



miliboo

LA NOUVELLE MARQUE DIGITALE D'AMEUBLEMENT

INTRODUCTION SUR ALTERNEXT

AVERTISSEMENT



Ce document a été préparé par Miliboo (la « Société ») pour être exclusivement utilisé lors des présentations qui doivent avoir lieu dans le cadre du projet d'introduction en bourse de la Société (l'« Offre »).

Ce document vous est communiqué exclusivement à titre d'information. Il est confidentiel et doit être considéré comme tel par les personnes assistant à la présentation. Il ne doit pas être reproduit, redistribué ou publié, directement ou indirectement, en totalité ou en partie, ni distribué à toute personne autre que les personnes invitées à cette présentation. En particulier, aucun exemplaire de ce document ni aucune copie de celui-ci ne pourra être remis, transmis ou distribué, directement ou indirectement, par toute personne aux Etats-Unis, au Canada, en Australie ou au Japon. La diffusion de ce document dans d'autres juridictions peut faire l'objet de restrictions légales et les personnes qui pourraient se trouver en possession de ce document doivent s'informer quant à l'existence de telles restrictions et s'y conformer.

Le présent document ne constitue pas et ne fait partie d'aucune offre ou invitation de vente ou d'émission ou sollicitation d'achat ou de souscription de valeurs mobilières de la Société dans quelque pays que ce soit. Ni le présent document, ni une quelconque partie de celui-ci, ne saurait constituer le fondement, et ne doit être utilisé à l'appui, d'un quelconque contrat, engagement ou décision d'investissement.

Ce document ne comprend que des informations résumées concernant la Société. Toute décision d'acquiescer ou de souscrire des valeurs mobilières de la Société dans le cadre de l'Offre devra être prise uniquement sur la base de l'information contenue dans le prospectus émis par la Société, qui a reçu le visa de l'Autorité des marchés financiers (l'« AMF ») n°15-601 le 25 novembre 2015 (le « Prospectus ») et qui comprend un document de base enregistré par l'AMF le 16 novembre 2015 sous le numéro I.15-079 (le « Document de Base »), une note d'opération en date du 25 novembre 2015 (la « Note d'Opération »), un résumé du Prospectus inclus dans la Note d'Opération (les « Documents d'Offre »). Le Prospectus est disponible auprès de la Société. Il peut également être consulté sur les sites Internet de l'AMF (www.amf-france.org) et de la Société (www.miliboo-bourse.com). **Votre attention est attirée sur les facteurs de risques décrits au Chapitre 4 du Document de Base et au Chapitre 2 de la Note d'Opération.**

Toute offre de valeurs mobilières de la Société ne pourra être effectuée en France qu'au moyen d'un prospectus ou, hors de France, au moyen d'un document d'offre préparé à cet effet conformément à la législation de chaque pays où elle est réalisée.

Ce document ne constitue pas une offre de vente de valeurs mobilières ou une quelconque sollicitation d'achat de valeurs mobilières aux Etats-Unis d'Amérique (les « Etats-Unis »). Des valeurs mobilières ne peuvent être offertes ou vendues aux Etats-Unis qu'à la suite d'un enregistrement en vertu du US Securities Act de 1933, tel que modifié (le « US Securities Act »), ou dans le cadre d'une exemption à cette obligation d'enregistrement. Les actions de la Société n'ont pas été et ne seront pas enregistrées au titre du US Securities Act, et ni la Société ni aucune autre personne n'a l'intention de procéder à une offre publique des valeurs mobilières de la Société aux Etats-Unis.

Les informations contenues dans cette présentation n'ont pas été vérifiées de façon indépendante et aucun engagement, déclaration ou garantie, expresse ou implicite, n'est donnée par Swiss Life Banque Privée ou par quiconque de ses administrateurs, dirigeants ou affiliés ou toutes autres personnes et ne pourra servir de fondement quant à la véracité, la plénitude, l'exactitude ou l'exhaustivité des informations contenues dans cette présentation (ou quant à l'omission d'une quelconque information de cette présentation) ou toutes autres informations liées à la Société ou ses sociétés liées. Les informations contenues dans ce document sont données uniquement à la date du présent document et sont susceptibles de faire l'objet de mise à jour, complément, révision, vérification et modification. Elles peuvent être modifiées de manière significative. La Société et Swiss Life Banque Privée ne sont pas soumises à une obligation d'actualiser les informations contenues dans ce document et toute opinion exprimée dans ce document peut faire l'objet de modification sans notification préalable. La Société, ses conseils, ses représentants ainsi que Swiss Life Banque Privée ne pourront pas être tenus pour responsables de quelque manière que ce soit, pour une perte de quelque nature que ce soit résultant de l'utilisation du présent document ou de son contenu, ou liée de quelque façon que ce soit à ce document.

Ce document contient des informations relatives aux marchés de la Société ainsi qu'au positionnement de la Société sur ces marchés. Ces informations sont tirées de diverses sources ou issues des estimations de la Société. Les investisseurs ne peuvent se fonder sur ces informations pour prendre leur décision d'investissement.

Ce document contient des informations prospectives. Ces informations prospectives ont trait aux perspectives futures, à l'évolution et à la stratégie commerciale de la Société et sont fondées sur l'analyse de prévisions de résultats futurs et d'estimations de montants non encore déterminables. Par nature, les informations prospectives comportent des risques et incertitudes car elles sont relatives à des événements et dépendent de circonstances qui peuvent ou non se réaliser dans le futur. Les informations prospectives ne constituent pas une garantie des performances futures de la Société. La situation financière, les résultats et les flux de trésorerie de la Société ainsi que l'évolution du secteur dans lequel la Société opère peuvent différer de manière significative des informations prospectives contenues dans cette présentation. En outre, même si la situation financière, les résultats, les flux de trésorerie de la Société ainsi que l'évolution du secteur dans lequel elle opère sont conformes aux informations prospectives contenues dans cette présentation, ces éléments pourraient ne pas être représentatifs des résultats ou évolutions futurs de la Société. La Société ne prend aucun engagement de mettre à jour ou de confirmer les prévisions ou estimations des analystes ou de rendre publique toute correction à une quelconque information prospective de manière à refléter un événement ou une circonstance qui surviendrait postérieurement à la date de cette présentation. En outre, la survenance de certains risques décrits au chapitre 4 du Document de Base et au Chapitre 2 de la Note d'Opération pourrait avoir un impact sur ces informations prospectives.

