

## COMMUNIQUÉ DE PRESSE

### LE CHÂTEAU PUBLIE SES RÉSULTATS DU TROISIÈME TRIMESTRE

Les ventes des magasins comparables ont augmenté de 2,5 % au troisième trimestre.

**Montréal, le 11 décembre 2015** – Chef de file au Canada, Le Château Inc. (TSX : CTU.A), une marque de prêt-à-porter spécialisé qui offre un vaste assortiment de vêtements, d'accessoires et de chaussures modernes aux femmes et aux hommes soucieux de la mode, a publié aujourd'hui ses résultats pour le troisième trimestre clos le 31 octobre 2015. L'exercice 2015 désigne la période de 39 semaines close le 31 octobre 2015, et l'exercice 2014 désigne la période de 39 semaines close le 25 octobre 2014.

Le chiffre d'affaires pour le troisième trimestre clos le 31 octobre 2015 s'est établi à 57,6 millions de dollars comparativement à 58,1 millions de dollars pour le troisième trimestre clos le 25 octobre 2014, soit une baisse de 0,8 %, compte tenu de la fermeture de sept magasins. Les ventes des magasins comparables ont augmenté de 2,5 % au troisième trimestre par rapport à la période correspondante de l'exercice précédent (voir les mesures non conformes aux PCGR ci-après). Comme prévu, les retombées de la campagne de marketing à l'échelle du Canada lancée en août ont entraîné une amélioration des résultats au titre des magasins de détail, des ventes en ligne ainsi que des divisions Femmes et Chaussures. Les ventes des magasins comparables pour les 150 magasins de détail de la Société (excluant les magasins-entrepôts) ont progressé de 5,6 % pour le troisième trimestre comparativement à celles d'il y a un an, et comprennent les ventes en ligne, qui ont augmenté de 34,8 % au cours du troisième trimestre.

Le résultat avant intérêts, impôt sur le résultat, amortissement, sortie du bilan et dépréciation d'immobilisations corporelles (« BAIIA ajusté ») (voir les mesures non conformes aux PCGR ci-après) pour le troisième trimestre s'est établi à (7,2) millions de dollars, comparativement à (4,9) millions de dollars pour le trimestre correspondant de l'exercice précédent. Le fléchissement de 2,3 millions de dollars du BAIIA ajusté au cours du troisième trimestre est essentiellement imputable à l'augmentation de 3,4 millions de dollars des charges de vente et d'administration, contrebalancée par une hausse de 1,1 million de dollars de la marge brute. Les charges de vente et d'administration se sont accrues en raison surtout des coûts engagés dans le cadre de la campagne de marketing à l'échelle du Canada lancée en août. L'accroissement de 1,1 million de dollars de la marge brute découle de la hausse du pourcentage de la marge brute, soit de 61,6 % à 63,9 %. L'augmentation de la marge brute au troisième trimestre de 2015 s'explique par la diminution des activités promotionnelles.

La perte nette pour le troisième trimestre clos le 31 octobre 2015 a été de 12,5 millions de dollars, ou (0,42) \$ l'action, comparativement à une perte nette de 11,1 millions de dollars, ou (0,37) \$ l'action, pour le trimestre correspondant de l'exercice précédent.

#### Résultats de la période de neuf mois

Pour la période de neuf mois close le 31 octobre 2015, le chiffre d'affaires s'est établi à 171,7 millions de dollars comparativement à 179,7 millions de dollars pour la période correspondante de l'exercice précédent, soit une baisse de 4,5 %, compte tenu de la fermeture de sept magasins. Les ventes des magasins comparables ont diminué de 2,6 % en regard d'il y a un an et comprennent les ventes en ligne, qui ont augmenté de 31,1 % pour la période de neuf mois close le 31 octobre 2015.

Le BAIIA ajusté pour la période de neuf mois close le 31 octobre 2015 s'est élevé à (12,1) millions de dollars, comparativement à (11,3) millions de dollars pour la période correspondante de l'exercice précédent. La diminution de 851 000 \$ du BAIIA ajusté au cours de la période de neuf mois est essentiellement imputable à une hausse de 458 000 \$ des charges de vente et d'administration et à un recul de 393 000 \$ de la marge brute. Les charges de vente et d'administration se sont accrues en raison du lancement de la campagne de marketing, comme nous l'avons déjà mentionné. Cet accroissement a été en partie contrebalancé par une réduction des charges d'exploitation en magasin et des charges du siège social. Le recul de 393 000 \$ de la marge brute s'explique par un déclin de 4,5 % du chiffre d'affaires pour les neuf premiers mois de 2015, contrebalancé par une hausse du pourcentage de la marge brute, soit de 62,3 % à 65,0 %. L'augmentation de la marge brute pour la période de neuf mois close le 31 octobre 2015 découle de la diminution des activités promotionnelles.

