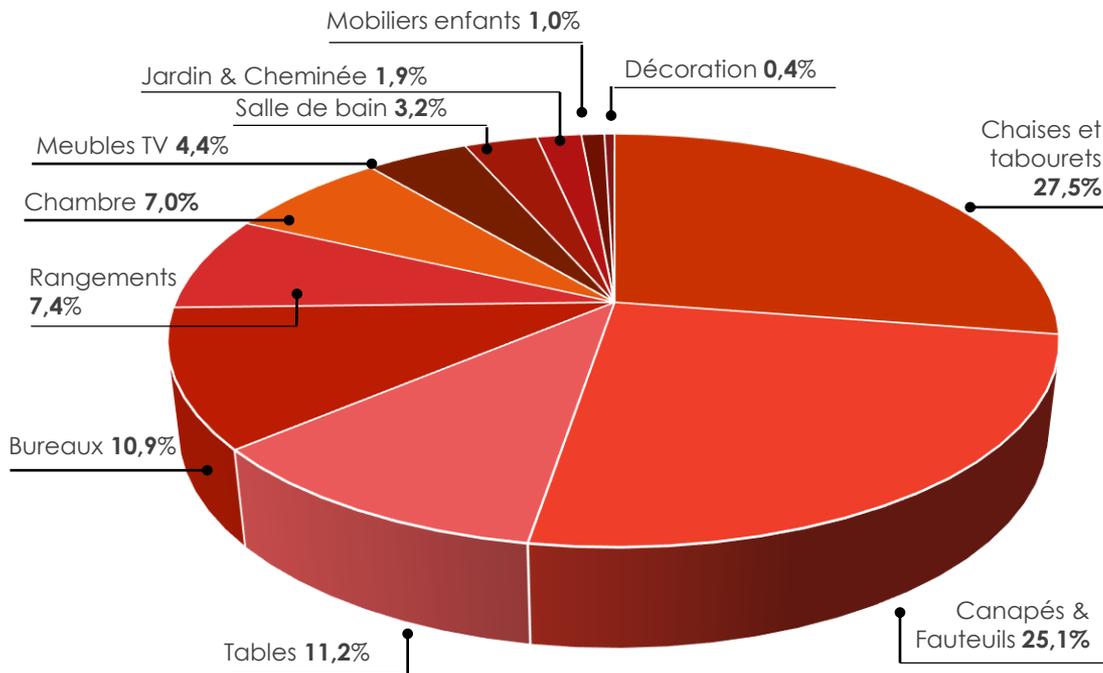
Une **croissance** de l'activité ininterrompue depuis 6 ans, mais **passagèrement ralentie** en 2015-16 en raison de :

- Une période d'investissement comme annoncé à l'IPO
- Un 4^{ème} trimestre en repli (-3%) lié à une contraction des ventes en volumes (effet de base + rupture de stock sur certains produits)

UNE OFFRE DE PRODUITS DIVERSIFIÉE

Aucune dépendance à une catégorie de produits

(CHIFFRES 2015/16)



miliboo



2015-16 : **237 €***

Un panier moyen en progression



2014-15 : **221 €***

* Chiffres non audités, HT, frais de port et services inclus

UN EXERCICE D'INVESTISSEMENTS

miliboo

COMPTE DE RÉSULTATS SYNTHÉTIQUE (EN K€) (clôture au 30 avril)	2013-14	2014-15	2015-16
Ventes de marchandises	9 012	12 576	13 768
Refacturations diverses (transporteurs, ports,...)	1 275	1 589	1 614
Chiffre d'affaires	10 287	14 165	15 382
% var	+44,3%	+37,7%	+8,6%
Production immobilisée	162	323	52
Achats de marchandises	(5 323)	(8 044)	(5 738)
Variation de stocks	1 180	2 322	(1 636)
Marge brute ⁽¹⁾	6 144	8 443	8 008
Taux de marge brute	59,7%	59,6%	52,1%
Transport de biens, frais de stockage et divers	(2 021)	(2 739)	(2 777)
Frais de marketing ⁽²⁾	(1 948)	(3 056)	(3 106)
Frais généraux	(2 059)	(3 220)	(3 708)
Dotation aux amortissements et provisions	(294)	(448)	(514)
Autres charges et produits	55	22	(207)
Résultat opérationnel	40	(707)	(2 304)
Résultat financier	4	(80)	(66)
Résultat exceptionnel	(1)	(83)	(323)
Résultat net	44	(871)	(2 693)

