



## C O M M U N I Q U É

### PRODUITS DE PUÉRICULTURE

Cosco  
Safety 1<sup>st</sup>  
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.B, DII.A

#### ÉTATS-UNIS

NASDAQ :  
DIIB

#### CONTACT:

MaisonBrison/BarnesMcInerney  
Rick Leckner  
(514) 731-0000  
Les Industries Dorel Inc.  
Jeffrey Schwartz  
(514) 934-3034

## LES PRIORITÉS DE DOREL POUR 2006 : DES PRODUITS À MARGE PLUS ÉLEVÉE ET UNE PRODUCTION EFFICIENTE À FAIBLE COÛT

**Montréal, le 21 juin 2006** — Les Industries Dorel Inc. (TSX : DII.A, DII.B; NASDAQ : DIIB) a fait part aux actionnaires qui assistaient aujourd'hui à l'assemblée générale annuelle que tous les efforts étaient déployés afin de s'assurer que les activités de l'ensemble de la Société fonctionnent rondement et qu'elles contribuent à la rentabilité. Affirmant qu'il y avait eu des développements positifs de même que certains défis au cours de la dernière année, Martin Schwartz, président et chef de la direction, a expliqué de façon détaillée ce qui est fait dans chacune des divisions afin de maximiser la production et lancer sur le marché des produits dans des gammes de prix plus élevés. « Le secteur des meubles PAA nécessitait et a reçu une attention considérable. Nos rendements dans ce secteur sont décevants depuis un moment et nous déployons beaucoup d'efforts afin d'effectuer un revirement. »

### Les antécédents de succès de Dorel

M. Schwartz a affirmé qu'Ameriwood a mis en oeuvre un plan intégré avec comme objectif de lancer de nouveaux produits, de bâtir sur des marques reconnues et de recruter de nouveaux clients. Ces initiatives ont produit des résultats très concrets. « Nous avons élargi notre base de clients et amélioré nos capacités en matière de développement de nouveaux produits, ce qui a généré un flux de nouveaux produits captivants et permis de réduire les délais de mise en marché. La combinaison de production réalisée localement et à l'étranger fonctionne bien. La disponibilité et le coût des panneaux d'aggloméré ont exercé une pression sur les marges. Toutefois, l'instauration des hausses des prix de vente aux clients est en cours et ces hausses entreront en vigueur tout au long de l'exercice ».

« Dorel évolue dans le secteur des meubles PAA depuis plus de 25 ans et historiquement nous avons obtenu de bons résultats même lorsque certains de nos concurrents n'y parvenaient pas. L'industrie traverse présentement une période de transition qui, selon moi, entraînera des changements considérables. Je suis persuadé que Dorel en émergera comme l'une des entreprises les plus prospères de l'industrie, » a affirmé M. Schwartz.

## **Les autres activités de la Société dans le secteur du meuble contribuent à la division Mobilier de maison**

Les autres divisions du secteur Mobilier de maison de Dorel ont enregistré de bons résultats en 2005 et ont connu un bon départ cette année. Dorel Asie, qui conçoit et supervise l'approvisionnement en meubles, a connu une autre année record. La division affiche un impressionnant taux de croissance annuelle combiné sur quatre ans de 79 % de son chiffre d'affaires et de 66 % de son bénéfice d'exploitation. Cosco Home & Office a repositionné ses activités liées au mobilier en 2005. Reconnue depuis longtemps pour ses meubles pliants, la division a pris des mesures significatives afin de se repositionner comme fournisseur de mobilier décoratif. Ces efforts devraient contribuer à augmenter le chiffre d'affaires et à accroître les marges. Les futons continuent à générer de bons résultats. De nouveaux modèles comportant des caractéristiques à valeur ajoutée, ont été développés.

## **La division Produits de puériculture regarde du côté des produits à marge plus élevée pour les marchés locaux et étrangers**

La division Produits de puériculture a connu un exercice très satisfaisant et les perspectives sont bonnes pour 2006. Le Groupe Juvénile Dorel USA compte lancer plusieurs nouveaux produits cette année. Même si les produits vendus à prix populaires ou d'entrée de gamme sont toujours importants, plusieurs articles, nouveaux et redessinés, ont été développés pour être vendus dans des gammes de prix plus élevés qui généreront des marges plus élevées. La rapidité de mise en marché constitue un facteur important pour les clients et DJG USA travaille directement avec ses partenaires fournisseurs afin de développer des produits plus rapidement.

Dorel Europe élargira les gammes de ses populaires systèmes de voyage pour enfants Quinny et Loola. Grâce à d'autres initiatives de développement de nouveaux produits offerts dans des gammes de prix plus élevés, nous anticipons un autre exercice de bons résultats à l'étranger. Dorel Europe dispose d'un portefeuille de clients bien équilibré : aucun client ne représente plus de 10 % des ventes et les cinq plus importants comptent pour moins de 25 %. Nous poursuivons de nouvelles occasions de vente à l'extérieur de l'Europe, puisque les consommateurs démontrent un intérêt manifeste pour ses produits de qualité supérieure.

Dorel Distribution Canada a terminé son premier exercice complet d'un mandat élargi qui englobe la plupart des catégories de produits de Dorel. L'exercice 2006 devrait afficher une bonne croissance organique, découlant non seulement du secteur des produits de puériculture mais également des nouveaux programmes de meubles PAA et de meubles pliants.