Ce document contient des chiffres et des nombres qui ont été arrondis. Par conséquent, les montants totaux et les pourcentages pourraient ne pas correspondre à la somme arithmétique de ces chiffres, montants ou pourcentages.

En participant à cette présentation ou en acceptant le présent document, vous reconnaissez être tenu par les restrictions décrites ci-dessus. Le non-respect de ces restrictions peut constituer une violation des lois et règlements applicables aux valeurs mobilières.



VOS INTERLOCUTEURS

miliboo



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

Arthur DE OLIVEIRA Directeur financier

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





LA NOUVELLE MARQUE DIGITALE D'AMEUBLEMENT

LA NOUVELLE MARQUE DIGITALE QUI MONTE

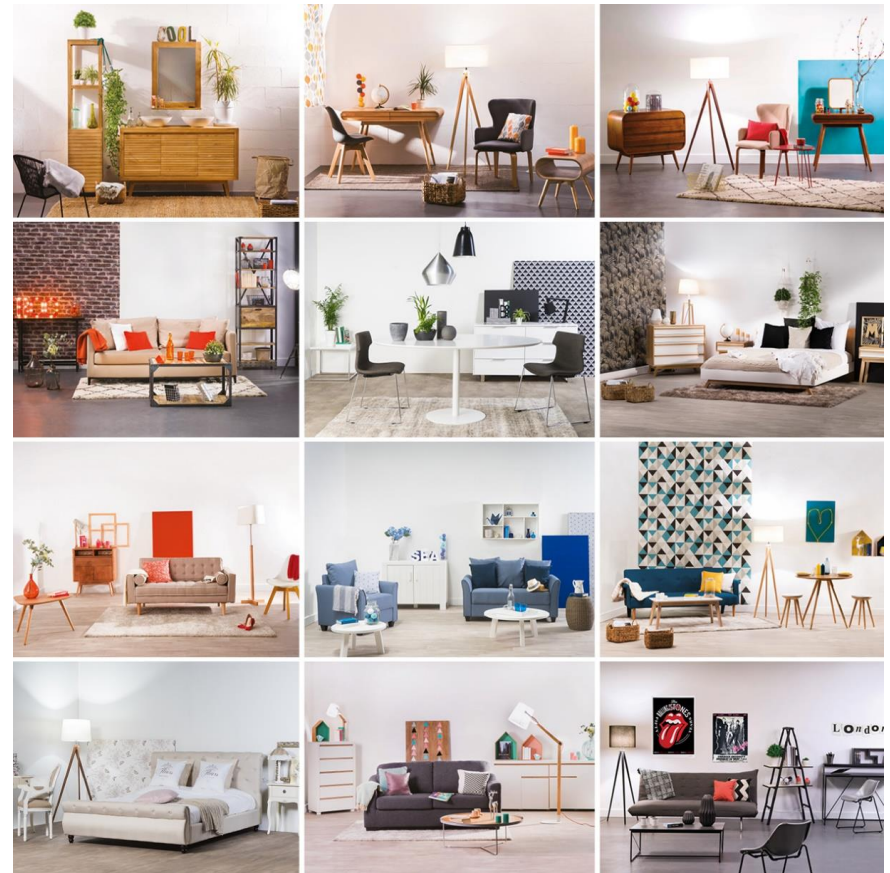
miliboo

Conception et distribution de
MEUBLES « TENDANCE » À PRIX COMPÉTITIFS

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

UNE OFFRE 100% DIGITALE
associant e-commerce et boutique connectée

Une **DIMENSION EUROPÉENNE**



DÉJÀ UNE **SUCCESS STORY...**

miliboo

X2

Doublement du CA tous les 2 ans
14,2 M€ de CA en 2014-15
Plus de 110 000 produits livrés

8 PAYS

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

5,3

5,3 millions de visiteurs uniques
et plus de 190 000 clients

50

collaborateurs*

* Filiales incluses

... NÉE D'UNE VISION STRATÉGIQUE EN 2005

CAPITALISER SUR NOTRE FORTE EXPERTISE DIGITALE....

- ❑ **ADN « digital »**
- ❑ **2 sociétés fondées avec succès :**
Net Work Communication, premier fournisseur d'accès internet régional,
et Taptoo société de reconditionnement d'équipement IT
- ❑ Expérience forte en **logistique / conditionnement**

...POUR PÉNÉTRER LE MARCHÉ À FORT POTENTIEL DE L'AMEUBLEMENT SUR INTERNET, ENCORE PEU OU MAL EXPLOITÉ

- ❑ Un marché important : **1,7 Md€⁽¹⁾ en France**
- ❑ Des métriques attractifs : **taux de marge brute élevé**
- ❑ Présence essentiellement de pure players naissants
- ❑ Des grandes enseignes historiques (Ikea, Conforama, But) prudentes sur leurs stratégies digitales

⁽¹⁾ Source : Fevad

miliboo

Une ambition :

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



... ET DE CHOIX DÉCISIFS GAGNANTS

DÈS LE DÉPART, MILIBOO A OPTÉ POUR UN MODÈLE DIFFÉRENCIANT :

- ☐ Des **produits exclusifs** sous la marque Miliboo
- ☐ **Une disponibilité immédiate des produits**
(facteur déclencheur de l'achat chez les internautes)
- ☐ Maîtrise de **l'ensemble de la chaîne**
(conception, sourcing, logistique, ERP propriétaire, SAV, etc.)
- ☐ Un **agitateur de marché** :
 - ☐ Meubles **modulables et personnalisables** « up to you »
 - ☐ Meubles connectés (lancement dès 2016)
 - ☐ Boutique digitale

