



PRODUITS DE PUÉRICULTURE

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

MOBILIER DE MAISON

Ameriwood
Ridgewood
Charleswood
Dorel Mobilier de maison
Cosco Home & Office
Dorel Asie
Carina
System Build

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

Industries Dorel Inc.
Jeffrey Schwartz
(514) 934-3034

LA MARQUE SCHWINN DE DOREL PREND DE LA VITESSE AVEC UNE NOUVELLE GAMME DE SCOOTERS

- De nouveaux modèles du Sting-Ray sont lancés afin de profiter de la vague de popularité du vélo
- La bicyclette Sting-Ray a été choisie « Jeu d'extérieur de l'année »

Montréal, le 24 février 2005 — Les Industries Dorel Inc. (TSX : DII.SV, DII.MV; NASDAQ : DIIB) a fait part aujourd'hui de nouvelles initiatives de sa division Pacific Cycle destinées à exploiter le potentiel de la popularité de sa marque de commerce Schwinn. Schwinn a lancé une nouvelle catégorie de scooters munis de moteurs à essence à quatre temps. Elle a aussi dévoilé de nouvelles versions de sa très populaire bicyclette à longues fourches Sting-Ray, qui a été choisie « Jeu d'extérieur de l'année 2004 » lors d'un gala qui s'est tenu à New York samedi dernier. Schwinn est l'une des marques de bicyclettes les mieux connues et les plus respectées.

La naissance des scooters Schwinn.

Schwinn a lancé les premiers modèles de sa nouvelle gamme de scooters à la foire commerciale 2005 *Dealernews International Powersports Dealer Expo* de Indianapolis, en Indiana. Trois modèles de 50 cm³ ont été présentés : Le Schwinn « Campus », le Schwinn « Collegiate » et le Schwinn « Graduate ». Chaque modèle est présentement disponible en deux couleurs et arborera le sceau de qualité Schwinn. Schwinn prévoit lancer d'autres modèles dans la catégorie 80 ou 125 cm³ au cours de 2005.

« Le nom Schwinn est synonyme de confiance dans la catégorie des articles sur roues et l'une des marques les plus connues et les plus respectées aux États-Unis », a affirmé Martin Schwartz, le président et chef de la direction de Dorel. « Nous avons connu beaucoup de succès avec une variété d'articles sur roues de marque Schwinn, et les scooters à essence représentent une extension naturelle de la marque Schwinn ».

Le marché des scooters est le segment qui connaît la croissance la plus rapide dans le secteur des motocyclettes. Selon *Powersports Business*, une publication spécialisée à fort tirage de l'industrie des motocyclettes, les ventes de scooters ont progressé de 18 % en 2003. Les ventes totales de scooters sur le marché américain devraient largement surpasser les 100 000 unités en 2004.

« Le marché des scooters est en plein essor », a affirmé Chris Hornung, chef de la direction de Pacific Cycle. « Ce nouveau produit de haute qualité représente une occasion pour les détaillants de motocyclettes et les marchands de vélos qui sont en mesure d'offrir des produits de transport à essence. Les scooters de Schwinn généreront de l'achalandage et des ventes supplémentaires aux concessionnaires indépendants de bicyclettes ».

La « Sting-Ray Mania » se poursuit

Pacific a aussi lancé trois nouveaux modèles du Sting-Ray de Schwinn pour 2005; le Sting-Ray Three, une version à trois vitesses de la très populaire bicyclette « Street Series » de 20 po à longues fourches, un modèle classique à cinq vitesses, le « Grey Ghost Five-Speed », ainsi qu'un modèle Sting-Ray « Classic purple ». Un modèle du Sting-Ray en version de 26 po destiné aux adultes est aussi désormais disponible.

Le modèle Sting-Ray « Street Series » de 20 po de Schwinn est devenu ce que Schwinn croit être la bicyclette à s'être vendue le plus rapidement de l'histoire de l'industrie. Le vélo a remporté le prix du « Jeu de l'année 2004 » dans la catégorie « Jeux d'extérieur » lors de la 5^e édition de l'événement annuel *International Toy Fair Awards*, organisé la fin de semaine dernière par la *Toy Industry Association*.

« Une étude de marché démontre que notre bicyclette à longues fourches ne représente pas uniquement une tendance mais indique plutôt que le modèle Sting-Ray de Schwinn a créé une forte demande pour cette nouvelle catégorie de bicyclettes. L'étude démontre aussi que les jeunes désirent plus qu'une bicyclette à longues fourches sans marque précise - ils recherchent plus particulièrement le nom Sting-Ray de Schwinn », a fait observer M. Hornung.

Lancée en avril 2004, la bicyclette Sting Ray s'était vendue à plus de 500 000 exemplaires au 31 décembre 2004.

Les Industries Dorel annoncera ses résultats complets de fin d'exercice le 9 mars 2005.

Profil

Dorel est un fabricant international de biens de consommation doté d'un portefeuille de grandes marques de produits dont elle assure la conception, la fabrication ou l'impartition, la mise en marché et la distribution. Elle commercialise ses produits par l'entremise des divisions suivantes : Produits de puériculture, Mobilier de maison et Produits récréatifs. Ses activités aux États-Unis comportent le Groupe Juvénile Dorel USA, qui produit les marques Cosco et Safety 1st; Ameriwood Industries, Cosco Home & Office; et Pacific Cycle, qui produit les marques Schwinn, Mongoose, GT, InSTEP et Roadmaster. Au Canada, Dorel exploite le Groupe Juvénile Dorel Canada, Ridgewood Industries et Dorel Mobilier de maison. Le Groupe Juvénile Dorel Europe exerce ses activités en Europe sous les bannières Maxi-Cosi, Quinny, Safety 1st, Bébé Confort, Babidéal, MonBébé et Baby Relax. Dorel Asie fabrique en sous-traitance et importe le mobilier de maison. Présente dans quatorze pays, Dorel emploie environ 5 000 personnes. Ses ventes pour 2003 se sont élevées à 1,2 G\$ US et elles devraient atteindre entre 1,6 G\$ US et 1,8 G\$ US pour l'exercice 2004.

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 des hypothèses, des conjectures ainsi que des meilleures évaluations possibles de la direction à l'égard des événements futurs. Ces facteurs comprennent notamment les fluctuations 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.