Pour la période de neuf mois close le 31 octobre 2015, la perte nette s'est établie à 28,9 millions de dollars ou (0,96) \$ l'action, comparativement à une perte nette de 27,1 millions de dollars ou (0,95) \$ l'action pour la période correspondante de l'exercice précédent.

# LE CHÂTEAU

---

Au cours des neuf premiers mois de 2015, la Société a fermé quatre magasins, comme prévu, et prévoit en fermer huit autres avant la fin de l'exercice clos le 30 janvier 2016. Au 31 octobre 2015, la Société exploitait 218 magasins (y compris 68 magasins-entrepôts) comparativement à 225 magasins (y compris 42 magasins-entrepôts) au 25 octobre 2014. La superficie totale du réseau de Le Château au 31 octobre 2015 s'établissait à 1 192 000 pieds carrés (y compris 475 000 pieds carrés pour les magasins-entrepôts), contre 1 230 000 pieds carrés (y compris 391 000 pieds carrés pour les magasins-entrepôts) au 25 octobre 2014. Au cours des trois prochains exercices, la Société prévoit réduire la superficie de ses établissements de 250 000 pieds carrés. Cette réduction touchera plus particulièrement les magasins-entrepôts.

Au cours de la période de neuf mois close le 31 octobre 2015, la Société a rénové cinq magasins : au Scarborough Town Centre, en Ontario, rouvert le 1<sup>er</sup> avril 2015, au centre commercial Fairview Pointe Claire, au Québec, rouvert le 21 mai 2015, au Mayfair Shopping Centre, en Colombie-Britannique, rouvert le 3 septembre 2015, au Yorkdale Shopping Centre, en Ontario, rouvert le 10 septembre 2015 et au St. Laurent Shopping Centre, à Ottawa, en Ontario, rouvert le 18 septembre 2015.

## Stratégie

Au cours des trois derniers exercices, afin de répondre à la concurrence de plus en plus vive sur le marché, la Société a amorcé un ambitieux projet de repositionnement de ses produits et de sa marque. En parallèle, la Société a mis en œuvre un programme de rénovation de ses magasins et, à la mi-août, elle a lancé une campagne de marketing à l'échelle du Canada en collaboration avec Sid Lee, agence reconnue mondialement qui offre des stratégies de communication marketing. La campagne conjugue les publicités télévisuelles, les panneaux publicitaires et les médias sociaux et vise à accroître la notoriété de notre marque. Les consommateurs redécouvrent notre marque et nos produits, et nous sommes d'avis qu'il en découlera un succès durable. Les retombées directes de la campagne de marketing ont entraîné une amélioration du chiffre d'affaires des divisions Femmes et Chaussures, soit une hausse respectivement de 5,6 % et 10,5 % au titre des ventes des magasins comparables au troisième trimestre de l'exercice précédent. Nous avons également observé d'importants écarts sur le plan provincial; en effet, le chiffre d'affaires a fait un bond en Ontario et au Québec, qui a toutefois été contrebalancé en partie par une baisse en Alberta en raison de la conjoncture économique. En général, nous restons optimistes quant aux occasions de faire croître notre entreprise et d'améliorer nos marges.

## Quatrième trimestre de 2015

Pour les cinq premières semaines closes le 5 décembre 2015, le total des ventes au détail a augmenté de 8,0 %, comparativement à la période de cinq semaines close le 29 novembre 2014. Sur une base de semaines comparables (pour la période de cinq semaines close le 5 décembre 2015 comparativement à la période de cinq semaines close le 6 décembre 2014), le total des ventes au détail a diminué de 3,4 %, compte tenu de la fermeture de huit magasins, et le total des ventes des magasins comparables a diminué de 1,7 %. Les ventes des magasins comparables incluent les ventes en ligne, qui se sont accrues de 26,8 %.