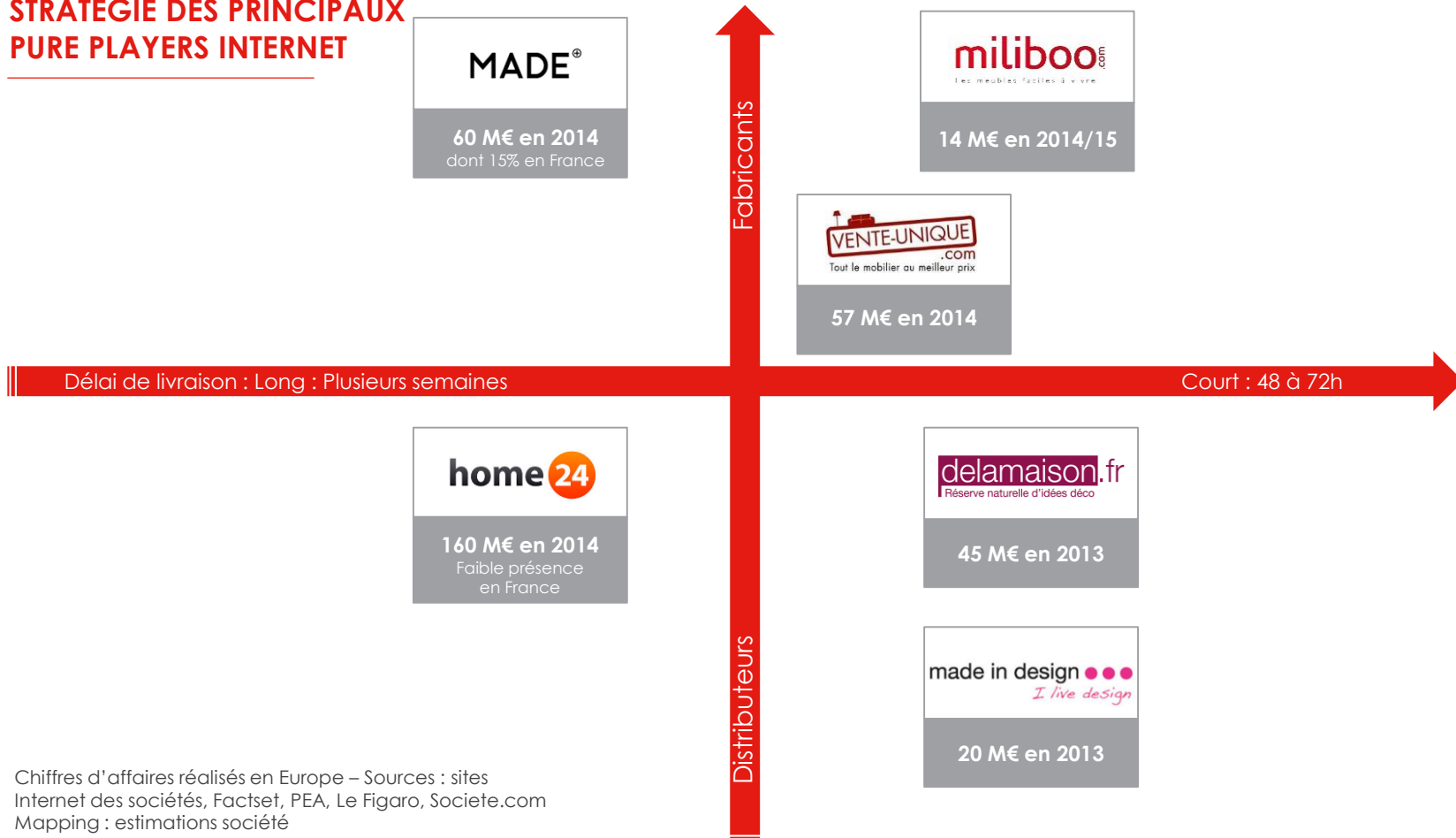
miliboo



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, PEA, Le Figaro, Societe.com
Mapping : estimations société



LES MEUBLES « TENDANCE » FACILES À VIVRE

LE SPÉCIALISTE DE L'AMÉNAGEMENT « TENDANCE » POUR TOUTE LA MAISON

miliboo

LE
SALON



baroque



Style
Recup'

LES
ENFANTS



LA
CHAMBRE



industriel



LE
JARDIN

Un enrichissement
continu de la gamme



+ de 2 500 références
aujourd'hui



CONTEMPORAIN

LA
SALLE DE
BAIN



Design



scandinave



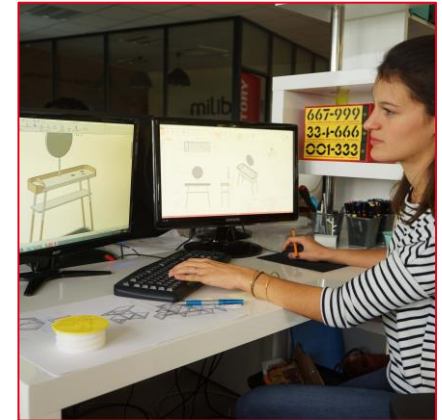
LA
SALLE À
MANGER



UNE **MAÎTRISE** DES COLLECTIONS

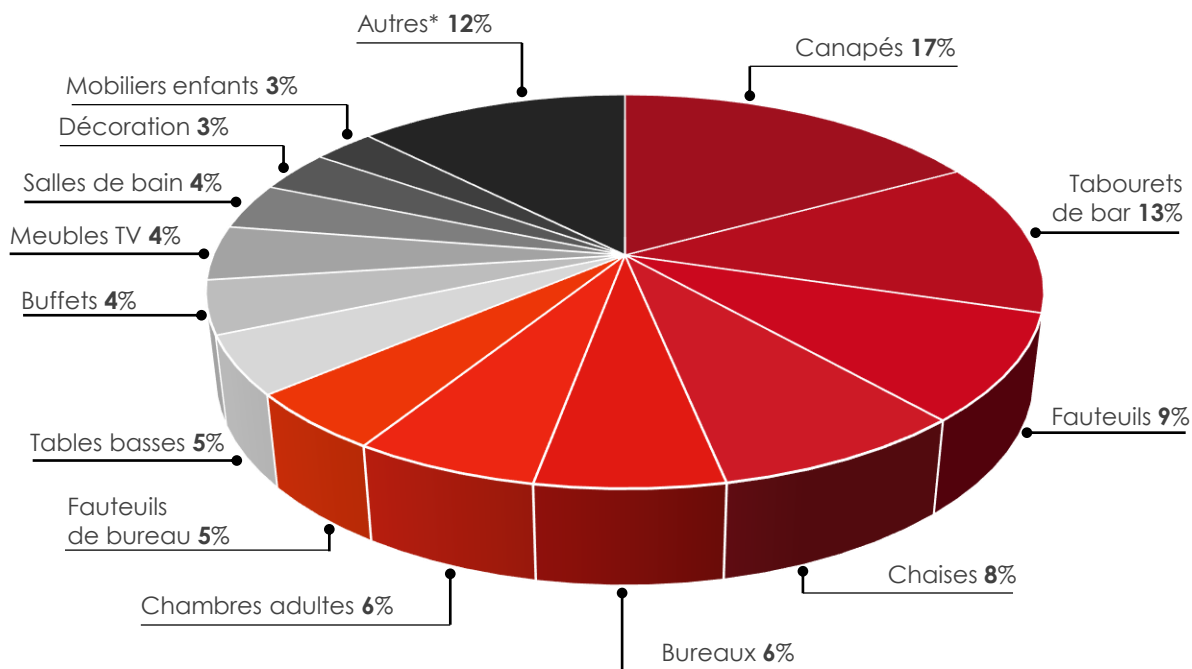
- ❑ **Conception en interne** des produits par une équipe de **designers**
- ❑ **Pilotage permanent** de la gamme en fonction des **tendances**
- ❑ **Outil de prototypage** interne
- ❑ Collaborations avec des **créateurs externes** : Thomas Mandorla et Louis Aspar (collection Wood Tang), M. Pokora (collection Plugin)
- ❑ Des partenariats sur des gammes spécifiques : tables de cuisine, placards...

