



PRODUITS DE PUÉRICULTURE

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

MOBILIER DE MAISON

Ameriwood
Ridgewood
Charleswood
Dorel Home Products
Cosco Home & Office
Dorel Asia
Carina Furniture

PRODUITS RÉCRÉATIFS

Pacific Cycle
Schwinn
GT
Mongoose
InSTEP

BOURSES

CANADA

TSX :
DII.A, DII.B

ÉTATS-UNIS

NASDAQ :
DIIB

CONTACT :

Maison Brison
Rick Leckner
(514) 731-0000

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

DOREL S'EST POSITIONNÉE POUR DE SOLIDES RÉSULTATS EN 2004

- Des progrès notables sont accomplis en tant que fabricant international de biens de consommation
- Nomination de deux nouveaux membres au Conseil, qui compte dorénavant une majorité de membres indépendants
- Les acquisitions permettent de dégager d'excellents flux de trésorerie
- Le BPA prévisionnel est maintenu entre 3,12 \$US et 3,22 \$US

Montréal, le 28 mai 2004— Même si Industries Dorel (TSX : DII.A, DII.B; NASDAQ : DIIB) a mis 41 ans pour franchir le cap du milliard de dollars US en revenus, ce fabricant international de biens de consommation se dirige déjà vers son deuxième milliard. Pour 2004, la Société prévoit réaliser des ventes entre 1,6 et 1,8 G\$ US en résultat de trois acquisitions importantes et de la forte croissance interne de sa division Produits de puériculture aux États-Unis. Le président et chef de la direction de la Société, M. Martin Schwartz, a annoncé aujourd'hui aux actionnaires que Dorel s'est hissée au rang de chef de file mondial dans le secteur des produits de puériculture, de deuxième plus important fabricant nord-américain de meubles prêts-à-assembler et de principal vendeur de bicyclettes aux États-Unis.

« Nos clients intègrent de plus en plus nos produits à leur quotidien. Nous avons réuni un puissant portefeuille de produits et de marques — des sièges d'auto aux poussettes, des meubles prêts-à-assembler aux meubles pliants, jusqu'aux bicyclettes — et nous continuons d'augmenter notre part de marché dans plusieurs de ces catégories », a indiqué M. Schwartz.

Nouveaux investissements en technologies de fabrication

Dernièrement, la Société a fait des investissements considérables en technologies de fabrication d'avant-garde. Plus tôt ce mois-ci, Dorel a ouvert sa nouvelle « usine de l'avenir » de 25 M\$ US à Columbus, en Indiana. Ces installations de fabrication et d'entreposage d'une superficie de 1,1 million de pieds carrés ont été complètement réaménagées, et la Société y a concentré ses activités de production de sièges d'auto. Cette « usine de l'avenir » illustre bien la répartition des activités de Dorel, qui comportent la fabrication au pays et la sous-traitance outre-mer.

Également au mois de mai, la division Mobilier de maison de Dorel, à Montréal, a introduit un nouveau procédé de fabrication révolutionnaire permettant de produire des matelas de futon à l'aide d'une technologie écologique nécessitant moins de matières premières et de main-d'œuvre. L'investissement de 4 M\$ US est susceptible de doubler la capacité de l'usine, qui pourra passer d'une production actuelle de 700 000 matelas par année à 1,4 million d'unités, tout en offrant la possibilité de produire d'autres articles. Il s'agit d'un système qui est mis en service pour la première fois au Canada et a été conçu à l'interne. Dorel est le plus grand fabricant de futons en Amérique du Nord.

L'Avantage Dorel

M. Schwartz a indiqué aux actionnaires que c'est l'Avantage Dorel qui a servi de catalyseur pour son évolution en tant que fabricant international de biens de consommation — soit sa capacité de développer et d'améliorer continûment ses principales forces, qu'elle applique uniformément à tous les paliers des entreprises de son groupe. « Parmi ces avantages, elle compte la conception à l'interne de produits intéressants et de qualité arborant des marques connues; la production à faible coût répartie tant au pays qu'à l'étranger; le développement de relations-clients solides, plus particulièrement avec les grands détaillants; ainsi que des cadres chevronnés au niveau tant intermédiaire que supérieur à la grandeur de l'entreprise. C'est précisément ce modèle que Dorel a suivi à l'égard de ses divisions actuelles et que la Société recherche lorsqu'elle procède à l'acquisition de nouvelles entreprises susceptibles de contribuer à sa croissance. »