## Profil

Chef de file au Canada, Le Château est une marque de prêt-à-porter spécialisé qui offre un vaste assortiment de vêtements, d'accessoires et de chaussures modernes aux femmes et aux hommes soucieux de la mode. La marque Le Château est vendue exclusivement par l'intermédiaire des 217 magasins de détail de la Société, dont 216 sont situés au Canada. Les magasins de détail de la Société se trouvent principalement dans les grands centres commerciaux urbains. La Société complète cette offre par des boutiques ayant pignon sur rue dans des secteurs à fort achalandage piétonnier. En outre, la Société a 4 magasins sous licence au Moyen-Orient. Le marketing en ligne de Le Château prend de l'expansion et permet de joindre un plus grand nombre de clients parmi les acheteurs sur Internet au Canada et aux États-Unis. Grâce à sa tradition de 57 ans d'intégration verticale, mettant de l'avant une approche du prêt-à-porter axée sur le design et la fabrication, Le Château occupe une place unique parmi les détaillants de vêtements canadiens.

## Mesures non conformes aux PCGR

En plus de fournir des renseignements sur des mesures du résultat selon les IFRS, le présent communiqué de presse présente le BAIIA ajusté comme une mesure supplémentaire du résultat, lequel est défini comme le résultat avant intérêts, impôt sur le résultat, amortissement, sortie du bilan et dépréciation d'immobilisations corporelles. Le BAIIA ajusté est présenté dans le but d'aider les lecteurs à établir la capacité de la Société de générer des flux de trésorerie des activités d'exploitation et d'acquitter ses charges financières. Il s'agit également d'un indicateur généralement utilisé aux fins d'évaluation pour des sociétés ouvertes de notre secteur.

# LE CHÂTEAU

Le tableau suivant présente un rapprochement du BAIIA ajusté et de la perte avant le recouvrement d'impôt sur le résultat pour les périodes de trois et de neuf mois closes le 31 octobre 2015 et le 25 octobre 2014 :

<i>(non audité)</i> <i>(en milliers de dollars canadiens)</i>	Pour les trois mois clos les		Pour les neuf mois clos les	
	31 octobre 2015	25 octobre 2014	31 octobre 2015	25 octobre 2014
Perte avant recouvrement d'impôt sur le résultat	(12 478) \$	(11 052) \$	(28 858) \$	(28 783) \$
Amortissement	3 849	4 297	12 582	13 497
Sortie du bilan et dépréciation d'immobilisations corporelles	351	1 134	1 240	1 847
Frais financiers	1 037	757	2 909	2 170
Produits financiers	(2)	(5)	(9)	(16)
<b>BAIIA ajusté</b>	<b>(7 243) \$</b>	<b>(4 869) \$</b>	<b>(12 136) \$</b>	<b>(11 285) \$</b>

La Société présente également les ventes des magasins comparables qui sont définies comme les ventes générées par des magasins qui sont ouverts depuis au moins un an sur une base de semaines comparables. Les ventes des magasins comparables ne tiennent pas compte du chiffre d'affaires des magasins convertis en magasins-entrepôts ou en centres de liquidation au cours de l'exercice où la conversion a lieu.

Le tableau suivant présente un rapprochement des ventes des magasins comparables et du total du chiffre d'affaires figurant dans les comptes de résultat consolidés résumés intermédiaires non audités des périodes de trois et de neuf mois closes le 31 octobre 2015 et le 25 octobre 2014 :

<i>(non audité)</i> <i>(en milliers de dollars canadiens)</i>	Pour les trois mois clos les		Pour les neuf mois clos les	
	31 octobre 2015	25 octobre 2014	31 octobre 2015	25 octobre 2014
Ventes des magasins comparables – magasins de détail	43 581 \$	41 251 \$	130 268 \$	132 044 \$
Ventes des magasins comparables – magasins-entrepôts	10 185	11 207	30 598	33 089
<b>Total des ventes des magasins comparables</b>	<b>53 766</b>	<b>52 458</b>	<b>160 866</b>	<b>165 133</b>
Ventes des magasins non comparables	3 874	5 676	10 812	14 610
<b>Total du chiffre d'affaires</b>	<b>57 640 \$</b>	<b>58 134 \$</b>	<b>171 678 \$</b>	<b>179 743 \$</b>

Les mesures énoncées précédemment n'ont pas de sens normalisé selon les IFRS, et elles peuvent donc ne pas être comparables à des mesures semblables utilisées par d'autres entreprises.

