

PERSBERICHT
26.08.2011

OMZETONTWIKKELING EERSTE JAARHEFT

De omzet groeide in de eerste jaarhelft 2011 met 9% (van m€ 79,0 naar m€ 86,2). In juni 2011 werd weliswaar meer van de herfst/winter collectie (collectie voor de tweede jaarhelft) uitgeleverd versus vorig jaar. Op een vergelijkbare basis met 2010 bedraagt de omzetgroei ongeveer 7%. Deze cijfers zijn exclusief de retailomzet van Intimacy.

De omzetgroei is vooral te danken aan volumestijging. De groei is vrij algemeen, maar duidelijk niet in Noord-Europa en Griekenland. Verder is er een positief prijs- en wisselkoerseffect van samen ongeveer 2%.

Inclusief de retailomzet van Intimacy stijgt de omzet met 17% (van m€ 83,4 naar m€ 97,9). In de eerste jaarhelft van 2010 was Intimacy slechts voor 2 maanden verwerkt.

De retailomzet van Intimacy voor de eerste jaarhelft van 2011 bedraagt m\$ 20,6. Dit is een stijging met 20% versus dezelfde periode vorig jaar, vooral dankzij openingen van nieuwe winkels. Intimacy had een moeilijk voorjaar. Het algemeen economisch klimaat in de USA is moeilijk.

Verder wordt de groei bij Oreia in Duitsland verdergezet. Op een 'store-to-store' basis (5 winkels) groeit Oreia in Duitsland met 12,5%.

GROEI BRUTO MARGE EN EBITDA

De bruto marge (exclusief Intimacy) ligt hoger in de eerste jaarhelft van 2011 versus de eerste jaarhelft 2010. Dit is vooral te danken aan efficiëntieverbeteringen (o.a. lagere stikkost en afwaarderingen) als aan het positieve prijs- en wisselkoerseffect.

De vaste kosten blijven relatief stabiel, wat ook geldt voor alle kostenfactoren die de groei bevorderen (marketing, verkoopprogramma's, prospectie nieuwe zones).

Met een omzetgroei van 9% is er een stijging van de ebitda (exclusief Intimacy) met 19%. Als we echter 7% omzetgroei nemen (zie boven) stijgt de ebitda voor de eerste jaarhelft met 14%.

MINDERHEIDSPARTICIPATIES EN FINANCIËEL RESULTAAT

In de eerste jaarhelft van 2011 bedraagt de bijdrage van Top Form aan het resultaat vóór belastingen m€ 1,1 waarvan m€ 0,4 verwerkt is als financieel resultaat (dividenden) en m€ 0,7 als winst op basis van de 'equity'-methode.

Ook het financieel resultaat levert een positieve bijdrage. Het financieel resultaat in 2010 werd beïnvloed door een eenmalige winst op de Intimacy participatie van m€ 4,4.

Exclusief Intimacy stijgt de netto winst met 18% (11% op vergelijkbare basis). Inclusief Intimacy stijgt de netto winst met 18% (daarbij houden we geen rekening met het eenmalig financieel resultaat op de Intimacy participatie in 2010).

INTIMACY

Ondanks een moeilijke eerste jaarhelft, wordt voor het volledige jaar 2011 gerekend op een omzet van rond m\$ 40 en een ebitda hoger dan m\$ 1,6. In 2011 zullen 4 nieuwe winkels geopend worden (waarvan reeds 3 winkels geopend werden in het voorjaar), wat het totaal aantal winkels eind 2011 op 17 brengt. Het objectief is om tegen eind 2012 in de Verenigde Staten 20 winkels te hebben.

Het marktaandeel van onze merken (Marie Jo en PrimaDonna) in de Intimacy winkels blijft groeien.

VOORUITZICHTEN

Van de Velde houdt rekening met een moeilijker najaar. De economische ontwikkelingen in Europa en Noord-Amerika zijn niet bevorderend voor het consumentenvertrouwen.

Exclusief Intimacy is de verwachting dat de omzetgroei voor het volledige jaar 2% à 3% bedraagt. Dit percentage zal sterk (zoals altijd) afhankelijk zijn van de nabestellingen in de tweede jaarhelft. De verwachting is dat de ebitda groei op jaarbasis ongeveer dezelfde orde van grootte aanneemt als de omzetgroei.

Voor Intimacy verwachten we een jaaromzet van rond m\$ 40 en een ebitda boven m\$ 1,6.

Verder zal vanaf augustus Rigby & Peller opgenomen worden in de geconsolideerde cijfers (volgens de integrale consolidatiemethode aan 87%). De impact van deze uitbreiding in de consolidatiekring zal toegelicht worden in de eindejaarcijfers.

Oreia en LinCHérie ontwikkelen goed. Er wordt een nieuwe Oreia winkel geopend in het centrum van Berlijn, en de samenwerking met de LinCHérie ondernemers verloopt zeer vlot.

HALFJAARLIJKS FINANCIËEL VERSLAG

Het uitgebreid halfjaarlijks financieel verslag (inclusief gereguleerde informatie en de verklaring van beperkt nazicht van de commissaris) is terug te vinden in bijlage.

Een aantal financiële kerncijfers worden hieronder weergegeven en verder toegelicht in het financieel verslag:

Financiële kerncijfers		
Winst- en verliesrekening (in m€)	30.06.2011	30.06.2010
Omzet	97,9	83,4
Ebitda (bedrijfswinst plus afschrijvingen)	34,0	28,5
Ebit of Bedrijfswinst	31,8	26,7
Winst vóór belastingen	33,0	33,0
Groepswinst	24,6	25,3
Balans (in m€)	30.06.2011	31.12.2010
Vaste activa	87,3	89,0
Vlottende activa	89,8	92,9
Totaal activa	177,1	181,9
Eigen vermogen	150,9	153,6
Belang van derden	7,5	8,1
Langlopende schulden	2,1	3,3
Kortlopende schulden	16,6	16,9
Totaal passiva	177,1	181,9
Kerncijfers in € per aandeel	30.06.2011	30.06.2010
Groepswinst	1,86	1,91

CONTACTEN

Voor bijkomende inlichtingen kunt u terecht bij:

Van de Velde NV – Lageweg 4 – 9260 Schellebelle – 09/365.21.00
www.vandevelde.eu

Ignace Van Doorselaere
Voorzitter van het directiecomité

Stefaan Vandamme
Financieel Directeur

VAN DE VELDE

Van de Velde NV behoort tot de voornaamste marktspelers in de sector van de luxueuze en modieuze dameslingerie. Van de Velde is overtuigd van een langetermijnstrategie gebaseerd op het uitbouwen en de ontwikkeling van de merken rond het concept "Lingerie Styling" (pasvorm, stijl en mode), en dit vooral in Europa en Noord-Amerika.