Contraction de la marge brute générée par une hausse de prix de revient liée à la forte hausse du dollar

Des dépenses marketing toujours maîtrisées représentant 20,2% du CA (21,5% en 2014-15)

Augmentation des frais de structure (+15,2%) : accroissement des capacités de stockage, recrutements...), nouveau siège social

(1) Chiffre d'affaires – achats de marchandises + ou – variation de stocks (hors production immobilisée)

(2) Commissions sur ventes partenaires incluses

BILAN (EN K€)		30/04/2015	30/04/2016	
ACTIF	Actifs non courants	1 652	1 398	
	Actifs courants	6 683	10 773	
	- dont stocks	5 304	3 551	Baisse de 33% grâce à une politique de rationalisation des stocks
	- dont trésorerie et équivalents de trésorerie	430	6 189	Trésorerie disponible de 6,2 M€ renforcée par l'augmentation de capital de 5,1 M€ de l'IPO et l'émission de 0,75 M€ d'obligations en juin 2015
PASSIF	Capitaux propres	3 651	6 093	
	Provisions pour risques et charges	101	64	
	Emprunts obligataires convertibles	-	5	
	Passifs non courants	1 301	1 705	
	- dont dettes financières non courantes	886	542	Dettes financières non courantes
	Passifs courants	3 281	4 322	
	- dont dettes fournisseurs	2 300	2 587	
- dont dette financière courante	415	1 164	Dettes financières courantes	

Baisse de 33% grâce à une politique de rationalisation des stocks

Trésorerie disponible de 6,2 M€ renforcée par l'augmentation de capital de 5,1 M€ de l'IPO et l'émission de 0,75 M€ d'obligations en juin 2015

Dettes financières non courantes

Dettes financières courantes

Dette bancaire totale de 1,7 M€

UNE TRÉSORERIE DISPONIBLE DE 6,2 M€

miliboo

TABLEAU DES FLUX DE TRÉSORERIE (EN K€) (clôture au 30 avril)	2014-15	2015-16
Résultat net	(871)	(2 693)
Variations de stocks	(2 322)	1 636
Variation BFR	-999	2 674
Flux de trésorerie d'exploitation	(1 700)	217
Flux d'investissements	(1 020)	(4)
Flux de financement	421	5 545
Variation de trésorerie	(2 299)	5 795
Trésorerie d'ouverture	2 729	430
Trésorerie de clôture	430	6 189

LE BFR EST PASSÉ DE 3,1 M€ À 0,4 M€, SOIT UNE DIVISION PAR 7

LE CASH FLOW OPERATIONNEL EST PASSÉ DE -1,7 M€ A +0,2 M€

CONSEIL D'ADMINISTRATION



Guillaume Lachenal
Président Directeur Général



Aline Buscemi-Lachenal
Administrateur



Jacques Chatain
Représentant permanent
d'**Auriga Partners**,
administrateur



Guillaume Hemmerlé
Représentant permanent de
Sigma Gestion, administrateur



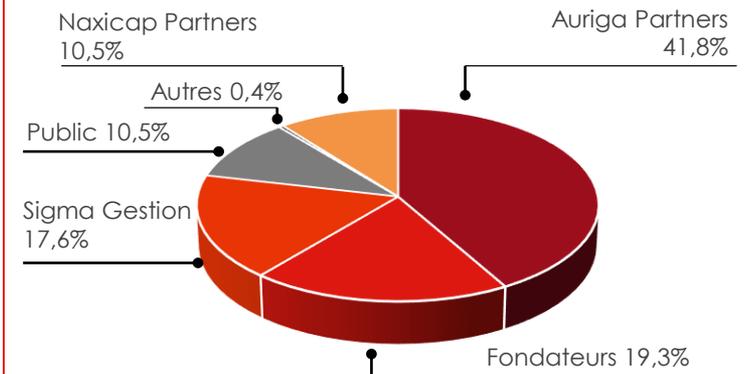
Antoine Le Masson
Représentant permanent
de **Naxicap Partners**,
administrateur



