



PRODUITS DE PUÉRICULTURE

Cosco
Safety 1st
Maxi-Cosi
Bébé Confort
Baby Relax
Babidéal
Mon Bébé
Quinny

MOBILIER DE MAISON

Ameriwood
Ridgewood
Charleswood
Dorel Home Products
Cosco Home & Office
Dorel Asie
Carina
SystemBuild
Cosco Ability Care Essentials
Altra Furniture

PRODUITS RÉCRÉATIFS

Pacific Cycle
Schwinn
GT
Mongoose
InSTEP

BOURSES

CANADA

TSX :
DII.MV, DII.SV

ÉTATS-UNIS

NASDAQ :
DIIB

CONTACT :

Maison Brison
Rick Leckner
(514) 731-0000
Les Industries Dorel Inc.
Jeffrey Schwartz
(514) 934-3034

DOREL PRÉVOIT UNE CROISSANCE SOUTENUE EN 2005

- **Diversité : la clé du succès**
- **De nouveaux produits Schwinn pour poursuivre sur la lancée du succès du Sting-Ray**
- **Croissance annuelle prévue du chiffre d'affaires de 5 % à 10 %**
- **Ajout d'un membre indépendant au conseil d'administration**

Montréal, le 18 mai 2005— Les actionnaires qui ont assisté à l'assemblée générale annuelle de Les Industries Dorel Inc. (TSX : DII.SV, DII.MV; NASDAQ : DIIB) ont eu droit à une présentation animée des produits les plus populaires de la société internationale de biens de consommation par le chef de la direction, Martin Schwartz. Il a déclaré à son auditoire que le développement de produits ne constitue que l'une des forces qui ont permis à la Société d'enregistrer un taux de croissance annuel composé sur 10 ans de 22 % de son chiffre d'affaires et de 33 % de son bénéfice net. Il a de plus affirmé que la croissance devrait se poursuivre tout au long de l'exercice 2005.

L'exercice financier 2004 a été le meilleur dans l'histoire de Dorel. Le chiffre d'affaires a atteint 1,7 G\$ US, en hausse de 45 % par rapport à 2003. Pour la première fois, le bénéfice net a franchi le seuil des 100 M\$ US, une augmentation de 35 % par rapport à l'exercice précédent. « Ces réalisations sont survenues en dépit d'obstacles majeurs comme des coûts élevés du pétrole, une hausse des prix des matières premières et des pénuries de matériaux, » a affirmé M. Schwartz.

« Dorel est une société très diversifiée dont les produits s'adressent à un large éventail de clients. La diversité de nos d'activités permet d'atténuer l'impact des difficultés que certains secteurs peuvent parfois éprouver. Par exemple, alors que le secteur des meubles prêts-à-assembler traversait une période difficile l'an dernier, les bicyclettes ont, de leur côté, connu un immense succès. Dorel est loin d'être une société dont le succès repose entièrement sur un unique produit ou sur une seule saison. Nous sommes des chefs de file dans plusieurs catégories de produits, 12 mois par année. Les acquisitions stratégiques réalisées au cours des deux dernières années, comme celles d'Ampafrance et de Pacific Cycle, nous ont été bénéfiques. Ces entreprises ont été rentables dès le premier jour et ont contribué de façon importante à notre croissance. »

Le premier trimestre de l'exercice 2005 démarre solidement

L'exercice 2005 a connu un bon départ en raison d'une solide croissance interne et du lancement de nouveaux produits dans toutes les divisions de la Société. Le chiffre d'affaires a progressé de 19 % pour s'élever à 465,6 M\$ US, comparativement à 391,1 M\$ US l'an dernier. Le bénéfice net a augmenté de 40 % pour s'établir à 27,2 M\$ US, ou 0,83 \$ US par action dilué, comparativement à 19,4 M\$ US, ou 0,59 \$ US par action pour le premier trimestre de l'exercice précédent.

