

Symbole TSX : GBV

**GROUPE BIKINI VILLAGE INC.  
ANNONCE LES RÉSULTATS DE SON TROISIÈME TRIMESTRE**

**Des stratégies flexibles adaptées aux réalités de notre marché**

**SAINTE-JULIE, QUÉBEC, le 11 décembre 2008** : Groupe Bikini Village inc. (TSX : GBV) (la « Société ») a dévoilé aujourd'hui les résultats de son troisième trimestre, terminé le 1er novembre 2008. Les résultats du troisième trimestre, marqués par une baisse modérée des ventes et des profits causée notamment par des conditions de marché difficiles combinées à des coûts d'opérations supérieurs entraînés par notre stratégie prospective de rénovation et d'expansion, reflètent également les impacts positifs de la stratégie d'expansion récente de Groupe Bikini Village inc.

« Même si l'impact combiné des conditions de marché difficiles et des coûts d'opérations supérieurs entraînés par notre stratégie prospective de rénovation et d'expansion se traduit pour ce trimestre traditionnellement difficile par une baisse temporaire de nos profits, nous regardons, au-delà des résultats de ce trimestre, au-delà de la période d'incertitudes économiques qui ralentit plusieurs secteurs d'affaires incluant le nôtre, et au-delà des frais non récurrents et des efforts liés à notre stratégie d'expansion », a déclaré Yves Simard, président et chef de la direction de Groupe Bikini Village inc. « Plutôt, nous regardons les mois à venir, lorsque notre nouvelle position stratégique nous permettra de prendre avantage de la période achalandée des fêtes et de la période achalandée des voyages vers le sud, grâce à notre réseau de nouvelles boutiques et de boutiques rénovées. »

Les ventes nettes pour le troisième trimestre et la période de neuf mois terminés le 1er novembre 2008 ont été respectivement de 5,2 millions \$ et 27,9 millions \$, comparativement à des ventes nettes de 5,4 millions \$ et 26,9 millions \$ pour les périodes correspondantes de l'année précédente. Les ventes comparables qui comparent les ventes d'un même nombre de boutiques d'une année à l'autre ont diminué respectivement de 8,5 % pour le trimestre et 2,6 % pour la période de neuf mois.

Le bénéfice (perte) d'exploitation ("BAIIA"<sup>1</sup>) pour le troisième trimestre et la période de neuf mois terminés le 1er novembre 2008 s'est chiffré à (2,6 millions \$) et (223 000 \$), comparativement à un bénéfice (perte) d'exploitation de (1,7 million \$) et 586 000 \$ pour le troisième trimestre et la période de neuf mois de l'année précédente. La diminution de 809 000 \$ dans le bénéfice d'exploitation pour les neuf mois de 2008 reflète un accroissement des frais d'exploitation en raison de l'augmentation nette du nombre de boutiques et de l'augmentation générale des coûts de location de 1,2 million \$, compensée par une légère hausse du volume d'affaires pour la période.

La Société a adopté rétrospectivement au premier trimestre de 2008, sans retraitement des chiffres des périodes précédentes, la nouvelle norme comptable publiée par l'Institut Canadien des Comptables Agréés portant sur la comptabilisation du coût des stocks (Chapitre 3031, " Stocks "). L'adoption de cette nouvelle norme a donné lieu à une augmentation de la perte d'exploitation ("BAIIA"<sup>1</sup>) de 562 000 \$ pour le trimestre terminé le 1er novembre 2008 et une diminution de la perte d'exploitation ("BAIIA"<sup>1</sup>) de 207 000 \$ sur une base cumulative pour les neuf mois terminés à la même date. Sur une base annuelle, l'adoption de cette nouvelle norme comptable n'aura pas d'impact important.

Pour le trimestre terminé le 1er novembre 2008, la Société a enregistré une perte nette sur les activités poursuivies de 2,1 millions \$ (0,01 \$ par action, de base et diluée), comparativement à 1,3 million \$ (0,01 \$ par action, de base et diluée) pour la même période l'année précédente. Pour la période de neuf mois terminée à la même date, la Société a enregistré une perte nette sur les activités poursuivies de 1,1 million \$ (0,01 \$ par action, de base et diluée), comparativement à 130 000 \$ (zéro par action, de base et diluée) pour la même période l'année précédente.

