

**COMMUNIQUE DE PRESSE**  
**26.08.2011**

**ÉVOLUTION DU CHIFFRE D'AFFAIRES PREMIER SEMESTRE**

Au premier semestre 2011, le chiffre d'affaires a progressé de 9 % (de 79,0 m€ à 86,2 m€). Toutefois, en juin 2011, les livraisons de la collection automne/hiver (collection pour le second semestre) étaient supérieures à celles de l'année dernière. Sur une base comparable avec 2010, la progression du chiffre d'affaires est d'environ 7 %. Ces chiffres ne tiennent pas compte du chiffre d'affaires d'Intimacy.

La progression du chiffre d'affaires résulte essentiellement d'une hausse des volumes. La croissance est assez générale, à l'exception notoire de l'Europe du Nord et de la Grèce. On note par ailleurs un effet positif des prix et des taux de change d'environ 2 % au total.

Chiffre d'affaires d'Intimacy inclus, le chiffre d'affaires augmente de 17 % (de 83,4 m€ à 97,9 m€). Au premier semestre de 2010, les chiffres d'Intimacy n'ont été intégrés que pour 2 mois.

Le chiffre d'affaires d'Intimacy pour le premier semestre 2011 atteint 20,6 m\$, soit une augmentation de 20 % par rapport à la période correspondante de l'année précédente. Cette augmentation est grâce à l'ouverture des nouveaux magasins. Intimacy a connu un printemps difficile, lié au climat économique général aux États-Unis.

Par ailleurs, la croissance d'Oreia s'est poursuivie en Allemagne. Sur une base comparable (« store-to-store » pour 5 magasins), Oreia progresse de 12,5 % en Allemagne.

**HAUSSE DE LA MARGE BRUTE ET DE L'EBITDA**

Au premier semestre 2011, la marge brute (hors Intimacy) est supérieure à celle du premier semestre 2010. Ceci résulte essentiellement d'améliorations d'efficacité (notamment baisse des coûts du piquage et des réductions de valeur) ainsi que d'un effet positif des prix et taux de change.

Les coûts fixes sont restés relativement stables, y compris ceux qui visent à stimuler la croissance (marketing, programmes de vente, prospection de nouvelles zones).

Avec un chiffre d'affaires en hausse de 9 %, la croissance de l'EBITDA (hors Intimacy) atteint 19 %. Toutefois, si nous partons d'un chiffre d'affaires en hausse de 7 % (voir plus haut), l'EBITDA pour le premier semestre progresse de 14 %.

**PARTICIPATIONS MINORITAIRES ET RÉSULTAT FINANCIER**

Au premier semestre de 2011, la contribution de Top Form au résultat avant impôts atteint 1,1 m€, dont 0,4 m€ comptabilisés comme résultat financier (dividendes) et 0,7 m€, comme bénéfice selon la méthode de mise en équivalence.

Le résultat financier apporte une contribution positive, lui aussi. Le résultat financier de 2010 a été influencé par un bénéfice non récurrent de 4,4 m€ sur la participation dans Intimacy.

Hors Intimacy, le bénéfice net affiche une hausse de 18 % (11 % sur une base comparable). Intimacy inclus, le bénéfice net progresse de 18 % (sans tenir compte du résultat financier non récurrent sur la participation dans Intimacy en 2010).

**INTIMACY**

Malgré un premier semestre difficile, Intimacy table sur un chiffre d'affaires de l'ordre de 40 m\$ et un EBITDA au-dessus de 1,6 m\$ pour l'ensemble de l'année 2011. En 2011, 4 nouveaux magasins seront ouverts (dont 3 inaugurés au printemps), ce qui portera le nombre de magasins à 17 fin 2011. L'objectif reste de détenir, fin 2012, 20 magasins aux États-Unis.

La part de marché de nos marques (Marie Jo et PrimaDonna) dans les magasins Intimacy est en constante progression.

## PERSPECTIVES

Van de Velde estime que l'automne sera plus difficile. L'évolution des économies européenne et nord-américaine n'est pas favorable à la confiance des consommateurs.

Hors Intimacy, le chiffre d'affaires devrait progresser de 2 % à 3 % pour l'ensemble de l'année. Ce pourcentage dépendra fort (comme toujours) des commandes de réassort au deuxième semestre. L'EBITDA devrait progresser sur l'année d'un même ordre de grandeur que le chiffre d'affaires.

Intimacy prévoit un chiffre d'affaires d'environ 40 millions \$ et un EBITDA au-dessus de 1,6 millions \$.

Par ailleurs, Rigby & Peller sera intégrée à partir d'août dans les chiffres consolidés (selon la méthode de consolidation intégrale à 87 %). L'impact de cette extension sur le périmètre de consolidation sera commenté dans les chiffres de fin d'année.

Oreia et LinCHérie se développent bien. Une nouvelle boutique Oreia sera ouverte dans le centre de Berlin et la collaboration avec les entrepreneurs LinCHérie se passe sans difficultés.

## LES ÉTATS FINANCIERS INTERMÉDIAIRES RÉSUMÉS ET CONSOLIDÉS

Le rapport abrégé des données financières intermédiaires consolidées (y compris les informations réglementées et le rapport du commissaire concernant la revue limitée) est à votre disposition en annexe.

Un certain nombre de chiffres financiers clés sont repris dans le tableau ci-dessous et sont expliqués dans le rapport financier :

<b>Chiffres financiers clés</b>		
<b>Compte de résultats consolidés (en m€)</b>	<b>30.06.2011</b>	<b>30.06.2010</b>
Chiffre d'affaires	97,9	83,4
Ebitda (bénéfice d'exploitation plus amortissements et réductions de valeur)	34,0	28,5
Ebit ou bénéfice d'exploitation	31,8	26,7
Bénéfice courant avant impôts	33,0	33,0
Bénéfice de la période	24,6	25,3
<b>Bilan consolidé (en m€)</b>	<b>30.06.2011</b>	<b>31.12.2010</b>
Actifs non circulants	87,3	89,0
Actifs circulants	89,8	92,9
<b>Total actif</b>	<b>177,1</b>	<b>181,9</b>
Fonds propres	150,9	153,6
Intérêt minoritaire	7,5	8,1
Total du passif à long terme	2,1	3,3
Total du passif à court terme	16,6	16,9
<b>Total passif</b>	<b>177,1</b>	<b>181,9</b>
<b>Chiffres clés en € par action</b>	<b>30.06.2011</b>	<b>30.06.2010</b>
Bénéfice de la période	1,86	1,91

## **Contacts**

Pour plus d'informations, veuillez contacter :

Van de Velde NV – Lageweg 4 – 9260 Schellebelle – 09/365.21.00  
[www.vandavelde.eu](http://www.vandavelde.eu)

Ignace Van Doorselaere  
Directeur général

Stefaan Vandamme  
Directeur financier

## **Van de Velde**

Van de Velde SA compte parmi les leaders du secteur de la lingerie de luxe et de mode. Van de Velde poursuit résolument une stratégie à long terme qui se fonde sur le développement de marques fortes s'appuyant sur le concept de « Lingerie styling » (maintien, style et mode), essentiellement en Europe et en Amérique du Nord.