Le développement de produits des génère des résultats

L'un des éléments importants du succès de Dorel réside dans la conception à l'interne de biens de consommation de qualité, de marque réputée et qui suscitent de l'enthousiasme. La Société l'a démontré une fois de plus en 2004. La marque Schwinn de Dorel a lancé le « rebirth of cool » avec la bicyclette Sting-Ray à longues fourches en avril. À la fin de l'année, plus d'un demi-million d'exemplaires avaient été vendus aux États-Unis. La bicyclette s'est retrouvée sur la liste de plusieurs médias et détaillants des 10 cadeaux de Noël les plus convoités et a été nommé « Jeux d'extérieur de l'année 2004 » par la *Toy Industry Association*.

Une étude de marché démontre que la bicyclette à longues fourches n'est pas qu'une tendance du moment et que les jeunes recherchent plus particulièrement le Sting-Ray de Schwinn. Pacific Cycle, la filiale d'exploitation de Dorel dans le secteur des produits récréatifs, a réagi en développant plusieurs nouveaux modèles de Sting-Ray pour 2005 afin de profiter davantage de la vague de popularité que suscitent les vélos, avec notamment des produits destinés aux adultes ainsi que des versions à trois et cinq vitesses.

Le nouveau Sting-Ray Electric™ a été dévoilé lors de l'assemblée générale annuelle des actionnaires et commencera à être disponible chez différents détaillants Schwinn à la fin du mois de mai. De plus, nous avons lancé une nouvelle gamme de scooters munis de moteurs à essence à quatre temps, dont tous les modèles arborent le sceau de qualité Schwinn. Le marché des scooters motorisés est le segment qui connaît la croissance la plus rapide dans le secteur des motocyclettes.

Le véhicule-jouet électrique de modèle Corvette de Safety 1st, une nouvelle catégorie de produits de puériculture de Dorel lancée en 2004, s'est lui aussi retrouvé sur plusieurs listes de cadeaux de Noël en 2004. Le succès remporté par le jouet a amené le détaillant Toys R Us à décerner au Groupe Juvenile Dorel USA l'un de ses titres de fournisseur de l'année. Le véhicule-jouet aux allures de camion de pompier a lui aussi connu beaucoup de succès et plusieurs autres modèles sont en développement, notamment une batmobile.

Wal Mart a décerné à Cosco Home & Office, qui fait partie de la division Mobilier de maison de Dorel, le titre de fournisseur de l'année de produits de quincaillerie pour ses gammes novatrices d'échelles et de tabourets-escabeaux.

Les sièges d'auto en hausse

Aux États-Unis, les ventes de sièges d'auto en 2005 devraient croître de 15 % à 20 % en termes d'unités en raison de l'entrée en vigueur de nouvelles législations en matière de sièges rehausseurs dans plusieurs états. Depuis le mois de mars, tous les enfants âgés de moins de 7 ans doivent désormais être assis dans un siège rehausseur qui assure l'utilisation sécuritaire de la ceinture lorsqu'ils voyagent dans l'état de New York. D'autres états d'un bout à l'autre des États-Unis sont sur le point de proposer et d'adopter des législations semblables dans le but d'uniformiser davantage l'utilisation des sièges rehausseurs.

Par le biais des marques Cosco et Safety 1st de Dorel, la Société prévoit profiter de la sensibilisation accrue que ces lois engendreront auprès des consommateurs.

Perspectives pour 2005

Bien que Dorel ne fournisse désormais plus de prévisions spécifiques en ce qui a trait aux bénéfices, Jeffrey Schwartz, le chef de la direction des finances de Dorel, a tout de même donné un aperçu de certaines attentes de Dorel pour 2005. « Nous anticipons une progression du chiffre d'affaires de l'ordre de 5 % à 10 %, et nous prévoyons une faible amélioration de nos marges brutes parce que nous croyons que les prix des produits de bases demeureront aux niveaux élevés actuels ».

