



DÉCLARATION DE MEGA BRANDS

Montréal, le 19 août 2008 – Marc Bertrand, président et chef de la direction de MEGA Brands Inc. (TSX : MB), a fait la déclaration suivante aujourd'hui lors de l'appel-conférence avec la communauté financière pour les résultats financiers du deuxième trimestre et la période de six mois terminés le 30 juin 2008.

« Nous sommes heureux d'annoncer que nous avons complété le financement de 75 M\$ annoncé la semaine dernière.

Ses produits nous permettront de maintenir le cours normal de notre exploitation alors que nous nous préparons pour la période de pointe de vente de jouets. Je sais qu'il s'agit là d'une bonne nouvelle pour nos fournisseurs, nos clients et nos employés.

Nous sommes très conscients que plusieurs de nos actionnaires actuels ne sont pas satisfaits de la dilution de leur participation à la suite de ce financement. Cependant, en tenant compte de la détérioration de la disponibilité de liquidités, je peux affirmer sans réserve que nous avons choisi la meilleure option.

Dans le cadre de ce financement, nos prêteurs ont accepté d'apporter des changements significatifs à nos facilités de crédit. Ces modifications, allant de pair avec les 75 M\$ de nouvelles liquidités, nous assurent d'importantes ressources financières et d'une plus grande souplesse dans la mise en œuvre de notre plan d'accroissement de la valeur, dans le retour à la rentabilité et dans la construction de notre avenir.

Nous avons atteint plusieurs jalons de notre plan d'accroissement de la valeur :

- les actions déjà prises généreront des économies annualisées de 12 M\$ à partir du troisième trimestre;
- nous avons implanté plusieurs nouveaux processus d'amélioration de l'efficacité de notre chaîne d'approvisionnement et révisé en profondeur notre stratégie d'approvisionnement; et,
- nous avons placé le Société en bonne position pour atteindre de meilleures marges, grâce à des ajustements de prix ainsi qu'à une gamme améliorée de produits.

La vente de nos activités de la catégorie Papeterie et jeux d'activités poursuit son cours normal. Puisque nous sommes en période de pointe pour cette catégorie de produits, les acheteurs éventuels cherchent à bien comprendre nos résultats les plus récents et les tendances qui se manifestent pour l'ensemble de ce secteur d'activité lors de la rentrée scolaire 2008.

En regardant nos résultats du deuxième trimestre, on s'aperçoit que le chiffre d'affaires étaient inférieur de 15 M\$ à celui de la même période l'an dernier. Les deux tiers de cette diminution proviennent de la catégorie Garçons de 5 ans et plus, qui contrebalancent la bonne performance de la catégorie Préscolaire. Ces données sont liées, pour l'essentiel, au fait que nous avons lancé la plupart de nos nouveaux produits l'an dernier au cours des premier et deuxième trimestres, alors que nous le ferons cette année aux troisième et quatrième trimestres.

Le reste de cette diminution provient de la catégorie Papeterie et jeux d'activités, où nous avons mis l'accent sur l'amélioration de la marge depuis le début de la dernière année. La majeure partie de la baisse du chiffre d'affaires est associé aux produits d'activités pour enfants qui offrent une plus faible marge, des produits qui ont été discontinués dans notre programme de rationalisation des unités de gestion des stocks.

Notre marge brute était moins élevée, principalement en raison de l'augmentation des coûts des intrants, de la sous-utilisation de notre usine chinoise et d'une gamme de produits moins favorable en raison de la diminution des ventes dans la catégorie Garçons de 5 ans et plus.



La perte nette était de 3,6 millions \$, ou 10 cents par action, en comparaison de bénéfices nets de 4,0 millions, ou 12 cents par action, au deuxième trimestre de 2007.

Pour les six mois terminés le 30 juin 2008, la perte nette était de 13,2 millions \$, ou 36 cents par action, en comparaison d'une perte nette de 19,9 millions \$, ou 61 cents par action, au cours de cette même période en 2007.

