

COMMUNIQUÉ DE PRESSE

Symbole TSX : GBV

GROUPE BIKINI VILLAGE ANNONCE SES RÉSULTATS DU TROISIÈME TRIMESTRE

L'augmentation de 28,9 % des ventes améliore la performance du trimestre comparé à 2008

SAINTE-JULIE, QUÉBEC, le 11 décembre 2009 : Groupe Bikini Village inc. (TSX : GBV) (« Groupe Bikini Village » ou la « Société ») a dévoilé aujourd'hui les résultats du troisième trimestre terminé le 31 octobre 2009 qui reflètent une performance améliorée comparé au troisième trimestre de 2008 et ce, en dépit des conditions économiques difficiles.

La Société a affiché des ventes nettes pour le troisième trimestre et la période de neuf mois terminés le 31 octobre 2009 respectivement de 6,7 millions \$ et 28 millions \$, comparativement à des ventes de 5,2 millions \$ et 27,9 millions \$ pour les périodes correspondantes de l'année précédente. Les ventes comparables, qui représentent les ventes du même nombre de boutiques durant la même période, ont augmenté de 18,6 % pour le troisième trimestre tandis qu'elles ont diminué de 5,3 % pour la période de neuf mois se terminant à la même date.

"Alors que le Groupe Bikini Village, comme beaucoup d'autres entreprises Nord-américaines, faisait face à un certain nombre de défis depuis l'automne 2008, et à une réduction de ses marges brutes en raison des démarques additionnelles nécessaires afin de stimuler les ventes de juin et juillet ; le mois d'août chaud et humide et son incidence sur la demande de nos produits, compense le retard des ventes du début de l'été," déclare M. Yves Simard, président et chef de la direction du Groupe Bikini Village. "Le résultat est une performance élevée des ventes pour le troisième trimestre - et, avec cela, une amélioration de la rentabilité de ce qui est traditionnellement, en raison de la nature saisonnière de notre activité, un trimestre à perte."

La perte d'exploitation (BAIIA¹) pour le troisième trimestre totalise 1,9 million \$, comparativement à une perte d'exploitation de 2,6 millions \$ pour la même période de 2008. La réduction de 0,7 million \$ de notre perte d'exploitation dans un trimestre au cours duquel la Société opère traditionnellement à perte en raison du caractère saisonnier de ses opérations, découle directement du volume d'affaires accru et de notre stratégie qui consiste à prioriser la gestion stricte de nos inventaires et stratégies d'achats, la vente de marchandises à prix régulier et le contrôle rigoureux des dépenses directes et indirectes, pour atteindre des marges brutes supérieures et une meilleure contribution des magasins.

Le BAIIA¹ pour la période de neuf mois terminée le 31 octobre 2009 s'est établi à un montant négatif de 1,3 million \$, comparativement à un BAIIA¹ négatif de 137 000 \$, pour la période correspondante de l'année précédente. L'augmentation de la perte d'exploitation de 1,2 million \$ découle d'une diminution des marges au cours des deux premiers trimestres de 2009 et d'une augmentation des coûts d'opérations des magasins.

La baisse des marges brutes, au premier semestre de 2009, s'explique principalement par les démarques supplémentaires requises face à l'environnement de détail difficile et les conditions météorologiques défavorables. Quant à la hausse des coûts d'opérations, elle résulte de l'augmentation des dépenses de loyer découlant de l'accroissement du nombre de magasin et de l'augmentation des loyers des magasins existants ainsi que de l'augmentation des salaires principalement au troisième trimestre. Les salaires du

troisième trimestre de 2008 avaient été inférieurs en raison d'un nombre réduit de magasins en opérations et de la fermeture temporaire des magasins rénovés.

Pour le trimestre terminé le 31 octobre 2009, la perte nette est de 1,8 million \$ ((0,01 \$) par action, de base et diluée), comparativement à une perte nette de 2,1 millions \$ ((0,01 \$) par action de base et diluée), pour la même période l'année précédente. Pour les neuf premiers mois de 2009, la perte nette est de 2,3 millions \$ ((0,01 \$) par action, de base et diluée), comparativement à une perte nette de 1,1 million \$ ((0,01 \$) par action, de base et diluée) pour les neufs premiers mois de 2008.

Perspectives ²⁾

Dans son rapport trimestriel, Groupe Bikini Village a indiqué que l'exécution soutenue et rigoureuse de sa stratégie opérationnelle et financière adaptée afin de tenir compte des réalités du marché demeure sa priorité. Nous avons la conviction que cette stratégie améliorera notre situation au fur et à mesure que les conditions économiques continueront d'évoluer positivement. La Société continuera à adapter son approche opérationnelle et financière afin de tenir compte des réalités du marché en continuant d'accorder une attention particulière à la gestion du fonds de roulement, des inventaires et des approvisionnements ainsi qu'à nos investissements en capital et au contrôle des frais généraux et des coûts indirects. Au cours du prochain trimestre, nous prévoyons que notre situation d'encaisse sera bonifiée par un volume d'affaires accru et par les efforts soutenus d'optimisation de gestion de nos inventaires.