« Le taux d'imposition effectif en 2005 devrait retourner à ses niveaux traditionnels de l'ordre de 15 % à 20 %, en raison principalement de changements anticipés dans la répartition des bénéfices provenant des différents territoires dans lesquels la Société exerce ses activités. Nous prévoyons toutefois améliorer nos résultats nets. Les dépenses en immobilisation seront moins élevées en 2005 en raison de l'achèvement de projets d'envergure, en particulier « l'usine de l'avenir » située à Columbus, en Indiana. Enfin, notre objectif de flux de trésorerie libres pour l'exercice s'élève à 100 M\$ et nous avons l'intention d'utiliser les flux de trésorerie libres disponibles afin de réduire la dette. »

Nouveau membre indépendant au conseil d'administration

Robert P. Baird de Stamford, au Connecticut, a été élu au conseil d'administration de Dorel. M. Baird est président et chef de la direction de Philips Domestic Appliances and Personal Care et possède une vaste expertise dans le secteur des biens de consommation. Précédemment, M. Baird était consultant au sein du bureau de New York d'une importante firme de recrutement internationale où il se spécialisait dans le secteur des biens de consommation et la gestion du marketing. Il a également occupé des postes de direction chez Samsonite et General Motors.

L'élection de M. Baird au conseil d'administration renforce davantage la majorité de membres indépendants. Six des dix administrateurs sont désormais des membres externes.

S'équiper pour la prévention

À la clôture de l'assemblée, Dorel a annoncé qu'elle fournira à la patrouille de sécurité à vélo de l'organisation Jeunesse au Soleil, qui parcourra la ville de Montréal cet été, des vélos tout terrain de marque Schwinn pour les 30 membres que compte son contingent.

Après la rencontre, les employés de bureaux ont eu droit, sur l'heure du midi, à une démonstration spectaculaire de l'équipe d'acrobatie de renommée internationale de Pacific Cycle sur l'esplanade de la Place Ville Marie pour aider le lancement du programme estival de vélos du complexe.

Profil

Les Industries Dorel (TSX : DII.SV, DII.MV; NASDAQ : DIIB) est une société internationale de biens de consommation qui se consacre à la conception, la fabrication et la mise en marché d'un portefeuille diversifié de grandes marques qu'elle vend par l'entremise de ses divisions Produits de puériculture, Mobilier de maison et Produits récréatifs. Dorel, dont le siège social est situé à Montréal, est présente dans quatorze pays et emploie environ 5 000 personnes. Dorel possède aussi des bureaux à Shanghai et à Shenzhen en Chine qui supervisent l'approvisionnement et l'impartition, l'ingénierie et la logistique de toutes les activités d'exploitation en Asie. Les ventes de la Société se sont élevées à 1,7 G\$ US en 2004.

Les activités d'exploitation américaines comprennent le Groupe Juvénile Dorel USA, qui commercialise les marques Cosco et Safety 1st ainsi que les produits fabriqués sous licence Eddie Bauer et Disney Baby; Ameriwood Industries, qui commercialise des produits prêts-à-assembler sous les marques Ameriwood, Carina, SystemBuild, Altra Furniture et Ridgewood/Charleswood ainsi que les produits sous licence California Closets et Trading Spaces; Cosco Home & Office, qui commercialise des produits pour la maison et le bureau sous les marques Cosco et Cosco Ability Essentials et sous licence Samsonite; et Pacific Cycle, qui commercialise les marques Schwinn, Mongoose, GT, InSTEP et Roadmaster. Au Canada, Dorel exploite Dorel Ventes et Distribution Canada, Ridgewood Industries et Dorel Home Products. Dorel Europe commercialise des produits de puériculture partout en Europe, sous les marques Bébé Confort, Maxi-Cosi, Quinny, Safety 1st, Babidéal, Mon Bébé et Baby Relax. Dorel Asie fabrique en sous-traitance et importe des produits de mobilier de maison.

Mise en garde concernant les déclarations prospectives

Exception faite des données historiques, le présent communiqué de presse peut contenir des renseignements et des déclarations de nature prospective sur les résultats à venir de la Société. Ces dernières sont établies à partir d'hypothèses et de conjectures ainsi que des meilleures évaluations possibles de la direction à l'égard des événements futurs. Les facteurs de risque peuvent comprendre, sans s'y limiter, la variabilité des résultats trimestriels, l'évolution de la demande des clients à l'égard des produits et services de la Société, l'impact des pressions exercées sur les prix par les concurrents de même que la tendance générale du marché et l'évolution de l'économie. Par conséquent, les lecteurs sont avisés que les résultats réels peuvent différer des résultats attendus.