Jean-Marc Dumesnil
Administrateur

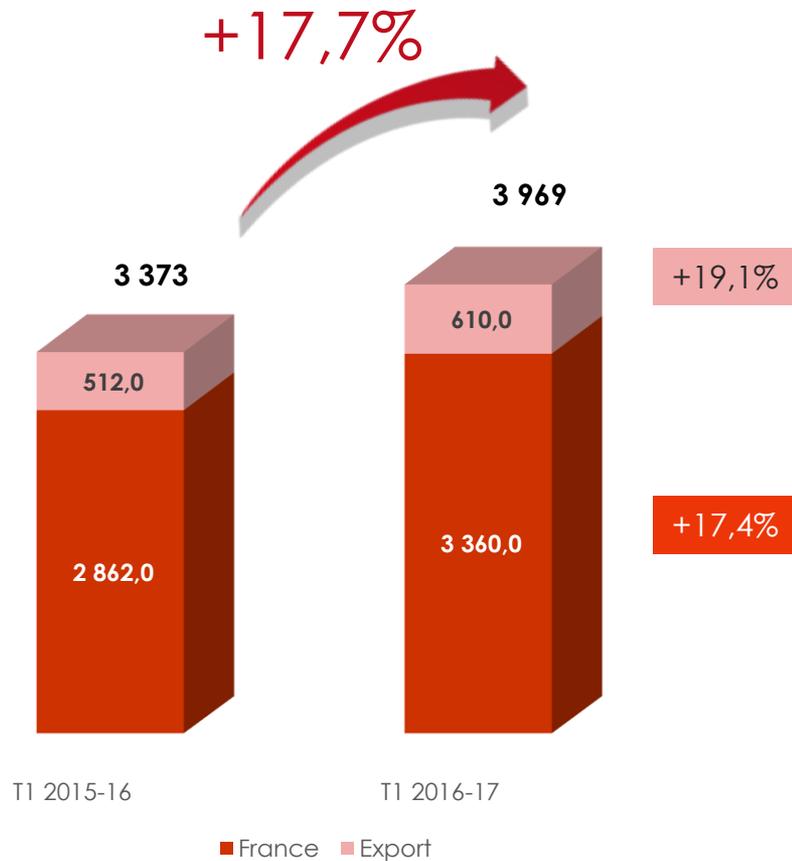
RÉPARTITION DU CAPITAL

AU 1^{ER} AOÛT 2016





PERSPECTIVES 2016-17



- Lancement de **nouveaux produits** en juin
- **2 campagnes publicitaires** dans le métro parisien
- **Croissance à 2 chiffres** de la **Milibootik** parisienne
- Maintien d'une pression marketing en Europe
- **Plus de 1,5 million de VU** sur le trimestre
- **Optimisation** des achats

Accélération de la croissance grâce à :

- ❑ Maintien d'une pression marketing ciblée et maîtrisée en France et en Europe
- ❑ Maîtrise des coûts / Optimisation du BFR
- ❑ Ouverture de la Milibootik lyonnaise
- ❑ Premières ventes au Royaume-Uni visibles à partir du T3
- ❑ Lancement aux Pays-Bas fin 2016 et en Allemagne début 2017

AFFIRMER NOTRE POSITION
PARMI LES **LEADERS EUROPÉENS**
DE L'**AMEUBLEMENT SUR INTERNET** EN :

SOUTENANT LA CROISSANCE

**DÉCLENCHANT
UN EFFET VERTUEUX
SUR LES MARGES
ET LE BFR**

miliboo

Asseoir la notoriété de la marque et poursuivre les innovations technologiques



Renforcer la présence à l'international



Dupliquer le succès de la boutique connectée une fois la taille critique locale atteinte

Amélioration
de la **marge brute**
(effet volume)

Meilleure **absorption**
des **coûts fixes**

Gestion optimisée
du **BFR** (rotation
rapide des stocks)



Q&A



ANNEXES

Un site
e-commerce
(85% du CA)



Multi-langues



miliboo.com

Utilisation sélective
des places de marché
(15% du CA)