"Des progrès importants ont été faits dans le rajeunissement de notre réseau, dans la modernisation de nos systèmes d'informations et dans notre logistique de distribution. Notre attention portera maintenant sur la performance à tous les niveaux de l'organisation, nécessaire à l'atteinte de notre plein potentiel d'affaires", a poursuivi M. Simard. "Dans les trimestres à venir, nous continuerons à faire des investissements stratégiques dans notre réseau de détail, tout en contrôlant notre fonds de roulement et en continuant nos programmes d'amélioration de nos processus d'affaires", a poursuivi M. Simard.

Le rapport complet du troisième trimestre 2009 du Groupe Bikini Village inc. ainsi que les rapports aux actionnaires des périodes précédentes et autres renseignements d'intérêt aux investisseurs sont disponibles sur SEDAR à www.sedar.com et sur le site Web de la Société à www.bikinivillage.com.

À propos de Groupe Bikini Village

Groupe Bikini Village inc., au service des Canadiens depuis près d'un quart de siècle, est l'un des chefs de file dans la vente de maillots de bain avec un réseau de boutiques nouvellement ouvertes et rénovées qui couvre tout l'est du pays. Dans ses boutiques claires et invitantes, caractérisées par leurs salles d'essayage confortables et leur personnel attentionné, Groupe Bikini Village permet à sa clientèle de toutes silhouettes, de choisir parmi la plus vaste sélection au Canada de maillots de bain, d'accessoires pour la plage et de vêtements pour les croisières, et ce, dans les marques les plus populaires de l'industrie. L'addition récente, à son réseau, d'une boutique Lanai à Brossard, Québec, offre des créations de marques pour jeunes filles. Groupe Bikini Village, dont le siège social est situé à Sainte-Julie au Québec, exploite 63 boutiques et emploie environ 475 personnes. Ses actions se transigent sur la Bourse de Toronto sous le symbole GBV. Pour de plus amples renseignements au sujet de la Société, veuillez visiter notre site Web à www.bikinivillage.com.

Notes

¹ Le terme BAIIA (bénéfice avant intérêts, impôts, amortissements, frais de réorganisation et éléments inhabituels) n'est pas une mesure établie conformément aux principes comptables généralement reconnus au Canada (« PCGR ») et peut ne pas être comparable à d'autres mesures semblables présentées par d'autres sociétés. Veuillez vous reporter à la section intitulée « Mesures financières non conformes aux PCGR » du Rapport de gestion de Groupe Bikini Village inc. pour la période de neuf mois terminée le 31 octobre 2009, daté du 10 décembre 2009, disponible sur SEDAR à www.sedar.com.

² À lire parallèlement avec la section « Déclarations prospectives » ci-dessous.

Déclarations prospectives

Ce communiqué de presse contient certains énoncés prospectifs sur les activités futures de Groupe Bikini Village inc., la conjoncture économique, les conditions financières et les plans de financement. Ces énoncés sont basés sur des hypothèses et des analyses faites par l'équipe de gestion à la lumière de leur expérience et de leur perception des tendances historiques, des conditions courantes et des développements prévus de même que d'autres facteurs qu'ils croient justifiés dans les circonstances. Toutefois, la possibilité que les résultats et les développements soient conformes aux attentes et prévisions de l'équipe de gestion est sujette à un certain nombre de risques, d'incertitudes et d'hypothèses. Par conséquent, tous les énoncés prospectifs formulés dans ce communiqué doivent être lus à la lumière de ces énoncés de précaution et aucune assurance ne peut être donnée que les résultats ou développements prévus par l'équipe de gestion se réaliseront ou, même s'ils se réalisent en bonne partie, qu'ils auront les conséquences ou les effets escomptés sur la Société. Les gestionnaires n'engagent aucune obligation et n'ont aucune intention de mettre à jour ou revoir tout énoncé prospectif en raison de nouvelles informations, d'événements futurs ou autre, à moins que cela ne soit requis aux termes des lois applicables.

- 30 -

Pour de plus amples renseignements, veuillez contacter :

Yves Simard
Président et chef de la direction
450-449-1310 poste 4797
ysimard@bikinivillage.com

GROUPE BIKINI VILLAGE INC.
ÉTATS DES RÉSULTATS ET DU RÉSULTAT ÉTENDU
(en milliers de dollars sauf les montants par action)

	Trois mois terminés		Neuf mois terminés	
	le 31 octobre 2009	le 1er novembre 2008	le 31 octobre 2009	le 1er novembre 2008
Produits d'exploitation	6 658 \$	5 167 \$	27 980 \$	27 856 \$
Coûts des produits vendus, frais d'exploitation et d'administration	8 543	7 815	29 285	27 993
Perte d'exploitation - BAIIA ¹	(1 885)	(2 648)	(1 305)	(137)
Intérêts	192	107	581	268
Amortissements	392	336	1 177	1 041
Perte avant impôts sur les bénéfices	(2 469)	(3 091)	(3 063)	(1 446)
Impôts sur les bénéfices (recouvrement)	(675)	(957)	(790)	(391)
RÉSULTAT NET ET RÉSULTAT ÉTENDU	(1 794) \$	(2 134) \$	(2 273) \$	(1 055) \$
PERTE PAR ACTION, de base et diluée	(0,01)	(0,01)	(0,01)	(0,01)
Moyenne pondérée d'actions en circulation, de base et diluée	167 678 115	172 501 691	167 678 115	172 633 559