miliboo



UNE OFFRE DE PRODUITS DIVERSIFIÉE

Aucune dépendance à une catégorie de produits



* Tables de salon/salle à manger, bibliothèques et étagères

miliboo



2014-15 : **221 €***

Un panier moyen en progression



2010-11 : **196 €***

* Chiffres non audités

UNE INNOVATION PERMANENTE

UP TO
YOU

L'OFFRE « UP TO YOU »

Personnalisation de tabourets de bar, fauteuils de bureau, tables et plans de travail. Expédition sous 24h.

Bienvenue dans l'espace de création **up to you**



UN ESPACE
DE CRÉATION
**SIMPLE, RAPIDE,
ET LUDIQUE.**

JE CRÉE UN MEUBLE
UNIQUE
À PARTIR DE
39€

MES MEUBLES
PERSONNALISÉS
SONT EXPÉDIÉS SOUS
24H

JE CHANGE DE DÉCO
À TOUT MOMENT
À PARTIR DE
1€50



« HOMEBYME »

Immersion 3D (en partenariat avec Dassault Systèmes)

Le plan d'une pièce est recréé et décoré avec des produits Miliboo ou Homebyme. Balade virtuelle pour visualiser le rendu.

La collection connectée

Technologie | Design | Simplicité



**Les meubles qui
facilitent le quotidien !**

miliboo



En vente
dès 2016

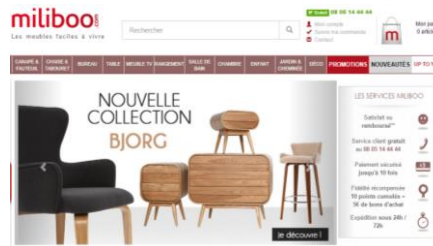
LANCEMENT IMMINENT DES MEUBLES CONNECTÉS

Le 1^{er} canapé connecté déjà présenté en boutique (musique en bluetooth, chargeur de tablette ou de téléphone, télécommande universelle, lumière d'ambiance). Et bientôt d'autres meubles (consoles, etc.).



LA PUISSANCE DU **DIGITAL**

Un site
e-commerce
(84% du CA)



Multi-langues



miliboo.com

Utilisation sélective
des places de marché
(16% du CA)

La Redoute



Cdiscount



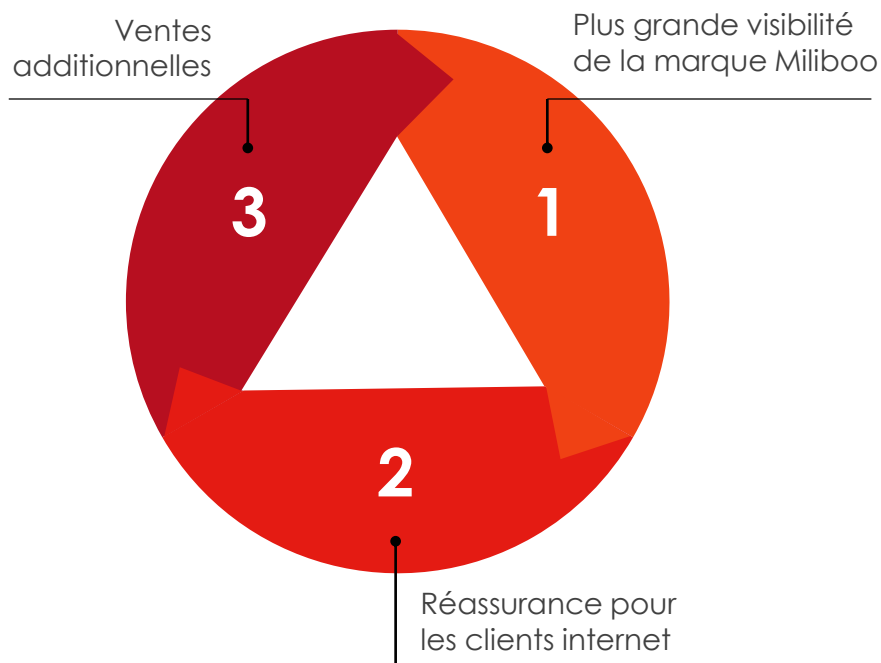
Boutique
connectée
(Milibootik)



