

À LA UNE

Miliboo, le trublion du meuble

▶ Treize ans après sa création, quatre après son entrée en bourse, Miliboo continue d'être un agitateur d'idées dans le monde conventionnel du meuble. Mais il lui faut aujourd'hui améliorer sa notoriété auprès du grand public, une étape qu'il espère franchir grâce à l'appui de deux nouveaux partenaires de choix : le groupe M6 et l'animateur Stéphane Plaza.

Outsider. C'est en *outsider* que Guillaume Lachenal s'est lancé en 2006 dans un monde qu'il ne connaissait pas. Entrepreneur autodidacte, il a une idée... en cherchant des meubles pour sa maison familiale. A l'époque, on ne trouve rien ou presque sur Internet ! C'est décidé : il crée un *pure player* du meuble de milieu de gamme. Ce sera Miliboo. « Nous avons commencé par dessiner nos propres produits, en improvisant quelque peu. Aujourd'hui, nous avons trois designers en interne », raconte Guillaume Lachenal. Même évolution du côté de la chaîne d'approvisionnement. « Nous sommes allés en Chine une fois, deux fois, trois fois. Actuellement, nous passons commande, sur la base de nos cahiers de charges, à 80 usines principalement asiatiques dont nous assurons sur place le contrôle qualité grâce à une équipe de douze personnes. » Miliboo propose aujourd'hui un catalogue de 2 800 références de canapés, fauteuils, chaises, tables et autres objets de décoration de la maison, dont 600 tournent chaque année, nouveautés obligent.

Innovation. L'entreprise haut-savoyarde a beaucoup fait parler d'elle ces dernières années. On se souvient de son miroir connecté, récompensé au CES de Las Vegas en 2017, grâce auquel vous pouvez écouter les infos, la météo, lire votre horoscope ou vos mails, en vous préparant le matin dans votre salle de bains. Aujourd'hui, Miliboo



Guillaume Lachenal et Stéphane Plaza ont fêté, récemment, le deuxième anniversaire de la boutique lyonnaise de Miliboo.

remet ça avec son canapé connecté : assise vibrante et hauts parleurs intégrés pour le home cinéma, assistants vocaux intégrés et reliés aux objets intelligents de la maison (lumière, volets, etc.), prise pour tablette, chargeur de smartphone sans fil...

Après sept années d'existence, la société de e-commerce a décidé, comme beaucoup d'autres, d'ouvrir ses propres boutiques, à Paris d'abord, puis à Lyon. Deux sites vitrines équipés de tablettes géantes mises à disposition des clients qui peuvent plonger dans toutes les gammes et passer leur commande directement, au milieu des meubles présentés physiquement.

Positionnée et bien organisée, Miliboo veut désormais amplifier ses ventes pour atteindre, enfin, la rentabilité. La nouvelle visibilité médiatique que lui apportent le groupe M6 (espaces publicitaires contre obligations convertibles) et Stéphane Plaza va sans doute beaucoup l'aider à y parvenir. **|| DIDIER DURAND**

EN CHIFFRES. Actionnariat : Guillaume Lachenal et fondateurs : 10% ; public : 15,5% ; trois fonds d'investissement (Auriga : 42% ; Sigma : 21% ; Naxicap : 8%). CA 2018-19 (au 30 avril 2019) : 23 M€ (+24%) dont 16% à l'export (Allemagne, Espagne...) ; résultat net : -0,9 M€. Effectif : 66 personnes, y compris les deux boutiques et la filiale chinoise (12 pers.).