

## **COMMUNIQUÉ DE PRESSE**

### **Pour diffusion immédiate**

**Source : LE CHÂTEAU INC.  
Contact : Emilia Di Raddo, CA  
Présidente  
(514) 738-7000**

**Maison Brison  
Rick Leckner  
Brian Quick  
(514) 731-0000**

## **LE REPOSITIONNEMENT DE LA MARQUE LE CHÂTEAU S'AVÈRE UNE RÉUSSITE**

**Montréal, le 7 juillet 2004** -- Emilia Di Raddo, présidente de Le Château Inc. (TSX : CTU.A) a annoncé aujourd'hui aux actionnaires présents à l'assemblée annuelle de la Société que, malgré l'environnement commercial difficile de 2003, Le Château a connu, pour la deuxième année consécutive, une année record en termes de ventes et de bénéfice. « Au cours de 2003, nous avons continué de nous concentrer sur le repositionnement de la marque Le Château, un processus qui, débuté il y a trois ans, se poursuit encore aujourd'hui. Notre mission consiste à adapter les plus récentes modes et tendances internationales en des tenues incontournables, qui s'agencent parfaitement en un flot continu de nouvelles collections, et ce, à la vitesse de l'éclair », a déclaré Mme Di Raddo.

Pendant l'exercice 2003, les ventes ont augmenté de 4,2 %, pour atteindre un sommet record de 226,8 millions de dollars, alors que les ventes des magasins comparables enregistraient une hausse de 0,6 % comparativement à la même période l'an dernier. Le bénéfice net de la Société a connu une augmentation de 39 %, passant de 7,6 millions de dollars ou 1,52 \$ par action en 2002, à 10,6 millions de dollars ou 2,07 \$ par action en 2003.

« Notre objectif est de devenir l'histoire de réussite du prêt-à-porter au Canada, et que notre nom soit synonyme de qualité et de mode sans âge, d'un océan à l'autre. En effet, dans le monde d'aujourd'hui, la mode n'a plus d'âge, et les femmes de 35 ans, 45 ans, et plus, ont la même passion pour la mode que les clientes de 18 ans. Nous croyons aussi que la mode n'est plus une question de saisons; c'est pourquoi nos collections n'ont ni début ni fin, mais représentent plutôt un flux constant de nouveaux modèles emballants qui arrivent quotidiennement dans nos magasins », a affirmé Mme Di Raddo.

### **Exercice en cours**

« L'année 2004 a connu un excellent départ », a déclaré Mme Di Raddo. Pour le premier trimestre ayant pris fin le 1<sup>er</sup> mai 2004, les ventes ont augmenté de 11,9 %, pour atteindre 50,7 millions de dollars. Les ventes des magasins comparables ont quant à elles connu une hausse de près de 5,3 %, en regard de la même période l'an dernier. Le bénéfice net a connu une augmentation de 474 % au premier trimestre, pour atteindre 2 188 000 \$ ou 0,42 \$ par action, en regard de 381 000 \$ ou 0,08 \$ par action l'année précédente. (Conformément aux principes comptables généralement reconnus, le bénéfice net comprend un bénéfice de change non réalisé non récurrent de 283 000 \$ ou 0,05 \$ par action. Ce bénéfice non réalisé sera en grande partie compensé au cours du deuxième trimestre).

Pour le premier trimestre, la Société a réalisé un bénéfice net de 2 281 000 \$ ou 0,44 \$ par action pour ses activités canadiennes, comparativement à 886 000 \$ ou 0,18 \$ par action l'année précédente. Les activités américaines ont quant à elles enregistré une perte nette de 93 000 \$ CA ou (0,02) \$ CA par action pour cette période, en regard d'une perte nette de 505 000 \$ CA ou (0,10) \$ CA par action pour la même période l'année précédente, soit une amélioration de 412 000 \$.

En avril 2004, le Conseil d'administration de la Société a approuvé une augmentation de 50 % de son dividende trimestriel, qui est passé de 0,10 \$ à 0,15 \$ par action, ou de 0,60 \$ par action sur une base annuelle.

Au cours des neuf premières semaines du deuxième trimestre, en date du 3 juillet 2004, la Société a enregistré une augmentation de ses ventes totales de 4,1 %, alors que les ventes de ses magasins comparables ont connu une hausse de 3,9 %, comparativement à la même période l'an dernier.

### **Profil**

Chef de file au Canada, Le Château est un détaillant spécialisé offrant des vêtements, des chaussures et des accessoires avant-gardistes aux femmes et aux hommes soucieux de la mode.

Les vêtements de marque Le Château sont en grande partie conçus et fabriqués dans une approche d'intégration verticale. Les marchandises Le Château sont vendues exclusivement par l'entremise des 166 magasins de détail de la Société. Tous ces magasins sont situés au Canada, à l'exception de quatre dans la région de New York.

### **Avertissement concernant les énoncés prévisionnels**

Ce communiqué contient des énoncés prévisionnels portant sur la Société ou sur l'environnement dans lequel elle oeuvre qui sont fondés sur des attentes, des suppositions et des prévisions de la Société. Ces énoncés ne constituent pas des garanties de rendement futur et comportent des risques et des incertitudes difficiles à prévoir et indépendants de la volonté de la Société. De fait, un certain nombre de facteurs peuvent intervenir et faire en sorte que les résultats soient différents sur le plan matériel de ceux qui sont exprimés dans ce communiqué, facteurs qui sont évoqués dans d'autres documents publics de la Société. Donc, les lecteurs sont avisés de ne pas accorder une confiance exagérée aux énoncés prévisionnels. De plus, ces derniers ne font état que de la situation au jour où ils ont été écrits et la Société nie toute intention ou obligation de mettre à jour ou de revoir de tels énoncés à la suite de quelque événement ou circonstance que ce soit.