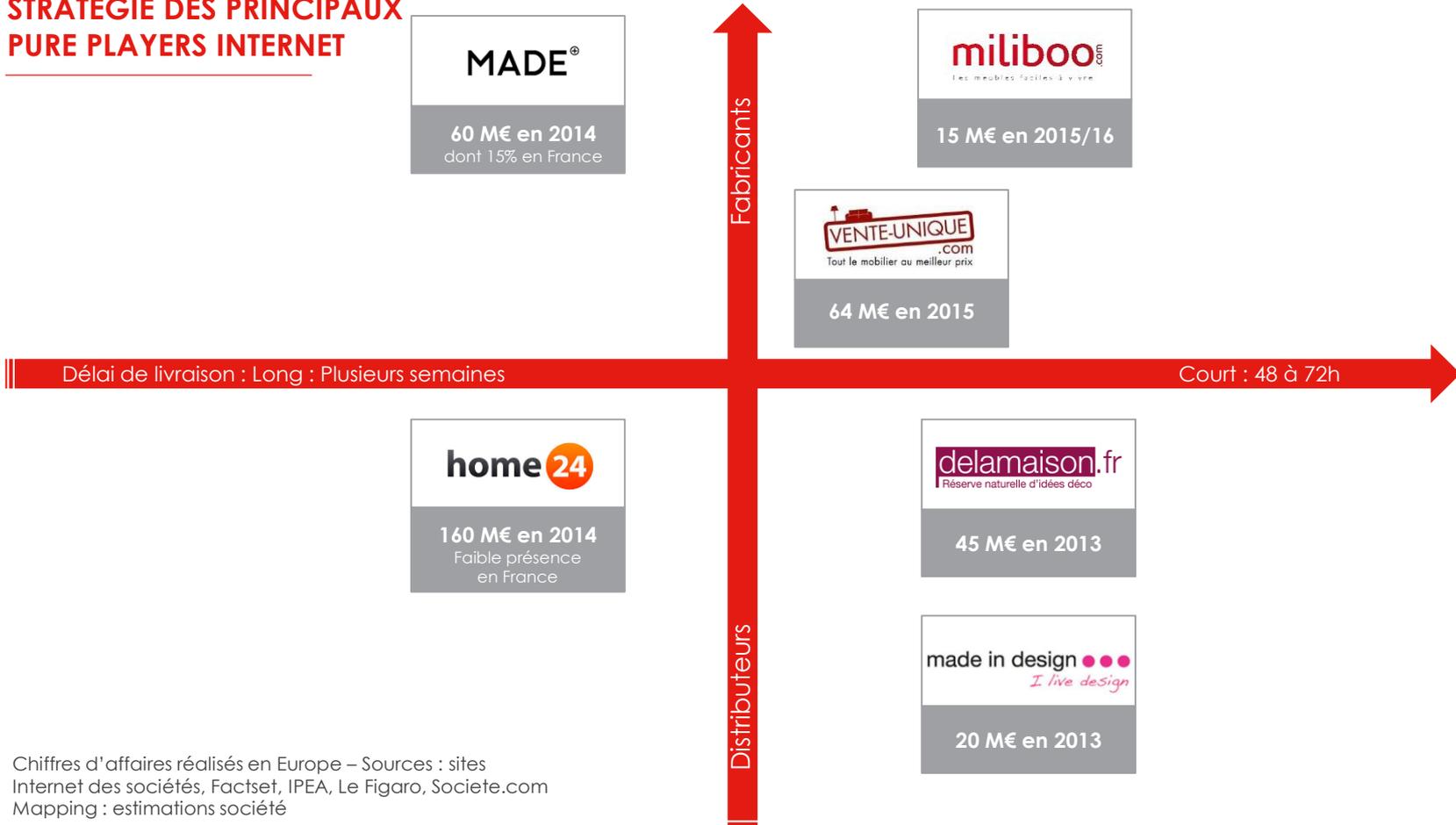
Boutique
connectée
(Milibootik)



UNE OFFRE PERTINENTE SUR LE MARCHÉ

miliboo

STRATÉGIE DES PRINCIPAUX PURE PLAYERS INTERNET



Chiffres d'affaires réalisés en Europe – Sources : sites Internet des sociétés, Factset, IPEA, Le Figaro, Societe.com
Mapping : estimations société