EFFET VERTUEUX DE LA MILIBOOTIK

miliboo

UN SUCCÈS DÈS LA PREMIÈRE ANNÉE

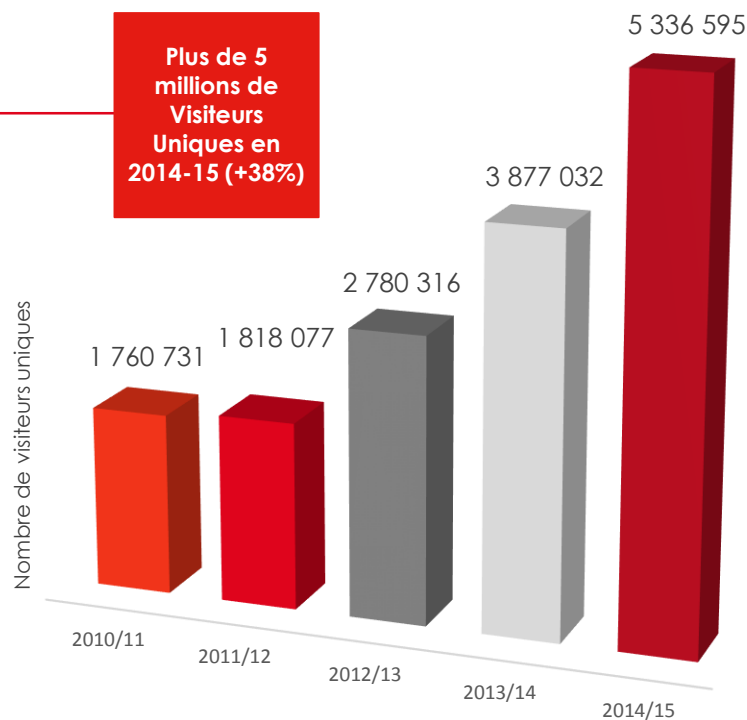


- ☐ **Un marqueur d'innovation** : nouvelle expérience d'achat (écrans tactiles, immersion 3D)
- ☐ **Outil pour tester des produits innovants** (canapé connecté présenté en avant première)

MILIBOO, LA MARQUE QUI MONTE...

miliboo

ÉVOLUTION DU NOMBRE DE VISITEURS UNIQUES SUR MILIBOO.COM



DES MÉTRIQUES PERFORMANTS

- Un actif en croissance : une **base de données propriétaire et qualifiée** (sexe, âge, profession, fréquence des achats, montants...) de plus de **190 000 clients**

