



## **MEGA BRANDS COMMENTE L'ÉVOLUTION DE SON PLAN D'ACCROISSEMENT DE LA VALEUR**

**MONTREAL, le 27 juin 2008** – MEGA Brands Inc. (TSX : MB) a fait état aujourd'hui, lors de l'assemblée annuelle des actionnaires tenue à Montréal, de l'évolution de la mise en œuvre de son plan d'accroissement de la valeur.

« Les actions que nous prenons sont conçues pour rétablir la croissance des ventes, la rentabilité et la souplesse financière », a déclaré Marc Bertrand, président et chef de la direction. « Le rétablissement de la valeur de l'entreprise est notre priorité absolue. »

Les mesures de réduction des coûts adoptées en vertu de l'initiative d'Efficacité devraient générer des économies annualisées de 12 millions \$, dès le deuxième semestre de 2008.

La mise en œuvre d'actions sous l'initiative d'Exploitation et chaîne d'approvisionnement est en cours, à la suite de l'évaluation et des recommandations de consultants externes en gestion de la chaîne d'approvisionnement. Tel que divulgué précédemment, l'objectif de cette initiative est de générer des économies annuelles de 15 à 30 millions \$ en flux de trésorerie.

L'initiative des Produits et clients vise l'amélioration de la marge bénéficiaire, principalement par l'augmentation des ventes de produits offrant une plus forte marge et par l'ajustement des prix afin de contrebalancer l'inflation des coûts. La Société lancera plusieurs nouvelles gammes de produits au deuxième semestre de 2008 et elle croit que, de façon générale, son assortiment de jouets est apprécié davantage qu'en 2007, comme l'atteste la hausse des inscriptions chez les détaillants.

La direction a également mentionné qu'elle avait amorcé l'analyse des offres pour l'achat de ses activités de Papeterie et jeux d'activité et que le processus de vente progressait tel que prévu.

### **A propos de MEGA Brands**

MEGA Brands est une famille de marques mondiales réputées dans les catégories des jouets de construction, des jeux de société et des casse-tête, de l'art et de l'artisanat ainsi que de la papeterie. Nous offrons aux enfants et aux familles des expériences créatives et stimulantes grâce à des produits novateurs, bien conçus, abordables et de haute qualité, qui traduisent la promesse de notre marque : la créativité à la rescousse. Pour obtenir de plus amples renseignements, veuillez visiter <http://www.megabrands.com>.

Le logo MEGA, Creativity to the Rescue, MEGA BLOKS, ROSE ART, MAGNETIX, BOARD DUDES et MAGNEXT sont des marques de MEGA Brands Inc. ou de ses filiales.

### **Énoncés prévisionnels**

Toutes les déclarations du présent communiqué qui n'ont pas trait directement et exclusivement à des faits historiques sont des « énoncés prospectifs ». Ces énoncés représentent les intentions, les projets, les prévisions et les convictions de la Société. Dans certains cas, ces énoncés nous obligent à formuler des hypothèses, et le risque que ces hypothèses soient incorrectes est important. De plus, ces énoncés sont assujettis à des risques, à des incertitudes et à d'autres facteurs, dont plusieurs sont indépendants de la volonté de la Société. Ces facteurs comprennent, entre autres : les questions touchant le financement et les taux d'intérêt, la difficulté de prévoir les préférences des consommateurs et la conception de nouveaux produits et leur acceptation par le marché, les risques liés au rappel de produits, les litiges en cours et l'incertitude inhérente à leur issue, y compris le recouvrement de la totalité du montant du règlement de litiges relatifs à la responsabilité du fait des produits, la réalisation de synergies, les activités internationales, le risque assuré, la croissance ou la rentabilité, la dépendance à l'égard de quelques clients importants, les fluctuations du prix des résines plastiques et d'autres matières premières ainsi que la variation des taux de change, le caractère saisonnier des secteurs du jouet et de la papeterie, les risques liés aux produits faisant l'objet d'une licence, le contexte du marché au détail et les litiges concernant les jouets de construction, ainsi que la mise en œuvre réussie de Plan d'accroissement de la valeur et la vente réussie de la division Papeterie et jeux d'activité. Les énoncés prospectifs peuvent contenir des termes comme « croire », « estimer », « prévoir », « avoir l'intention de », « s'attendre à », « envisager », « planifier », d'autres expressions similaires et leurs variantes. Les prévisions formulées dans ces énoncés ne sont valables qu'à la date à laquelle elles ont été faites. La Société décline toute intention ou obligation de mettre à jour ou de réviser publiquement tout énoncé prospectif, que ce soit à la lumière de nouvelles informations, d'événements futurs ou autrement, sous réserve des lois applicables. Les lecteurs sont priés de ne pas se fier indûment à ces énoncés. De plus amples renseignements sur les risques pouvant faire en sorte que les résultats réels soient considérablement différents de nos prévisions actuelles se trouvent à la rubrique « Risques et incertitudes » de le rapport de gestion de l'exercice financier terminé le 31 décembre 2007 et du premier trimestre terminé le 31 mars 2008.

#### **ANALYSTES ET INVESTISSEURS**

Eric Phaneuf  
514.333.5555 poste 2538  
[ephaneuf@megabrands.com](mailto:ephaneuf@megabrands.com)

#### **MÉDIA**

Harold Chizick  
514.333.5555 poste 2338  
[hchizick@megabrands.com](mailto:hchizick@megabrands.com)