UN SOURCING PARFAITEMENT MAÎTRISÉ

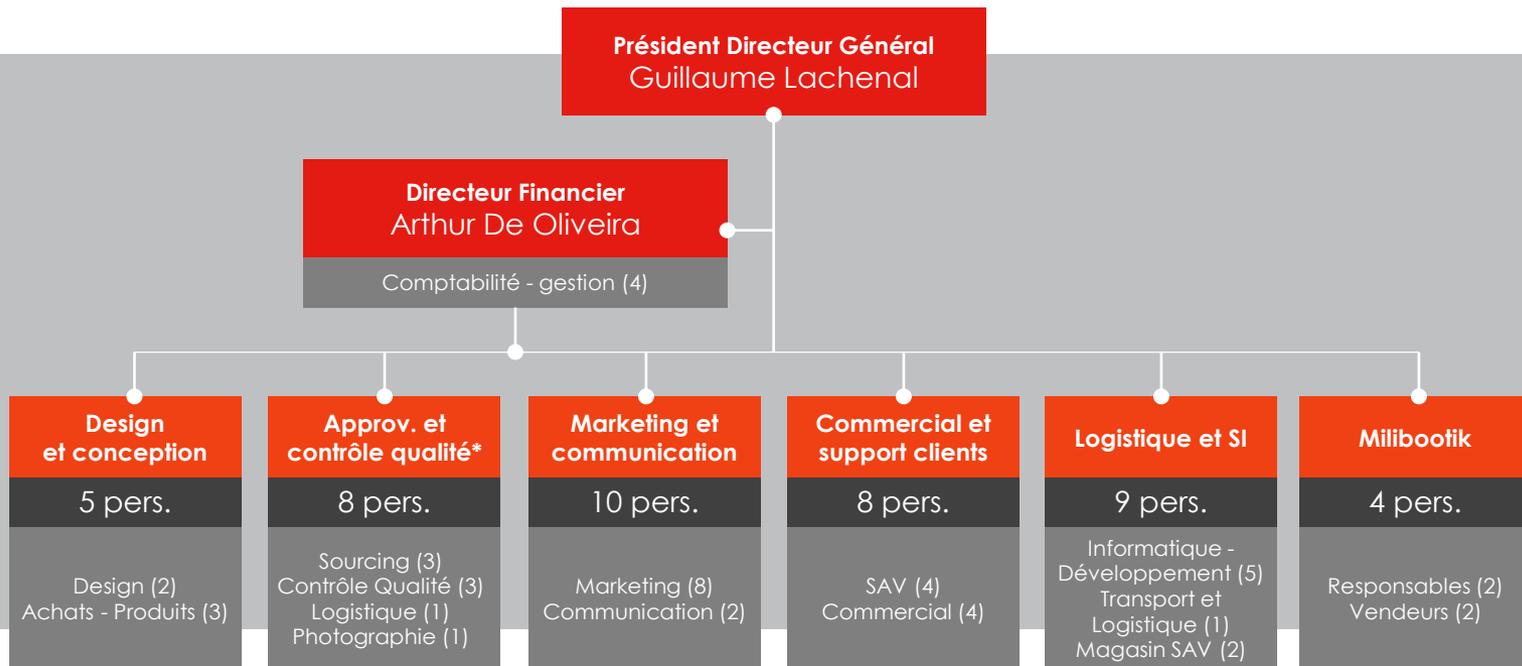
miliboo



- ❑ Fabrication externalisée mais **sourcing réalisé en direct** garantissant la **qualité des produits**
- ❑ Environ **80 usines partenaires** situées en Asie (80%), Chine et Inde principalement, et en Europe de l'Est (20%)
- ❑ Objectif de **double sourcing** sur les produits phares
- ❑ Définition du **cahier des charges**
- ❑ **Suivi de la production et contrôle qualité** essentiellement assurés en interne : création en 2011 d'une filiale détenue à 100% en Chine (8 personnes basées à Hangzhou)
- ❑ **Traçabilité à 100%** : chaque meuble est doté d'un numéro de série unique

UN GROUPE STRUCTURÉ

miliboo



⇒ **Une base solide pour la croissance future**



Entrepôt Miliboo



Nouveau siège à Annecy



Équipe Miliboo en Chine

* Bureau en Chine

miliboo

LA NOUVELLE MARQUE DIGITALE D'AMEUBLEMENT