... FRUIT D'UN **SAVOIR-FAIRE MARKETING ÉPROUVÉ**

miliboo

**CAMPAGNES DE RECRUTEMENTS
PERFORMANTES ET MULTICANALES**

ONLINE



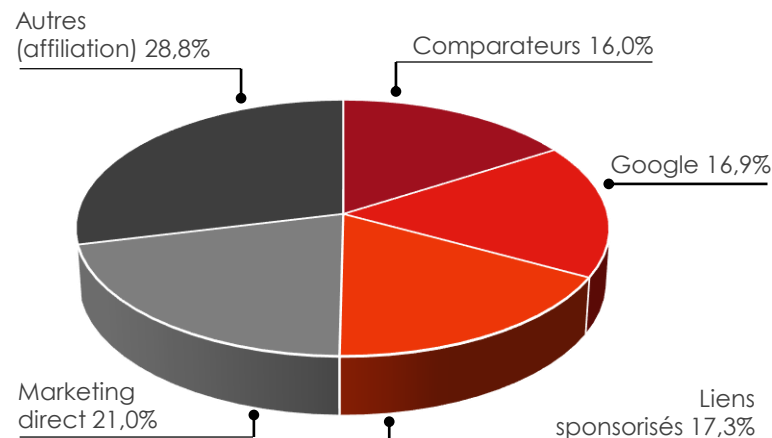
OFFLINE



FIDÉLISATION



**DES SOURCES DE TRAFIC DIVERSIFIÉES
(CHIFFRES 2014/15)**



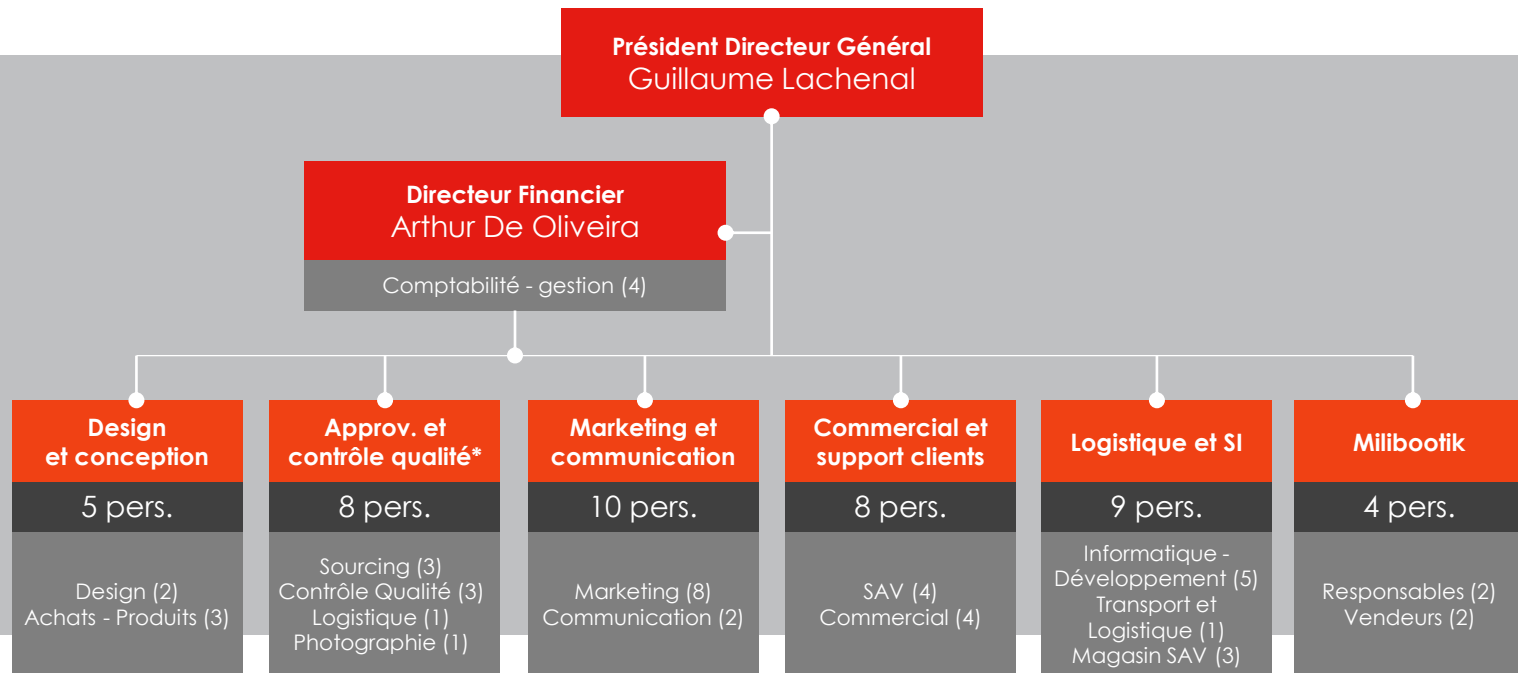
AUCUNE DÉPENDANCE



INTÉGRATION VERTICALE : LA MAÎTRISE DES SEGMENTS CLÉS

UN GROUPE STRUCTURÉ

miliboo



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



Entrepôt Miliboo



Nouveau siège à Annecy



Équipe Miliboo en Chine

* Bureau en Chine

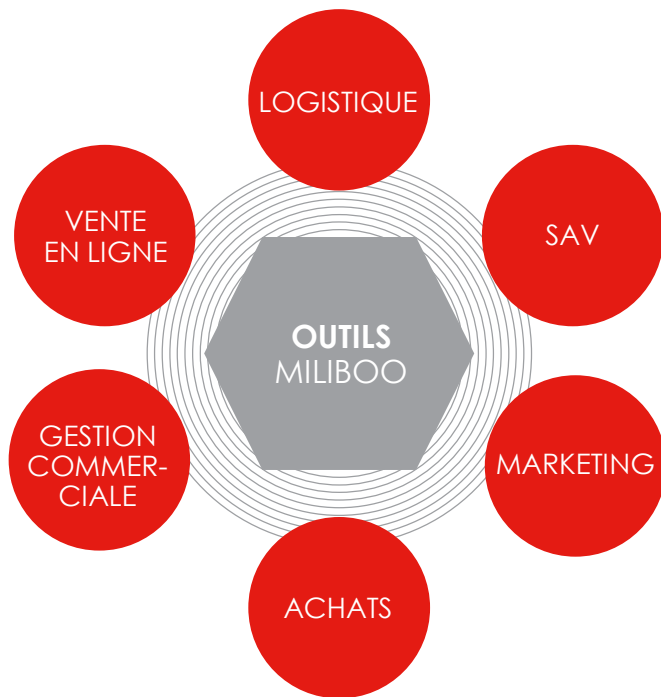
UN SOURCING PARFAITEMENT MAÎTRISÉ

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 ERP PROPRIÉTAIRE



L'expérience des dirigeants notamment dans les NTIC a permis de développer une plateforme informatique sur-mesure en interne :

- ☐ Le portail internet Miliboo.com
- ☐ Des outils de front office et back office **conçus et développés sur mesure** (pilotage en temps réel des stocks, reporting)
- ☐ **5 développeurs / programmeurs**
- ☐ **Plateforme multilingue / multi-pays**
- ☐ **Site 100% responsive** (site web, application mobile/tablette)

miliboo

**Maîtrise des coûts
à tous les stades
de la chaîne**

UNE LOGISTIQUE PERFORMANTE



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

miliboo



de 110 000
produits expédiés
en 2014



GEODIS



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



SUPPORT ET AIDE À LA VENTE

- ☐ Une **aide en ligne** et un **numéro vert**
- ☐ Une relation clients forte : **traitement personnalisé des demandes clients**
- ☐ Une **équipe dédiée** à la relance des clients

SERVICE APRÈS VENTE

- ☐ **Satisfait ou remboursé**
- ☐ **Taux de retour produits sous garantie < 1%*** grâce à la qualité des produits (traçabilité à 100%, contrôle qualité en interne, etc.).
- ☐ **Enquêtes de satisfaction** en ligne auprès de ses clients pour s'assurer de la qualité de la prestation rendue (notamment par les transporteurs)

RELATIONS CLIENTS



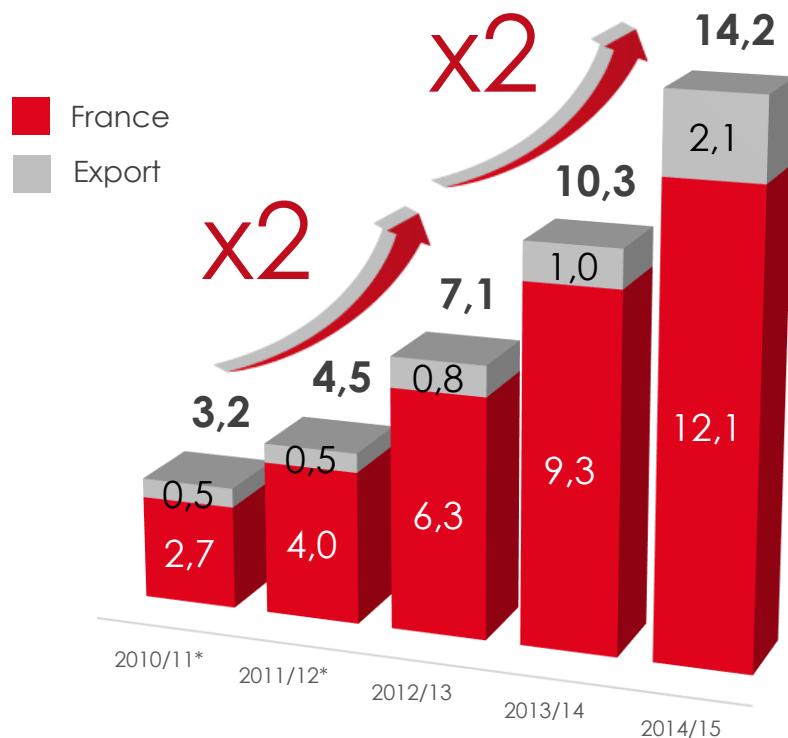


DONNÉES FINANCIÈRES

UNE CROISSANCE DE 40% PAR AN

miliboo

ÉVOLUTION DU CHIFFRE D'AFFAIRES SUR 5 ANS (EN M€)



Doublent
du chiffre
d'affaires tous
les 2 ans
sur les 5
dernières
années

Une **croissance forte et régulière**
de l'activité alimentée par :

- Un développement régulier en France (85% du CA)
- L'ouverture de nouveaux pays (15% du CA) : Espagne, Italie, Suisse, Belgique, Luxembourg, Allemagne et Royaume-Uni