Nous sommes également heureux de souligner un important développement survenu après la clôture de nos états financiers du deuxième trimestre. Nous sommes convenus d'un accord de principe avec nos assureurs pour récupérer un montant additionnel de 9,3 M\$, en relation avec les règlements intervenus dans le cadre des poursuites intentées à la suite de l'ingestion d'aimants. Nous prévoyons recevoir bientôt ce paiement que nous devrions pouvoir inclure aux résultats du troisième trimestre. Ainsi, nous aurons pratiquement récupéré le plein montant de notre règlement de 13,5 M\$ inscrit en 2006.

Les deux prochains trimestres sont traditionnellement les plus forts dans notre secteur d'activité et nous avons pour objectif d'en profiter pour renouer avec la rentabilité.

La capacité de réduire et de compenser les pressions relatives aux coûts, particulièrement en Chine, constitue un élément clé de notre succès. Nous accordons une grande importance aux coûts, à l'efficacité et à l'amélioration des marges dans le cadre de notre plan d'accroissement de la valeur.

Il est tout aussi important de retrouver la croissance du chiffre d'affaires et je crois que nous sommes en bonne position pour y arriver.

- Nous lançons cette année de grandes innovations dans notre catégorie Garçons, avec tous les nouveaux produits qui atteindront le marché de détail aux troisième et quatrième trimestres. Les engagements auprès des principaux détaillants sont supérieurs à ce qu'ils étaient l'an dernier.
- MagNext connaît aussi un bon soutien au détail. Le premier événement de lancement, un concours de construction mené dans plus de 500 magasins Toys R US des États-Unis, a fait beaucoup parler de cette nouvelle marque.
- Notre gamme Préscolaire est plus solide que jamais, ce qui nous positionne pour une nouvelle année record.
- Le lancement de notre nouvelle gamme de produits dans la catégorie Garçons, ainsi que de MagNext dans nos marchés européens clés pays plus tard cette année, insufflera une énergie nouvelle au chiffre d'affaires provenant de l'International.

En terminant, j'aimerais dire quelques mots sur nos employés.

Les dernières semaines ont été éprouvantes. Les spéculations et les rumeurs ont survolé notre entreprise comme des nuages et je sais que cette période a été très difficile pour tous les membres de notre équipe.

De meilleurs jours nous attendent. Les 75 M\$ de nouvelles liquidités que nous venons de recevoir, et l'entente avec nos prêteurs, sont des votes de confiance envers nos gens, nos marques et notre innovation.

Nous accueillons maintenant de nouveaux investisseurs animés par une perspective de long terme. Notre fondateur et président du conseil réinvestit dans la Société dans le cadre de ce financement.

Nous avons d'excellents produits et nous avons un plan. Maintenant, nous disposons des ressources financières nécessaires pour relancer notre entreprise et pour restaurer la valeur de notre entreprise, à l'avantage de toutes ses parties prenantes. »



Énoncés prospectifs

Toutes les déclarations contenues dans ce communiqué de presse qui ne sont pas reliées directement et exclusivement à des faits historiques sont des "énoncés prospectifs". Ces énoncés représentent les intentions de la Société, ses plans, ses attentes et ses croyances. Dans certains cas, ces énoncés prospectifs nous obligent à faire des hypothèses et il y a un risque important que ces hypothèses peuvent ne pas être exactes. En outre, ces déclarations sont soumises à des risques, des incertitudes et d'autres facteurs, dont plusieurs sont hors du contrôle de la Société. La Société décline toute intention ou obligation de mettre à jour publiquement ou de réviser des déclarations prospectives, que ce soit par suite de nouvelles informations, d'événements futurs ou autrement, à l'exception de ce qui est requis par la législation applicable. Les lecteurs sont avisés de ne pas se fier exagérément à ces énoncés prospectifs. 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 » du rapport de gestion de l'exercice financier terminé le 31 décembre 2007 et du deuxième trimestre de 2008.

À 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 : *Creativity to the Rescue*. Pour obtenir plus de renseignements, veuillez visiter <http://www.megabrands.com>.

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

-30-

Renseignements :

Analystes et Investisseurs

Eric Phaneuf,
514.333.5555 ext. 2538
ephaneuf@megabrands.com

Les médias

Harold Chizick
514.333.5555 ext. 2338
hchizick@megabrands.com