## Informations prospectives

Le présent communiqué peut contenir des informations prospectives portant sur la Société ou sur l'environnement dans lequel elle évolue, qui sont fondées sur des attentes, des estimations et des prévisions de la Société. Ces informations ne constituent pas des garanties de rendement futur et comportent des risques et des incertitudes difficiles à prévoir et indépendants de la volonté de la Société. De fait, un certain nombre de facteurs peuvent intervenir et faire en sorte que les résultats réels diffèrent de façon importante de ceux qui sont exprimés aux présentes, facteurs qui sont également évoqués dans d'autres documents publics de la Société. Donc, les lecteurs sont avisés de ne pas accorder une confiance exagérée aux informations prospectives. De plus, ces dernières ne font état que de la situation à la date à laquelle elles ont été formulées, et la Société nie toute intention ou obligation de mettre à jour ou de revoir de telles informations à la suite de quelque événement ou circonstance que ce soit, sauf si la loi sur les valeurs mobilières applicable l'exige.

Les facteurs qui pourraient faire en sorte qu'il y ait un écart important entre les résultats ou les événements réels et les prévisions actuelles comprennent notamment : la capacité de la Société à mettre en œuvre avec succès ses initiatives commerciales et la mesure dans laquelle ces initiatives seront aussi fructueuses que prévu; les conditions de concurrence dans le secteur dans lequel la Société exerce ses activités; la variation des dépenses de consommation; la conjoncture économique générale et les incertitudes habituelles liées aux affaires; le caractère saisonnier et les conditions météorologiques; les changements dans les relations qu'entretient la Société avec ses fournisseurs; le renouvellement des contrats de location; la sécurité des technologies de l'information et la perte des données sur les clients; les variations des cours de change; les fluctuations des taux d'intérêt; le risque d'illiquidité et les modifications des lois, règles et règlements applicables à la Société. La liste de facteurs de risque qui précède n'est pas exhaustive, et d'autres facteurs pourraient également avoir une incidence négative sur nos résultats.

# LE CHÂTEAU

---

Les états financiers résumés intermédiaires consolidés non audités et le rapport de gestion de la Société pour le troisième trimestre clos le 31 octobre 2015 sont disponibles en ligne à l'adresse [www.sedar.com](http://www.sedar.com).

**Pour plus d'informations**

Emilia Di Raddo, CPA, CA, présidente, 514 738-7000

Johnny Del Ciano, CPA, CA, vice-président, finances, 514 738-7000

MaisonBrison : Pierre Boucher, 514 731-0000

Source : Le Château Inc.

- 30 -

# LE CHÂTEAU

## ÉTATS DE LA SITUATION FINANCIÈRE CONSOLIDÉS

(non audité)

(en milliers de dollars canadiens)

	Au 31 octobre 2015	Au 25 octobre 2014	Au 31 janvier 2015
<b>ACTIF</b>			
<b>Actif courant</b>			
Trésorerie	850 \$	2 355 \$	1 195 \$
Créances clients	1 642	1 061	2 025
Impôt remboursable	494	539	619
Instruments financiers dérivés	-	104	-
Stocks	122 048	128 393	115 357
Charges payées d'avance	1 638	2 481	1 079
<b>Total de l'actif courant</b>	<b>126 672</b>	<b>134 933</b>	<b>120 275</b>
Immobilisations corporelles	52 188	62 648	58 091
Immobilisations incorporelles	2 348	3 282	2 961
	<b>181 208 \$</b>	<b>200 863 \$</b>	<b>181 327 \$</b>
<b>PASSIF ET CAPITAUX PROPRES</b>			
<b>Passif courant</b>			
Tranche courante de la facilité de crédit	23 737 \$	17 221 \$	14 737 \$
Dettes fournisseurs et autres créditeurs	14 214	16 942	16 133
Produits différés	2 752	3 106	3 452
Tranche courante des provisions	666	298	678
Tranche courante de la dette à long terme	1 124	3 505	2 007
<b>Total du passif courant</b>	<b>42 493</b>	<b>41 072</b>	<b>37 007</b>
Facilité de crédit	38 522	37 900	33 674
Dette à long terme	22 595	6 113	5 836
Provisions	1 545	409	1 473
Crédits différés au titre des contrats de location	9 946	11 838	11 354
<b>Total du passif</b>	<b>115 101</b>	<b>97 332</b>	<b>89 344</b>
<b>Capitaux propres</b>			
Capital social	47 967	47 967	47 967
Surplus d'apport	7 421	4 274	4 439
Résultats non distribués	10 719	51 186	39 577
Cumul des autres éléments du résultat global	-	104	-
<b>Total des capitaux propres</b>	<b>66 107</b>	<b>103 531</b>	<b>91 983</b>
	<b>181 208 \$</b>	<b>200 863 \$</b>	<b>181 327 \$</b>

