

COMMUNIQUÉ DE PRESSE

Pour diffusion immédiate

Source : LE CHÂTEAU INC.

Contacts : Herschel H. Segal
Président du Conseil et chef de la direction
(514) 738-7000

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

LE CHÂTEAU TIENT SON ASSEMBLÉE GÉNÉRALE ANNUELLE

Montréal, 28 juin 2006 – Lors de l'assemblée générale annuelle de Le Château Inc. (TSX: CTU.A) qui s'est tenue aujourd'hui, Herschel H. Segal, président du Conseil et chef de la direction de la Société, a déclaré aux actionnaires que, sur tous les aspects financiers, la Société a connu un succès sans précédent en 2005. Nous avons conservé notre solide position traditionnelle au centre de l'offre du commerce de détail, entre les magasins à grande surface et les boutiques spécialisées, sans céder de territoire à l'un ou l'autre groupe. Nous y sommes arrivés en conservant notre approche visant à offrir des vêtements axés sur le design à des prix abordables, et en étant habiles; en 2005, nous avons su reconnaître et saisir sans tarder les occasions qui se présentaient dans la division pour hommes, ainsi que dans les divisions d'accessoires et de chaussures.

Plusieurs facteurs ont contribué aux exploits financiers de 2005, notamment : l'intensification de l'attrait que la Société exerce auprès d'une clientèle s'étendant sur plusieurs générations; l'accélération de son expansion dans les marchés secondaires; l'augmentation de la superficie moyenne des magasins; l'accélération du temps de réaction grâce à des technologies de l'information maison, rendant ainsi sa capacité de production nationale un avantage encore plus important; et l'amélioration de l'approvisionnement international.

Les ventes pour l'exercice terminé le 28 janvier 2006 ont connu une augmentation de 15,7 % pour atteindre un sommet record de 279,1 millions de dollars, et les ventes des magasins comparables ont enregistré une hausse de 11,2 %, comparativement à la même période l'an dernier. Le bénéfice avant impôts se chiffrait à 36,0 millions de dollars, en hausse de 47,8 % en regard de 24,3 millions de dollars en 2004, et le bénéfice net a connu une augmentation de 48 %, pour atteindre 23,5 millions de dollars ou 3,95 \$ par action (de base), en regard de 15,9 millions de dollars ou 2,96 \$ par action (de base) en 2004.

En réponse à l'amélioration des résultats financiers et de la position de la Société, le Conseil d'administration a approuvé deux hausses du dividende au cours de l'exercice. La première hausse, de l'ordre de 14 %, a eu lieu en septembre 2005, faisant passer le taux de 0,175 \$ à 0,20 \$ par action. Une hausse de 25 % a ensuite été établie en décembre 2005, faisant passer le taux de 0,20 \$ à 0,25 \$ par action, soit un taux de 1,00 \$ par action sur une base annuelle.

Exercice en cours

« Nous avons affiché d'excellents résultats pour le premier trimestre de l'exercice, mais ils n'ont pas réussi à égaler nos résultats exceptionnels pour le premier trimestre de l'an dernier, alors que notre bénéfice net avait connu un bond de 112 % en regard de l'exercice précédent », a remarqué M. Segal. « Il s'agissait d'un résultat difficile à surpasser, ou même à égaler. »

Pour le premier trimestre terminé le 29 avril 2006, les ventes ont connu une croissance de 1,0 % pour atteindre 61,2 millions de dollars. Les ventes des magasins comparables ont enregistré une baisse de 4,3 % en regard de la même période l'année précédente. Le bénéfice net pour le premier trimestre se chiffre à 2,7 millions de dollars, ou 0,45 \$ par action (de base), en regard de 4,6 millions de dollars ou 0,79 \$ par action (de base) l'an dernier. Le Conseil d'administration a aussi déclaré un dividende de 0,25 \$ par action. Il s'agit du 51^e trimestre consécutif que la Société a déclaré un dividende.

« Nous avons déjà regagné notre vitesse de croisière perdue au cours du premier trimestre et, depuis la fin de mai, nos résultats se sont améliorés » a déclaré M. Segal. « En fait, au cours du mois de juin, nous avons retrouvé des résultats positifs de ventes de magasins comparables, avec une hausse de 1,2 %. La hausse des ventes des magasins comparables n'est peut-être pas encore spectaculaire, mais elle est sans équivoque, établissant une tendance ferme à la hausse. »

Pour les huit premières semaines du deuxième trimestre de l'exercice financier 2007, les ventes totales ont connu une hausse de 2,4 %, et les ventes des magasins comparables ont enregistré une baisse de 1,9 % en regard de la même période l'an dernier.

Perspectives

M. Segal a identifié les défis et objectifs de Le Château pour les mois restants de l'exercice :

- La Société s'impose à nouveau dans les vêtements pour femmes. Elle réaffirme son leadership mode dans ce segment. Le Château se concentre à retrouver la croissance saine de ses magasins comparables dans sa division pour femmes et sa division d'accessoires;
- La Société a identifié d'excellentes occasions dans la division chaussures et la division pour hommes, et le travail préparatoire a été fait pour permettre la croissance dans ces divisions;
- Le Château améliorera la productivité en continuant à augmenter la superficie de ses magasins chaque fois que les circonstances le permettent.

Mais plus important encore pour l'avenir, a fait remarquer M. Segal, la Société est maintenant en position pour utiliser rapidement sa machine de réapprovisionnement afin d'offrir à ses clients plus de ce qu'ils désirent, presque au moment même où ils le désirent.

Profil

Chef de file au Canada, Le Château est une marque de prêt-à-porter spécialisé offrant un vaste assortiment de vêtements, accessoires et chaussures modernes aux femmes et aux hommes soucieux de la mode. La marque Le Château est synonyme de mode pour tout âge à des prix abordables, et est vendue exclusivement par l'entremise des 188 magasins de détail de la Société. Tous ces magasins sont situés au Canada, à l'exception de cinq dans la région de New York. Les magasins de la Société se trouvent principalement dans les grands centres commerciaux urbains. La Société complète cette offre par des boutiques à pignon sur rue, dans des secteurs à fort achalandage piétonnier.

Grâce à sa tradition de 47 ans d'intégration verticale, une approche du prêt-à-porter axé sur le design et la fabrication, Le Château occupe une place unique parmi les détaillants de vêtements canadiens.

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.

Les facteurs qui pourraient faire en sorte qu'il y ait un écart important entre les résultats ou les événements réels et les prévisions actuelles comprennent notamment : la capacité de la Société à mettre en œuvre avec succès ses initiatives stratégiques et la mesure dans laquelle ces initiatives seront aussi fructueuses que prévu; les conditions de concurrence dans le secteur dans lequel évolue la Société; la variation des dépenses de consommation; les conditions économiques générales et les incertitudes habituelles liées aux affaires; les préférences des consommateurs à l'égard de la gamme de produits; les conditions météorologiques saisonnières; la variation des taux de change; les changements dans les relations qu'entretient la Société avec ses fournisseurs; les fluctuations des taux d'intérêt et les autres variations des frais d'emprunt; et les modifications des lois, règles et réglementations applicables à la Société.

le château inc.

- 30 -