



## **Des rénovations et une expansion du réseau de vente au détail qui favorisent la croissance**

Vers la fin 2006, Groupe Bikini Village inc. a lancé une stratégie agressive d'expansion et de rénovation afin de tirer parti du potentiel qu'offraient certaines de ses boutiques vieillissantes. En 2007, la Société a accéléré son calendrier de rénovations et ainsi complété treize rénovations (la plupart à l'automne 2007, à temps pour le quatrième trimestre), fermé deux boutiques non performantes, ouvert deux boutiques au Québec, une en Ontario et sa première boutique en Nouvelle-Écosse.

« Les 3,8 millions \$ investis dans notre réseau de boutiques en 2007 ont transformé un réseau vieillissant en un réseau dont le tiers des boutiques sont neuves », a ajouté M. Simard. « Comme nos résultats le démontrent déjà, cet intérêt renouvelé nous place dans une meilleure position concurrentielle, mieux placés pour attirer la clientèle. Ces investissements ont également généré une amélioration considérable de notre situation auprès de nos partenaires assurant la gestion des centres commerciaux où sont situées nos boutiques. Comme nos boutiques rénovées attirent plus de clientèle, notre bannière est plus attrayante auprès des gestionnaires des centres commerciaux, nous permettant ainsi une meilleure position pour la négociation d'espace commercial dans des endroits plus achalandés qui, en retour, devraient nous permettre d'augmenter davantage nos ventes. Nous sommes maintenant à mi-chemin de l'achèvement de notre stratégie de rénovation. En 2008, nous poursuivrons nos investissements dans l'infrastructure de notre réseau de magasins de détail afin d'exploiter davantage le potentiel du marché et de notre marque. »

## **L'amélioration de l'efficacité opérationnelle donne lieu à une rentabilité accrue**

Au cours de l'exercice 2007, la Société a continué à déployer des efforts soutenus visant l'amélioration de sa performance et de son efficacité opérationnelle. Pris dans leur ensemble, ces initiatives ont augmenté les marges brutes de 1,5 % pour l'exercice terminé le 2 février 2008. Parmi ces initiatives d'amélioration de la rentabilité, notons : l'augmentation des marges d'achats initiales, une diminution des démarques et escomptes de caisse accordés, et finalement, l'effet combiné des escomptes pour paiements rapides et un taux de change favorable sur certains achats.

## **Notre bilan solide permet l'expansion et la continuation de notre stratégie de rénovations sans avoir recours à un financement additionnel**

À la fin de l'exercice 2007, Groupe Bikini Village profitait d'une meilleure situation financière qu'à la fin de l'exercice précédent. L'avoir des actionnaires a augmenté de 2,3 millions \$ au cours de l'année, grâce notamment à la composante en capitaux propres de 1 million de \$ de la débenture convertible émise au Fonds de Solidarité FTQ. L'effet combiné de la croissance des ventes, de l'amélioration continue de l'efficacité opérationnelle, des améliorations constantes au réseau de boutiques et de la situation financière robuste, permettra à la Société de poursuivre sa stratégie de rénovation et d'expansion visant une valeur accrue pour ses actionnaires, sans avoir recours à du financement additionnel.

## **Perspectives**

Les résultats du début 2008 appuient la conviction de la Société que sa stratégie de rénovation et d'expansion apportera un rendement encore meilleur au cours des exercices à venir. Les ventes nettes de février et mars 2008 totalisent 7,6 millions \$, comparativement à 6,2 millions \$ pour février et mars 2007, soit une augmentation de 21,6 %. Pour la même période, les ventes comparables ont quant à elles augmenté de 16,4 %.

Au cours des prochains trimestres, Groupe Bikini Village inc. poursuivra ses stratégies de croissance visant à consolider sa part de marché et à augmenter la valeur de ses actionnaires. La situation de trésorerie et les facilités de financement en place permettront à la Société d'accélérer sa stratégie de rénovation et sa pénétration de son marché en augmentant le nombre de boutiques dans certains marchés ciblés par Groupe Bikini Village inc. en Ontario, au Québec et dans les Maritimes.

En 2008, la Société déploiera également des efforts soutenus afin d'améliorer son efficacité opérationnelle et la gestion des inventaires à travers l'organisation. Ses plans, en vue de la réalisation de ces objectifs, comprennent le remplacement de sa solution marchande vieillissante et le transfert du siège social à un emplacement qui augmentera l'efficacité de sa logistique. La situation financière actuelle de la Société peut également soutenir tous ces projets sans nécessiter de financement additionnel.