# LE CHÂTEAU

## COMPTES DE RÉSULTAT CONSOLIDÉS

(non audité)

(en milliers de dollars canadiens, sauf les données par action)

	Pour les trois mois clos les		Pour les neuf mois clos les	
	31 octobre 2015	25 octobre 2014	31 octobre 2015	25 octobre 2014
<b>Chiffre d'affaires</b>	57 640 \$	58 134 \$	171 678 \$	179 743 \$
<b>Coût des ventes et charges</b>				
Coût des ventes	20 789	22 338	60 072	67 744
Charges de vente	40 173	37 595	112 534	112 251
Charges d'administration	8 121	8 501	25 030	26 377
	<b>69 083</b>	<b>68 434</b>	<b>197 636</b>	<b>206 372</b>
<b>Résultat des activités d'exploitation</b>	(11 443)	(10 300)	(25 958)	(26 629)
Frais financiers	1 037	757	2 909	2 170
Produits financiers	(2)	(5)	(9)	(16)
<b>Perte avant impôt sur le résultat</b>	(12 478)	(11 052)	(28 858)	(28 783)
Recouvrement d'impôt sur le résultat	-	-	-	(1 716)
<b>Perte nette</b>	<b>(12 478) \$</b>	<b>(11 052) \$</b>	<b>(28 858) \$</b>	<b>(27 067) \$</b>
<b>Perte nette par action</b>				
De base	(0,42) \$	(0,37) \$	(0,96) \$	(0,95) \$
Diluée	(0,42)	(0,37)	(0,96)	(0,95)
<b>Nombre moyen pondéré d'actions en circulation (en milliers)</b>	29 964	29 964	29 964	28 610

## ÉTATS DU RÉSULTAT GLOBAL CONSOLIDÉS

(non audité)

(en milliers de dollars canadiens)

	Pour les trois mois clos les		Pour les neuf mois clos les	
	31 octobre 2015	25 octobre 2014	31 octobre 2015	25 octobre 2014
<b>Perte nette</b>	<b>(12 478) \$</b>	<b>(11 052) \$</b>	<b>(28 858) \$</b>	<b>(27 067) \$</b>
<b>Autres éléments du résultat global à reclasser dans le résultat net de périodes ultérieures</b>				
Variation de la juste valeur des contrats de change à terme	-	121	-	(267)
	-	121	-	(267)
Contrats de change à terme réalisés et reclassés dans la perte nette	-	355	-	(47)
Recouvrement d'impôt sur le résultat	-	-	-	113
	-	355	-	66
<b>Total des autres éléments du résultat global</b>	-	476	-	(201)
<b>Perte globale</b>	<b>(12 478) \$</b>	<b>(10 576) \$</b>	<b>(28 858) \$</b>	<b>(27 268) \$</b>

# LE CHÂTEAU

## ÉTATS DES VARIATIONS DES CAPITAUX PROPRES CONSOLIDÉS

(non audité)

(en milliers de dollars canadiens)

