

A l'attention des rédacteurs financiers:

Le développement de produits stimule la croissance de Dorel - L'exercice 2002 s'amorce avec un bénéfice substantiel et un bilan robuste

MONTREAL, le 30 mai /CNW/ - Entouré d'un assortiment de produits novateurs récemment développés par Les Industries Dorel (TSX : DII.A, DII.B ; NASDAQ : DIIBF), le président et chef de la direction, M. Martin Schwartz, déclarait aujourd'hui devant les actionnaires qu'à l'aube de sa quarantième année, le fabricant de produits de consommation leur réserve encore d'autres bonnes surprises. En effet, le dernier trimestre constitue le meilleur de toute l'histoire de la Société, et, plus tôt cette semaine, Dorel a effectué un placement d'actions qui a renforcé passablement son bilan.

M. Schwartz constate que l'exercice commence d'une façon exceptionnelle. "Cela fait suite à une année qui s'est avérée difficile pour tout le secteur, mais pendant laquelle Dorel a tout de même réussi à surclasser ses concurrents et à accroître ses parts de marché dans ses trois secteurs d'activité. L'importance que nous accordons à l'innovation et au développement constant de nouveaux produits est l'une des clés de notre succès et un facteur important qui nous permet de devancer nos concurrents. Dorel commercialise, chaque année, une centaine de nouveaux produits de qualité. Et en dépit de sa taille, la Société peut mettre en marché ses nouveaux produits dans des temps records."

A l'exercice 2001, les ventes ont bondi de 21 %, atteignant 917 M\$US, tandis que le bénéfice tiré des activités poursuivies, avant les charges non récurrentes, se situait à 1,36 \$ par action (avec dilution), comparativement à 1,31 \$ en 2000. Après les charges non récurrentes, le bénéfice net par action s'est chiffré à 0,89 \$, contre 0,61 \$ à l'exercice 2000.

LE PREMIER TRIMESTRE 2002

Pour le premier trimestre terminé le 31 mars 2002, les ventes ont augmenté de 4 %, passant à 255 M\$, comparativement à 245 M\$ un an auparavant. Le bénéfice net a bondi de presque 30 %, atteignant 15,7 M\$ ou 0,55 \$ par action, contre 12,1 M\$ ou 0,43 \$ par action. En excluant l'amortissement de l'écart d'acquisition, le bénéfice de 2001 se serait chiffré à 14,1 M\$ ou 0,50 \$ par action. Du côté de la rentabilité, il s'agit du meilleur trimestre de toute l'histoire de Dorel, dépassant ainsi le point culminant antérieur, datant de l'an dernier.

ARTICLES POUR ENFANTS

Après un quatrième trimestre 2001 passablement rude, le secteur des articles pour enfants a vivement rebondi. Les mesures qui ont été appliquées ont rapidement porté leurs fruits. D'un trimestre à l'autre, les ventes ont augmenté de 36 %, tandis que le bénéfice d'exploitation passait de 2,4 M\$ à 13,9 M\$. La poussée des ventes a été généralisée, l'amélioration ayant été sensible aussi bien en Amérique du Nord qu'en Europe. M. Bruce Cazenave est devenu le président et chef de la direction du Groupe Juvénile Dorel, Amérique du Nord, et il est entré en fonction le 1er mai.

Mettant toujours l'accent sur la sécurité, les tendances du jour et le confort, Dorel a procédé au lancement d'une gamme d'articles pour enfants la plus complète et la plus intéressante de toute son histoire, sans compter le large éventail de produits dérivés, fabriqués sous licence par Eddie Bauer et Disney. L'un des points saillants à "l'International Juvenile Products Show", une foire annuelle qui se tient à Dallas, fut le siège d'auto pour enfant muni du nouveau dispositif de verrouillage à loquet (brides d'ancrage et sangles de retenue abaissées), dispositif qui constitue l'une des plus importantes innovations en matière de sécurité depuis plus d'une décennie. Parmi les autres articles, notons divers assortiments de produits, allant des rehausseurs de siège pour la voiture à confort et sécurité accrus jusqu'aux

moniteurs radio pour la surveillance des bébés, en passant par les poussettes, les chaises hautes et les marchettes allégées.

Le Groupe Juvénile continuera à renforcer ses activités en Europe, à la faveur des mesures récemment mises en application. Une nouvelle gamme de sièges d'auto et de poussettes à prix abordable a été conçue pour ce marché - particulièrement pour les détaillants à grande surface, les hypermarchés, de même que pour les mégacentres commerciaux nouvellement implantés, comme Wal(x)Mart. La croissance de notre clientèle s'en trouvera encore augmentée, et ces nouveaux articles viendront compléter avec bonheur nos gammes de produits très prisées outre-mer.

M. Schwartz a aussi annoncé que pour faciliter le développement des produits, toutes ces activités, sauf la mise au point des sièges d'auto, seront regroupées aux installations de Safety 1st à Canton (Mass.). "Depuis l'acquisition de Safety 1st il y a deux ans, nous maintenions deux groupes distincts de développement de produits. Ce changement apportera de multiples avantages, notamment encore plus d'innovations, des marges accrues et des délais de mise en marché raccourcis. La créativité et les talents seront regroupés dans un même lieu, où convergeront toutes les énergies.

MEUBLES PRETS-A-ASSEMBLER

Du côté du PAA, la demande est vigoureuse, fouettée par la variété des produits Ameriwood. La productivité est en hausse en regard de l'an dernier, et le coût des matières premières reste assez faible.