ÉVOLUTION DU COMPTE DE RÉSULTATS

miliboo

COMPTE DE RÉSULTATS SYNTHÉTIQUE (EN K€) (clôture au 30 avril)	2012-13	2013-14	2014-15
Ventes de marchandises	6 337	9 012	12 576
Refacturations diverses (transporteurs, ports,...)	793	1 275	1 589
Chiffre d'affaires	7 130	10 287	14 165
% var		+44,3%	+37,7%
Production immobilisée	185	162	323
Achats de marchandises	(3 857)	(5 323)	(8 076)
Variation de stocks	831	1 180	2 322
Marge brute ⁽¹⁾	3 311	4 869	6 822
Taux de marge brute	52,3%	54,0%	54,2%
Transport de biens, frais de stockage et divers	(1 467)	(2 021)	(2 739)
Marge brute « client final » ⁽²⁾	2 822	4 285	5 995
Taux de marge brute « client final »	39,6%	41,7%	42,3%
Frais de marketing ⁽³⁾	(1 358)	(1 948)	(3 056)
Frais généraux	(1 822)	(2 059)	(3 220)
Dotation aux amortissements et provisions	(267)	(294)	(448)
Autres charges et produits	(8)	55	22
Résultat opérationnel	(632)	40	(707)
Résultat financier	2	4	(80)
Résultat exceptionnel	(48)	(1)	(83)
Résultat net	(676)	44	(871)

Un taux de marge brute en progression régulière

Des dépenses marketing comprises entre 20 et 25% du CA (21,5% en 2014-15)

Des frais généraux encore à un niveau élevé (22% du CA) : structuration de l'entreprise, déménagement du siège et ouverture de la 1^{ère} Milibootik

⁽¹⁾ Ventes de marchandises – achats de marchandises + ou – variation de stocks (hors production immobilisée)

⁽²⁾ CA + production immobilisée – achats de marchandises + ou – variation de stocks – transport de biens, frais de stockage et divers

⁽³⁾ Commissions sur ventes partenaires incluses

STRUCTURE FINANCIÈRE

miliboo

BILAN (EN K€)		30/04/2014	30/04/2015	
ACTIF	Actifs non courants	568	1 652	
	Actifs courants	6 483	6 683	
	- dont stocks	3 015	5 304	Hausse des stocks en liaison avec la croissance
	- dont trésorerie et équivalents de trésorerie	2 729	430	Trésorerie disponible de 0,4 M€ renforcée depuis par une émission d'OC pour 0,75 M€
PASSIF	Capitaux propres	4 221	3 651	
	Passifs non courants	1 180	1 301	
	- dont dettes financières non courantes	792	886	Dettes bancaires de 0,9 M€ pour financer les équipements de la boutique, du siège social et des stocks
	Passifs courants	1 650	3 281	
	- dont dettes fournisseurs	1 120	2 300	

Financement de la croissance et du BFR (stocks) principalement en fonds propres

6,5 M€ levés depuis la création de la société à fin avril 2015 :

- 2011 : 1^{ère} levée de fonds de 2,5 M€ avec l'entrée d'Auriga Partners
- 2013 : 2^{ème} levée de fonds de 4 M€ avec Auriga Partners suivie de Naxicap Partners et Sigma Gestion

ACTIONNARIAT ET GOUVERNANCE

miliboo

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

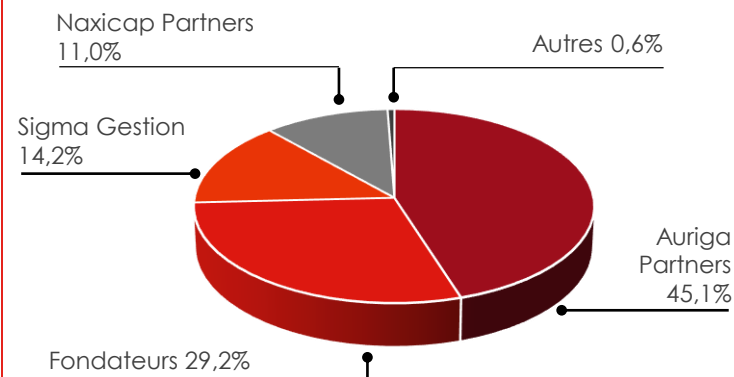


Antoine Le Masson
Représentant permanent
de **Naxicap Partners**,
administrateur



Jean-Marc Dumesnil
Administrateur

RÉPARTITION DU CAPITAL





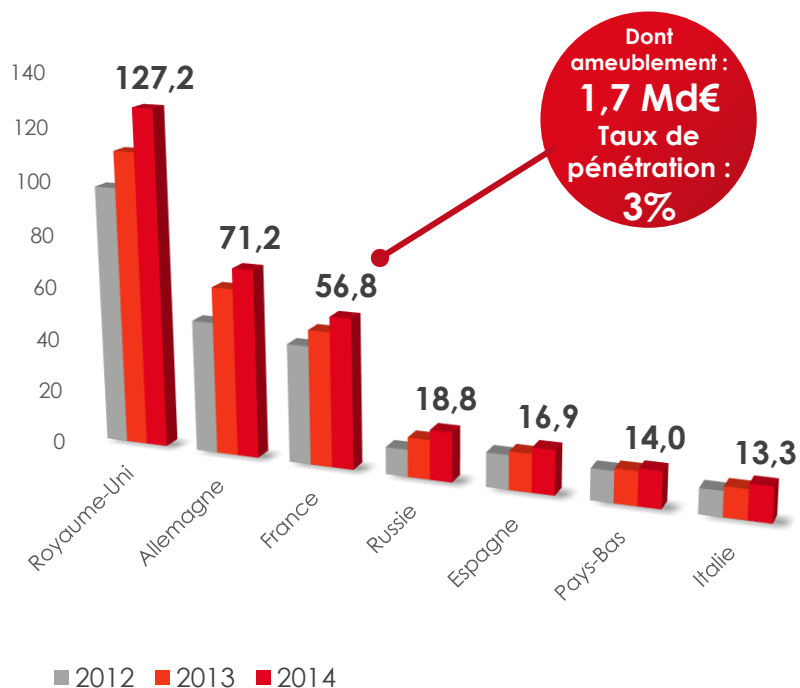
UNE **STRATÉGIE DE CROISSANCE** RENTABLE

UN MARCHÉ EUROPÉEN DE L'E-COMMERCE EN PLEIN ESSOR

miliboo

ÉVOLUTION DU MARCHÉ DU E-COMMERCE DANS LES PRINCIPAUX PAYS EUROPÉENS ENTRE 2012 ET 2014

En Mds€



Sources : E-commerce Europe, Fevad

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)

DE FORTES AMBITIONS DE CROISSANCE

miliboo



USA : « test »

- Sonder le marché via une distribution en ligne de type place de marché
- Recrutement d'une équipe locale (logistique et commerciale)
- Recherche d'un partenariat avec un logisticien sur place en cours