## **Dorel dispose d'une stratégie pour surpasser le marché des bicyclettes**

M. Schwartz a déclaré que bien que Pacific Cycle continue de vendre plus de bicyclettes que toute autre compagnie américaine du secteur, le marché nord-américain des bicyclettes demeure stable avec, à peu de choses près, de 17 à 18 millions d'unités vendues annuellement. Pacific cherche maintenant à générer des revenus supplémentaires en mettant l'accent sur les catégories de prix moyen à élevé. Pacific détient la plus importante part de marché auprès des détaillants à grande surface et domine l'industrie aussi bien en terme de dollars générés (25 %) qu'en terme d'unités vendues (30 %). La marque Schwinn est toujours aussi populaire, et les marques GT et Mongoose la suivent de près.

Pacific a lancé une gamme de scooters motorisés à essence en 2005. On dénombrait 38 concessionnaires qui vendaient les produits en février, et depuis que les scooters ont été homologués par la EPA (*Environmental Protection Agency*) plus tôt ce printemps, on en compte désormais plus de 120. Affichant un taux de croissance annuelle de 20 %, le marché des scooters motorisés est le segment qui connaît la croissance la plus rapide dans le secteur des motocyclettes. En raison de la hausse des prix de l'essence qui en incite plusieurs à se préoccuper davantage de leur consommation d'énergie, les scooters sont appelés à devenir encore plus populaires. Pacific a également fait son entrée dans le secteur des balançoires en métal avec des produits arborant la marque *Playsafe*. Une gamme complète de produits récréatifs pour la cour, notamment des trampolines et des filets de soccer, est également prévue.

« Bien que l'industrie de la bicyclette ne soit pas un secteur facile, nous sommes persuadés d'avoir les produits, les marques, les relations d'affaires ainsi qu'une stratégie bien définie pour surpasser le marché. Nous demeurons satisfaits de l'acquisition de Pacific Cycle en 2004 puisqu'elle constitue la fondation sur laquelle nous allons bâtir un secteur des produits récréatifs d'envergure beaucoup plus considérable. Nous évaluons le potentiel d'un certain nombre de nouvelles gammes

de produits, y compris des produits électriques dans le but de capitaliser sur la tendance émergente en matière de transport personnel qui utilisera une nouvelle technologie incorporant des piles légères, » a déclaré M. Schwartz.

Dorel remporte de plus en plus de succès en créant des produits qui correspondent aux exigences du marché en terme de produits désirés et de prix. « Nous devons fabriquer de façon efficace, que ce soit en Amérique du Nord ou en Asie, pour s'assurer d'une production de qualité à faible coût. Nous devons également régler de manière efficace les difficultés liées notamment à l'approvisionnement en matières premières et à l'établissement des prix. Les principaux objectifs consistent à stabiliser les marges, développer des produits dans des gammes de prix supérieures et continuer à réduire les coûts de production. Nos activités bien établies de Dorel Chine sont une composante importante de la stratégie globale de la Société, » a conclu M. Schwartz.

## **Profil**

Les Industries Dorel (TSX : DII.A, DII.B; 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 4 500 personnes. Dorel possède également huit bureaux en Chine, dont un siège social situé à Shanghai, qui supervisent l'approvisionnement, l'ingénierie et la logistique de la chaîne d'approvisionnement de la Société en Asie. Les ventes de la Société se sont élevées à 1,8 G\$ US en 2005.

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 meubles et produits prêts-à-assembler sous les marques Ameriwood, Carina, SystemBuild, Altra Furniture et Ridgewood/Charleswood ainsi que les produits sous licence California Closets; Cosco Home & Office, qui commercialise des produits pour la maison et le bureau sous la marque Cosco et sous licence Samsonite ainsi que des produits de soins de santé à domicile sous les marques Cosco Ability Essentials et Adepta; et Pacific Cycle, qui commercialise les marques Schwinn, Mongoose, GT, InSTEP, Playsafe et Roadmaster. Au Canada, Dorel exploite Dorel 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 Les Industries Dorel Inc. Ces déclarations reposent sur des hypothèses et des incertitudes ainsi que sur la meilleure évaluation possible de la direction quant aux événements futurs. Les activités de la Société et ces déclarations prospectives sont assujetties à un certain nombre de risques et d'incertitudes qui peuvent faire en sorte que les résultats réels diffèrent des résultats projetés. Ces facteurs de risque importants peuvent comprendre, sans s'y limiter, les augmentations des coûts des matières premières, surtout pour les intrants importants comme le panneau d'aggloméré et les résines; les hausses des coûts du fret maritime par conteneur; l'échec de nouveaux produits à combler les attentes du marché; les variations du taux d'imposition effectif de la Société suite à des modifications au chapitre de la répartition géographique de la provenance des revenus anticipés; l'impact des pressions exercées sur les prix par les concurrents, et les règlements de litiges portant sur la responsabilité de produits qui excèdent les limites de la couverture d'assurance de la Société. Ces facteurs et certains autres facteurs de risque sont exposés dans l'analyse par la direction de la situation financière et des résultats d'exploitation annuels ainsi que la notice annuelle, déposées auprès des autorités réglementaires du Canada et des États-Unis. Les facteurs de risque exposés dans les documents mentionnés précédemment sont expressément intégrés par renvoi dans les présentes. Le fait que l'un ou l'autre de ces risques et incertitudes se matérialise pourrait avoir une incidence défavorable importante sur les activités, la situation financière ou les résultats d'exploitation de la Société. Compte tenu de ces risques et incertitudes, les investisseurs ne devraient pas se fier indûment à ces déclarations prospectives en tant que prévisions des résultats attendus.