En avril, à la foire du meuble de High Point, Ameriwood a présenté plusieurs collections où s'harmonisent d'attrayants nouveaux finis et une ferrure inédite. Sans oublier cinq collections de meubles où des éléments en bois et en métal ajoutent au style. Les meubles de bureau personnel ont beaucoup attiré l'attention. Un nombre record de nouveaux produits n'a pas manqué de susciter un grand intérêt.

"Nous sommes très bien positionnés dans le PAA, et nous continuons à faire des gains aux dépens de nos concurrents. Je suis ravi que le secteur donne des signes très nets de raffermissement, et nous ne manquerons pas de tirer avantage de cette tendance", a promis M. Schwartz.

MOBILIER DE MAISON

Le secteur du Mobilier de Maison a tiré profit de la vigueur soutenue de la demande et d'un programme de restructuration qui a passablement réduit les coûts du côté de nos installations montréalaises. La division des futons a renoué avec la rentabilité au premier trimestre.

Dorel Asie poursuit son essor et jouit de perspectives très favorables. A High Point, une grande partie des nouveaux produits étaient des meubles importés au design audacieux, offerts en assortiment varié et avec de nombreux accessoires. Six nouveaux futons, spécifiquement conçus pour le marché de masse, étaient aussi de l'exposition. Les fauteuils inclinables importés se sont avérés particulièrement intéressants, vu leur grande qualité. Ont aussi été dévoilées de nouvelles tables remisables et une ingénieuse gamme de chaises empilables possédant une touche unique, d'allure européenne.

BILAN

Le bilan de Dorel continue de refléter l'attention soutenue que la Société accorde à la gestion de sa trésorerie et de son fonds de roulement. A la fin du premier trimestre, l'endettement, nette de l'encaisse, était inférieur de presque 54 M\$ à celui de l'exercice précédent. La semaine dernière, la Société a vendu 2,9 millions d'actions à un prix de 38,50 \$ l'action. Le produit de cette opération, 108,0 M\$CAN, permettra de diminuer considérablement la dette.

PERSPECTIVES

M. Schwartz souligne que Dorel cherche toujours à améliorer la conduite de ses affaires. "Malgré nos succès, nous ne devons rien tenir pour acquis. Si nous avons effectivement augmenté la valeur actionnariale de la Société, nous sommes conscients que d'autres progrès restent encore souhaitables. Nous ne

ménageons aucun effort pour demeurer le producteur dont les coûts sont les plus faibles dans tous les secteurs où nous sommes engagés. Cela ne peut se réaliser qu'en augmentant notre efficacité et nos marges, qu'en réduisant nos charges d'exploitation et nos coûts d'approvisionnement et, d'une façon générale, en nous surpassant constamment. Le succès de nos produits auprès des consommateurs garantit que les détaillants privilégieront de plus en plus Dorel sur leurs étalages. Notre dynamisme en matière de développement de produits continuera à stimuler notre croissance. Le Groupe Juvénile, le secteur du PAA et la division Mobilier de Maison ont mis au point des plans ambitieux pour accroître leurs parts de marché respectives."

La Société maintient son bénéfice prévisionnel pour l'exercice 2002 dans la fourchette des 1,90 \$ - 2,00 \$ par action.

PROFIL

Les Industries Dorel Inc. est un fabricant international de biens de consommation qui sont de plus en plus en demande. L'entreprise se spécialise dans trois catégories de produits : articles pour enfants, meubles prêts-à-assembler (PAA) et autre mobilier de maison. Les gammes de produits Dorel comprennent un vaste assortiment de PAA pour la maison et le bureau, auquel s'ajoute du mobilier de maison tel que chaises et tables pliantes en métal, lits superposés, futons et tabourets-escabeaux, ainsi qu'une série d'articles pour bébé tels que sièges d'auto, poussettes, chaises hautes, tables à langer et berceaux, parcs, et autres accessoires pour le bien-être et la sécurité de l'enfant.

Présente dans neuf pays, Dorel emploie environ 3 600 personnes. Ses principales installations en Amérique du Nord sont situées à Montréal (Québec), Cornwall (Ontario), Columbus (Indiana), Wright City (Missouri), Tiffin (Ohio), Dowagiac (Michigan), Cartersville (Georgia) et Canton (Massachusetts). Ameriwood et Le Groupe Juvénile Dorel (DJG USA) - qui comprend les marques Cosco et Safety 1st - sont les deux plus importantes filiales américaines de la Société. Au Canada, Dorel exploite Ridgewood et Dorel Mobilier de Maison. En Europe, la Société est connue sous le nom de Le Groupe Juvénile Dorel (Europe) - qui comprend les marques Maxi-Cosi, Quinny et Safety 1st. L'approvisionnement des filiales européennes se fait par l'entremise de Dorel Asia, basée à Hong Kong.

DECLARATION LIBERATOIRE

Exception faite des renseignements historiques, cette analyse 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.

%SEDAR: 00003790F Bc0964.msg

-0-

05/30/2002

/Renseignements: Maison Brison: Rick Leckner, (514) 731-0000; Industries Dorel Inc., Jeffrey Schwartz, (514) 934-3034/
(DII.A. DII.B. DIIBF)

CO: Les Industries Dorel inc.
ST: Québec
IN: HOU
SU: ERN

CNW 11:32e 30-MAY-02