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)

Royaume-Uni : démarrage dès 2016

- Un pays à fort potentiel
- Investissements marketing
- Déjà un **transporteur** partenaire
- Ouverture d'une **Milibootik** selon les opportunités

Europe : accélération notamment en Italie et en Espagne

- Renforcement des budgets marketing
- Ouvertures de Milibootik sur des villes ciblées dès lors que l'activité sur le site Internet se justifie

Avec un dénominateur commun :

- Accroître la **profondeur de gamme**
- Lancement d'une gamme de **meubles connectés**

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 les équipes dédiées à
l'international (pilotage depuis la France)



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)



London

MODALITÉS DE L'OPÉRATION

CALENDRIER INDICATIF

miliboo

VISA DE L'AMF SUR LE PROSPECTUS	25 novembre 2015
ANNONCE DES MODALITÉS DE L'OPÉRATION OUVERTURE DE LA PÉRIODE DE SOUSCRIPTION	26 novembre 2015
CLÔTURE DE LA PÉRIODE DE SOUSCRIPTION	9 décembre 2015
FIXATION DU PRIX ET ALLOCATION DES ACTIONS	10 décembre 2015
ÉMISSION DES ACTIONS RÈGLEMENT-LIVRAISON	14 décembre 2015
DÉBUT DES NÉGOCIATIONS SUR ALTERNEXT	15 décembre 2015
DATE LIMITE DE L'OPTION DE SURRALLOCATION FIN DE LA PÉRIODE DE STABILITÉ ÉVENTUELLE	9 janvier 2016

OPÉRATION ENVISAGÉE

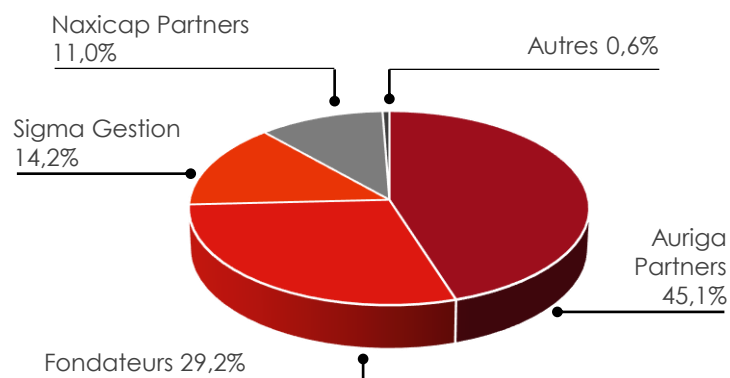
miliboo

- ❑ **Marché de cotation** : marché Alternext d'Euronext Paris
- ❑ **Fourchette indicative de prix** : 4,21 € à 5,69 € par action
- ❑ **Modalités de l'offre** :
 - ❑ Placement global (maximum 80%) et offre à prix ouvert (minimum 20%)
 - ❑ 1 616 162 actions nouvelles à émettre dans le cadre d'une augmentation de capital et 151 514 actions nouvelles à provenir de la conversion des obligations convertibles OCA 2015
 - ❑ Clause d'extension (15% de l'offre initiale)
 - ❑ Option de surallocation (15% de l'offre initiale + clause d'extension)
- ❑ **Engagements de souscription** : 1,5 M€ des actionnaires historiques :
 - ❑ 750 000 euros pour Auriga Partners ;
 - ❑ 650 000 euros pour Sigma Gestion ;
 - ❑ 100 000 euros pour Naxicap Partners.
- ❑ **Lock up** :
 - ❑ Engagement d'abstention de l'émetteur : 180 jours
 - ❑ Engagement de conservation des managers et salariés : 100% à 360 j
 - ❑ Engagement de conservation des actionnaires financiers : 100% à 180 j. ; 75% à 270 j. ; 50% à 360 j.
- ❑ **Volumétrie** :
 - ❑ 8 M€ sur la base d'un prix égal au point médian de la fourchette indicative de prix de l'offre, soit 4,95 €
 - ❑ 9,2 M€ en cas d'exercice intégral de la clause d'extension
 - ❑ 10,6 M€ en cas d'exercice intégral de l'option de surallocation

RÉPARTITION DU CAPITAL

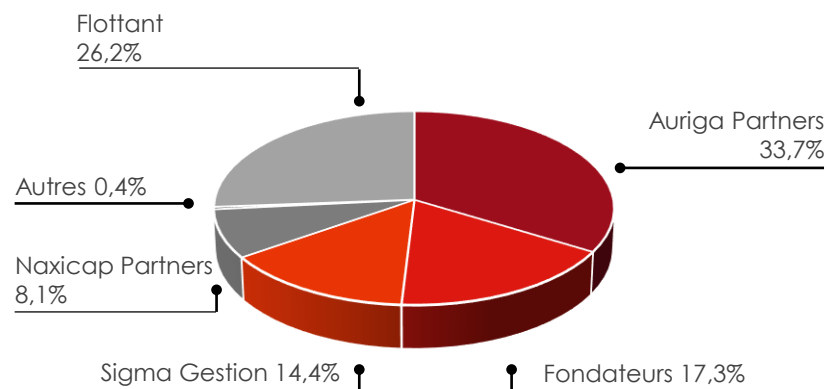
miliboo

RÉPARTITION DU CAPITAL AVANT L'OFFRE



RÉPARTITION DU CAPITAL APRÈS L'OFFRE*

(avant exercice de la clause d'extension et de l'option de surallocation)



* sur la base du point médian de la fourchette indicative, après conversion des actions de préférence A et B et conversion des OCA2015, après acquisition des actions par Sigma Gestion auprès d'Aline Buscemi-Lachenal pour 500 000€.

PARTENAIRES DE L'OPÉRATION

miliboo

Listing Sponsor



Chef de File et Teneur de Livre



Conseil juridique



Agence de communication / presse



Commissaires aux comptes



POURQUOI **INVESTIR** ?

miliboo



- ❑ Une marque d'ameublement en pleine croissance avec un positionnement différenciant
- ❑ Un business model éprouvé dans un secteur de l'industrie du digital en plein essor
- ❑ Une société déjà bien structurée, aux bases solides, pour accompagner la croissance future
- ❑ Un potentiel de développement clairement identifié dans des zones géographiques clés



Q&A

miliboo

LA NOUVELLE MARQUE DIGITALE D'AMEUBLEMENT