Pour les trois mois clos les  
31 octobre 2015      25 octobre 2014

Pour les neuf mois clos les  
31 octobre 2015      25 octobre 2014

	Pour les trois mois clos les 31 octobre 2015	25 octobre 2014	Pour les neuf mois clos les 31 octobre 2015	25 octobre 2014
<b>CAPITAL SOCIAL</b>				
Solde au début de la période	47 967 \$	47 967 \$	47 967 \$	42 960 \$
Émission d'actions avec droit de vote subalterne à la conversion de la dette à long terme	-	-	-	5 000
Émission d'actions avec droit de vote subalterne à l'exercice d'options	-	-	-	5
Reclassement hors du surplus d'apport en raison de l'exercice d'options sur actions	-	-	-	2
Solde à la fin de la période	47 967 \$	47 967 \$	47 967 \$	47 967 \$
<b>SURPLUS D'APPORT</b>				
Solde au début de la période	7 318 \$	4 140 \$	4 439 \$	3 581 \$
Ajustement de la juste valeur de la dette à long terme	-	-	2 560	-
Charge de rémunération fondée sur des actions	103	134	422	695
Exercice d'options sur actions	-	-	-	(2)
Solde à la fin de la période	7 421 \$	4 274 \$	7 421 \$	4 274 \$
<b>RÉSULTATS NON DISTRIBUÉS</b>				
Solde au début de la période	23 197 \$	62 238 \$	39 577 \$	78 253 \$
Perte nette	(12 478)	(11 052)	(28 858)	(27 067)
Solde à la fin de la période	10 719 \$	51 186 \$	10 719 \$	51 186 \$
<b>CUMUL DES AUTRES ÉLÉMENTS DU RÉSULTAT GLOBAL</b>				
Solde au début de la période	- \$	(372) \$	- \$	305 \$
Autres éléments du résultat global pour la période	-	476	-	(201)
Solde à la fin de la période	- \$	104 \$	- \$	104 \$
<b>Total des capitaux propres</b>	<b>66 107 \$</b>	<b>103 531 \$</b>	<b>66 107 \$</b>	<b>103 531 \$</b>

# LE CHÂTEAU

## TABLEAUX DES FLUX DE TRÉSORERIE CONSOLIDÉS

(non audité)

(en milliers de dollars canadiens)

Pour les trois mois clos les  
31 octobre 2015 25 octobre 2014

Pour les neuf mois clos les  
31 octobre 2015 25 octobre 2014

	31 octobre 2015	25 octobre 2014	31 octobre 2015	25 octobre 2014
<b>ACTIVITÉS D'EXPLOITATION</b>				
Perte nette	(12 478) \$	(11 052) \$	(28 858) \$	(27 067) \$
Ajustements pour déterminer les flux de trésorerie nets des activités d'exploitation				
Amortissement	3 849	4 297	12 582	13 497
Sortie du bilan et dépréciation d'immobilisations corporelles	351	1 134	1 240	1 847
Amortissement des crédits différés au titre des contrats de location	(395)	(570)	(1 440)	(1 743)
Crédits différés au titre des contrats de location	-	35	32	169
Rémunération fondée sur des actions	103	134	422	695
Provisions	(18)	(106)	60	51
Frais financiers	1 037	757	2 909	2 170
Intérêts payés	(840)	(607)	(2 212)	(1 868)
Recouvrement d'impôt sur le résultat	-	-	-	(1 716)
	(8 391)	(5 978)	(15 265)	(13 965)
Variation nette des éléments sans effet de trésorerie du fonds de roulement liée aux activités d'exploitation	(6 828)	(4 566)	(9 846)	(7 301)
Impôt remboursé	-	905	350	6 453
<b>Flux de trésorerie des activités d'exploitation</b>	<b>(15 219)</b>	<b>(9 639)</b>	<b>(24 761)</b>	<b>(14 813)</b>
<b>ACTIVITÉS DE FINANCEMENT</b>				
Augmentation de la facilité de crédit	17 118	12 573	13 894	24 518
Coût de financement	(10)	-	(442)	-
Produit de la dette à long terme	-	-	20 000	5 000
Remboursement de la dette à long terme	(430)	(2 094)	(1 730)	(6 212)
Émission d'actions à l'exercice d'options	-	-	-	5
<b>Flux de trésorerie des activités de financement</b>	<b>16 678</b>	<b>10 479</b>	<b>31 722</b>	<b>23 311</b>
<b>ACTIVITÉS D'INVESTISSEMENT</b>				
Acquisitions d'immobilisations corporelles et d'immobilisations incorporelles	(2 223)	(953)	(7 306)	(7 589)
<b>Flux de trésorerie des activités d'investissement</b>	<b>(2 223)</b>	<b>(953)</b>	<b>(7 306)</b>	<b>(7 589)</b>
<b>Augmentation (diminution) de la trésorerie</b>	<b>(764)</b>	<b>(113)</b>	<b>(345)</b>	<b>909</b>
Trésorerie au début de la période	1 614	2 468	1 195	1 446
<b>Trésorerie à la fin de la période</b>	<b>850 \$</b>	<b>2 355 \$</b>	<b>850 \$</b>	<b>2 355 \$</b>