« Nous sommes heureux des résultats positifs obtenus au quatrième trimestre de 2007 grâce à notre stratégie d'expansion et de rénovation, ainsi que de l'impact positif qu'ont eu ces résultats sur l'exercice pris dans son ensemble », a noté M. Simard. « Aussi, nous sommes encouragés par la performance encore plus impressionnante du premier trimestre de 2008. C'est avec impatience que nous poursuivrons sur cet élan de croissance dans les trimestres à venir. »

### **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, peu importe leur silhouette, de choisir parmi la plus vaste sélection de maillots de bain, d'accessoires pour la plage et de vêtements pour les croisières au Canada, et ce, dans les marques les plus populaires de l'industrie. Groupe Bikini Village, dont le siège social est situé à Boucherville, au Québec, exploite 58 boutiques et emploie environ 500 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](http://www.bikinivillage.com).

### **Notes**

<sup>1</sup> 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 (PCGR) et peut ne pas être comparable à d'autres mesures semblables présentées par d'autres sociétés. Veuillez vous référer à la page 6 du Rapport de gestion annuel de Groupe Bikini Village inc. pour l'exercice terminé le 2 février 2008; un rapprochement avec les mesures financières les plus directement comparables établies conformément aux PCGR est présenté à la page 8 de ce rapport, disponible à [www.sedar.com](http://www.sedar.com).

### **Déclarations prospectives**

Ce communiqué de presse contient certains énoncés prospectifs sur nos activités futures, la conjoncture économique, les conditions financières et les plans de financement. Ces énoncés sont basés sur des hypothèses et des analyses faites par nous à la lumière de notre expérience et de notre perception des tendances historiques, des conditions courantes et des développements prévus de même que d'autres facteurs que nous croyons justifiés dans les circonstances. Toutefois, la possibilité que les résultats et les

développements correspondent à nos attentes et prévisions 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 que nous prévoyons se réaliseront ou, même s'ils se réalisent en bonne partie, qu'ils auront les conséquences ou les effets escomptés sur nous. Nous n'engageons aucune obligation et n'avons aucune intention de mettre à jour ou revoir tout énoncé prospectif en raison de nouvelles informations, d'événements futurs ou autre.

- 30 -

***Pour de plus amples renseignements, veuillez contacter :***

Yves Simard  
Président et chef de la direction  
450-449-1310 poste 4797  
[ysimard@bikinivillage.com](mailto:ysimard@bikinivillage.com)

# GROUPE BIKINI VILLAGE INC.

## ÉTATS DES RESULTATS

(en milliers de dollars sauf les montants par action)

|  | Trois mois terminés                                  |  | Exercices terminés                               |  |
|--|--|--|--|--|
|  | le 2 février 2008<br>(non vérifiés)<br>(13 semaines) | le 3 février 2007<br>(non vérifiés)<br>(14 semaines) | le 2 février 2008<br>(vérifiés)<br>(52 semaines) | le 3 février 2007<br>(vérifiés)<br>(53 semaines) |
| Produits d'exploitation  | 12 928 \$  | 12 333 \$  | 39 827 \$  | 40 523 \$  |
| Coûts des produits vendus, frais d'exploitation<br>et d'administration | 11 088   | 11 350   | 37 401   | 38 191   |
| Marge d'exploitation -BAIIA <sup>1</sup>                               | 1 840  | 983  | 2 426  | 2 332  |
| Intérêts   | 73   | (7)  | 125  | 4  |
| Amortissements   | 302  | 256  | 989  | 771  |
| Bénéfice avant impôts sur les bénéfices<br>et les éléments ci-dessous  | 1 465  | 734  | 1 312  | 1 557  |
| Éléments inhabituels - rémunération à base d'actions                   | -  | -  | -  | 448  |
| Bénéfice avant impôts sur les bénéfices<br>des activités poursuivies   | 1 465  | 734  | 1 312  | 1 109  |
| Impôts sur les bénéfices   | 524  | (848)  | 501  | (848)  |
| Bénéfice des activités poursuivies                                     | 941  | 1 582  | 811  | 1 957  |
| Activités abandonnées nettes des impôts y afférents                    | -  | -  | 478  | -  |
| <b>BÉNÉFICE NET</b>  | <b>941 \$</b>  | <b>1 582 \$</b>                                      | <b>1 289 \$</b>                                  | <b>1 957 \$</b>                                  |
| <br>   |  |  |  |  |
| <b>BÉNÉFICE NET PAR ACTION, de base et diluée</b>                      | <b>0,01</b>  | <b>0,01</b>  | <b>0,01</b>                                      | <b>0,01</b>                                      |