## **Perspectives**

Même si nous sommes conscients que plusieurs indicateurs économiques pointent vers une période de récession et des impacts possibles qui affecteront l'ensemble des sociétés à travers le Canada, nous croyons que nos stratégies pour les trimestres à venir nous permettront de gérer les effets négatifs anticipés sur notre Société et de maintenir le cap sur notre objectif de créer une valeur accrue pour les actionnaires. «Nous sommes flexibles et nous avons la capacité d'agir rapidement pour modifier et adapter nos stratégies pour faire face aux difficultés économiques présentes et nous avons aussi la capacité de saisir des opportunités qui pourraient se présenter», a déclaré Yves Simard, président et chef de la direction de Groupe Bikini Village inc.

Tout en poursuivant ces stratégies au dernier trimestre de 2008 et dans les trimestres à venir, la Société continuera à se concentrer sur ses différentes stratégies de croissance et de création de valeurs. Notre situation de trésorerie, que nous avons améliorée suite à nos différents refinancements et qui sera probablement bonifiée par les changements à notre stratégie de commercialisation, permettra à la Société d'augmenter ses parts de marché dans le marché de la mode balnéaire et d'accélérer l'augmentation de valeur des actionnaires.

Consciente de la probabilité que la stratégie de rénovation des boutiques existantes ne génère pas une augmentation des ventes à la suite de ces rénovations dans les conditions économiques actuelles, la Société a ajusté sa stratégie de rénovations des boutiques, et cherche maintenant à optimiser l'utilisation de sa trésorerie à des fins d'investissements. Nous allons adapter notre plan de rénovations de boutiques existantes afin de maximiser l'augmentation des ventes à court terme et profiter de l'expiration de certains baux pour déplacer nos boutiques dans des locaux plus petits où nous anticipons réaliser le même chiffre d'affaires mais qui sont tout de même dans des zones achalandées et ainsi réduire nos coûts d'occupation.

«Nous continuerons à gérer à travers les défis que nous rencontrons, tels que le ralentissement économique que nous vivons présentement, en puisant notamment dans notre capacité à adapter nos stratégies aux réalités de notre marché » a déclaré M. Simard. « Groupe Bikini Village continue d'être engagé dans son objectif inchangé d'augmenter la valeur de ses actionnaires. Nos stratégies pour le quatrième trimestre de 2008 et pour 2009 sont adaptées en fonction des perspectives économiques Canadiennes et incluent également une marge de manœuvre nous permettant de capitaliser sur des opportunités que la situation courante peut rendre possible. Nous croyons que ces stratégies prospectives créeront de la valeur pour nos actionnaires. »

Le rapport complet du troisième trimestre 2008 de Groupe Bikini Village, ainsi que les rapports aux actionnaires des périodes précédentes et autres renseignements d'intérêt aux investisseurs, sont disponibles sur SEDAR à [www.sedar.com](http://www.sedar.com) et sur le site Web de la Société à [www.bikinivillage.com](http://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, peu importe leur silhouette, 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. Groupe Bikini Village, dont le siège social est situé à Sainte-Julie, au Québec, exploite 59 boutiques et emploie environ 450 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 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 terminée le 1er novembre 2008, daté du 11 décembre 2008, disponible sur SEDAR à [www.sedar.com](http://www.sedar.com).

### 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 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, sauf où prescrit par la loi.

- 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		Neuf mois terminés	
	le 1er novembre 2008 (non vérifiés)	le 3 novembre 2007 (non vérifiés)	le 1er novembre 2008 (non vérifiés)	le 3 novembre 2007 (non vérifiés)
Produits d'exploitation	5 167 \$	5 398 \$	27 856 \$	26 898 \$
Coûts des produits vendus, frais d'exploitation et d'administration	7 791	7 049	28 079	26 312
Marge (perte) d'exploitation - BAIIA <sup>1</sup>	(2 624)	(1 651)	(223)	586
Intérêts	107	54	268	52
Amortissements	336	263	1 041	687
Perte avant impôts sur les bénéfices des activités poursuivies	(3 067)	(1 968)	(1 532)	(153)
Impôts sur les bénéfices	(949)	(641)	(420)	(23)
Perte nette des activités poursuivies	(2 118)	(1 327)	(1 112)	(130)
Activités abandonnées nettes des impôts y afférents	-	161	-	478
<b>RÉSULTAT NET ET RÉSULTAT ÉTENDU</b>	<b>(2 118) \$</b>	<b>(1 166) \$</b>	<b>(1 112) \$</b>	<b>348 \$</b>
PERTE PAR ACTION, de base et diluée				
Activités poursuivies	(0,01)	(0,01)	(0,01)	-
Activités abandonnées	-	-	-	-
<b>BÉNÉFICE PAR ACTION, de base et diluée</b>	<b>(0,01)</b>	<b>(0,01)</b>	<b>(0,01)</b>	<b>-</b>
Moyenne pondérée d'actions en circulation - en milliers	172 502	172 678	172 634	172 678