Même si la notoriété des marques de Dorel n'est pas aussi répandue qu'elle pourrait l'être, M. Schwartz a indiqué que des efforts sont déployés pour changer cette situation. « Quoique nous disposions de marques grand public à succès, nous croyons que la valorisation de nos produits passera par la création d'une marque maison. Nous avons modifié notre logo d'entreprise, sans toutefois le changer complètement, et sommes à appliquer graduellement ce changement à l'échelle de notre entreprise. Un excellent moyen d'augmenter notre visibilité consiste à ajouter le nom de Dorel sur les millions de boîtes vendues chaque année aux consommateurs. »

Le conseil d'administration de Dorel sera composé en majorité de membres indépendants

Lors de notre assemblée annuelle d'aujourd'hui, les actionnaires ont élu deux nouveaux membres au conseil d'administration. À compter du 1^{er} juillet, le Conseil de la Société sera composé en majorité de membres indépendants. M^{me} Dian Cohen, économiste de formation, est une auteure et commentatrice reconnue qui siège sur d'autres conseils d'administration et dispose d'une vaste expérience en matière de régie d'entreprise. M. Alain Benedetti, FCA, vice-président du conseil et associé directeur auprès de Ernst & Young, mettra à contribution au sein du Conseil ses compétences particulières en matière de commerce et de présentation de l'information financière. M. Benedetti ne pourra assumer ses responsabilités auprès de Dorel qu'à partir du 1^{er} juillet puisqu'il ne quittera E&Y que le 30 juin. Pour cette raison, M. Neil Weiner, conseiller juridique, siégera temporairement au Conseil.

Le Conseil a également créé le poste d'administrateur principal, qui a été confié à M. Maurice Tousson, membre indépendant de longue date du Conseil.

Les flux de trésorerie soutiennent les acquisitions stratégiques

Pour décrire les atouts financiers de la Société, M. Jeffrey Schwartz, chef de la direction des finances de Dorel, a indiqué qu'en combinant les activités de croissance interne à des acquisitions réalisées avec prudence, comme elle l'a fait en 2003, la Société a réalisé un taux de croissance annuel composé de 21 % de ses ventes et de 31 % de son bénéfice au cours des dix dernières années.

« C'est également la première fois que le total de notre actif au bilan est supérieur à un milliard de dollars et que notre valeur comptable nette s'approche du demi-milliard de dollars. Ces chiffres sont presque dix fois plus élevés qu'il y a une décennie. Dorel a effectué plusieurs acquisitions considérables depuis 1998. Ces acquisitions ont occasionné une augmentation du chiffre d'affaires et du bénéfice. Les flux de trésorerie se sont aussi accrus. Notre capacité de dégager des liquidités nous a permis de tirer parti d'occasions comme celle que représentait Pacific Cycle, un an à peine après l'acquisition d'Ampafrance et de Carina », a précisé M. Jeffrey Schwartz.

Prévisions

Dorel persiste à croire que pour l'exercice 2004, le bénéfice par action prévisionnel se situera entre 3,12 \$ US et 3,22 \$ US. Il s'agit d'une variation par rapport aux données prévisionnelles initiales de 3,25 \$ US à 3,35 \$ US par action annoncées en janvier, en raison d'une charge découlant d'un différend avec l'un des assureurs de la Société. Dorel prévoit obtenir gain de cause et toute somme récupérée sera constatée au bénéfice net des périodes ultérieures.

Le total des produits du premier trimestre terminé le 31 mars 2004 a progressé de 41,5 % pour atteindre 391,8 M\$ US, comparativement aux 276,9 M\$ US enregistrés au cours de l'exercice précédent. Après la comptabilisation de la charge liée à l'assurance, le bénéfice se chiffrait à 19,6 M\$ US ou 0,60 \$ US par action, comparativement à 19,2 M\$ US ou 0,60 \$ US par action durant le premier trimestre de 2003. Compte non tenu de cette charge, le bénéfice du premier trimestre se serait élevé à 23,9 M\$ US ou 0,73 \$ US par action.

Diffusion Web en direct

Les personnes intéressées peuvent écouter la diffusion Web en direct au www.dorel.com ou au www.newswire.ca

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 trois 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. C'est Dorel Asie qui 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 devraient se situer entre 1,6 G\$ US et 1,8 G\$ US pour l'exercice 2004.

- 30 -

Déclaration libératoire

Exception faite des renseignements historiques, ce communiqué de presse peut comprendre des informations et des déclarations de nature prospective concernant la performance future de la Société. Celles-ci sont établies à partir de suppositions, d'incertitudes ainsi que des meilleures évaluations possibles de la direction en ce qui a trait aux événements futurs. Ces facteurs peuvent inclure, sans toutefois s'y limiter, les fluctuations des résultats intermédiaires, l'évolution de la demande de la clientèle à l'égard des services de la Société, l'impact des pressions exercées sur les prix par les concurrents de même que la tendance générale du marché et les changements d'ordre économique. Par conséquent, les lecteurs sont avisés que les résultats réels peuvent différer des résultats attendus.