

**COMMUNIQUÉ DE PRESSE**

**LE CHÂTEAU PUBLIE SES RÉSULTATS DU QUATRIÈME TRIMESTRE  
ET DE FIN D'EXERCICE**

**Montréal, le 15 avril 2016** – 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 quatrième trimestre clos le 30 janvier 2016. L'exercice 2015 porte sur la période de 52 semaines close le 30 janvier 2016, tandis que l'exercice 2014 porte sur la période de 53 semaines close le 31 janvier 2015.

Le chiffre d'affaires pour la période de 13 semaines close le 30 janvier 2016 s'est élevé à 65,2 millions de dollars, soit un recul de 7,5 %, par rapport à 70,5 millions de dollars pour la période de 14 semaines close le 31 janvier 2015. Sur un nombre de semaines comparable, le chiffre d'affaires total pour la période de 13 semaines close le 30 janvier 2016 a diminué de 2,1 %, avec 11 magasins de moins comparativement à la période de 13 semaines close le 31 janvier 2015. Les ventes des magasins comparables ont augmenté de 0,1 % au quatrième 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 2015 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 146 magasins de détail de la Société (excluant les magasins-entrepôts) ont progressé de 0,7 % pour le quatrième trimestre comparativement à celles enregistrées il y a un an. Les ventes des magasins comparables incluent les ventes en ligne, qui se sont accrues de 41,3 % au quatrième trimestre.

Le résultat avant intérêts, impôt sur le résultat, amortissement, sortie du bilan et dépréciation d'immobilisations corporelles, et profit à la cession d'immobilisations corporelles (le « BAIIA ajusté ») (voir les mesures non conformes aux PCGR ci-après) pour le quatrième trimestre de 2015 s'est établi à (675 000) \$ comparativement à (5,8) millions de dollars pour la période correspondante de l'exercice précédent. L'amélioration de 5,2 millions de dollars du BAIIA ajusté pour le quatrième trimestre est essentiellement attribuable à la baisse de 4,4 millions de dollars des charges de vente et d'administration ainsi qu'à l'augmentation de 821 000 \$ de la marge brute. L'accroissement de 821 000 \$ de la marge brute découle d'une hausse du pourcentage de la marge brute, laquelle est passée de 56,1 % en 2014 à 61,9 %. L'augmentation de la marge brute au cours du quatrième trimestre de 2015 s'explique par la diminution des activités promotionnelles et la baisse des dévaluations de stocks de produits finis, qui ont été en partie neutralisées par la pression exercée par l'affaiblissement du dollar canadien sur les produits achetés. Pour le quatrième trimestre clos le 30 janvier 2016, la Société a comptabilisé une dévaluation nette de ses stocks totalisant 300 000 \$, contre 3,9 millions de dollars il y a un an. Cette diminution témoigne des efforts continus déployés au cours des derniers exercices afin de réduire les stocks et d'améliorer la composition de ceux-ci.

La perte nette pour le quatrième trimestre clos le 30 janvier 2016 a été de 6,9 millions de dollars, ou (0,23) \$ l'action, comparativement à une perte nette de 11,6 millions de dollars, ou (0,39) \$, l'action pour la période correspondante de l'exercice précédent.

**Résultats de fin d'exercice**

Le chiffre d'affaires pour la période de 52 semaines close le 30 janvier 2016 a diminué de 5,3 % pour s'établir à 236,9 millions de dollars, par rapport à 250,2 millions de dollars pour la période de 53 semaines close le 31 janvier 2015. Sur un nombre de semaines comparable, le chiffre d'affaires total pour la période de 52 semaines close le 30 janvier 2016 a diminué de 4,0 %, avec 11 magasins de moins, comparativement à la période de 52 semaines close le 31 janvier 2015. Les ventes des magasins comparables ont diminué de 1,9 % par rapport à la période correspondante de l'exercice précédent. Les ventes des magasins comparables incluent les ventes en ligne, qui se sont accrues de 34,8 % pour l'exercice clos le 30 janvier 2016.

Le BAIIA ajusté pour l'exercice clos le 30 janvier 2016 s'est établi à (12,8) millions de dollars comparativement à (17,1) millions de dollars il y a un an. La hausse de 4,3 millions de dollars du BAIIA ajusté au cours de 2015 est essentiellement attribuable à la baisse de 3,9 millions de dollars des charges de vente et d'administration ainsi qu'à l'augmentation de 428 000 \$ de la marge brute. Les charges de vente et d'administration ont diminué en raison de la réduction des charges d'exploitation des magasins et des charges du siège social, qui a été contrebalancée par le lancement de notre campagne de marketing à l'échelle du Canada lancée en août 2015. L'accroissement de 428 000 \$ de la marge brute découle d'une hausse du pourcentage de la marge brute, laquelle est passée de 60,6 % en 2014

# LE CHÂTEAU

## DE MONTRÉAL

---

à 64,2 %, contrebalancée par le recul du chiffre d'affaires de 5,3 % en 2015. L'augmentation de la marge brute en 2015 s'explique par la diminution des activités promotionnelles et la baisse des dévaluations de stocks de produits finis, qui ont été en partie neutralisées par la pression exercée par l'affaiblissement du dollar canadien sur les produits achetés. Pour l'exercice clos le 30 janvier 2016, la Société a comptabilisé une dévaluation nette de ses stocks totalisant 300 000 \$, contre 5,3 millions de dollars à l'exercice précédent. Cette diminution témoigne des efforts continus déployés au cours des derniers exercices afin de réduire les stocks et d'améliorer la composition de ceux-ci.

La perte nette pour l'exercice clos le 30 janvier 2016 a été de 35,7 millions de dollars, ou (1,19) \$ l'action, comparativement à une perte nette de 38,7 millions de dollars, ou (1,34) \$ l'action, il y a un an.

Au cours de l'exercice, la Société a fermé 11 magasins, dans le cadre de sa stratégie visant à rééquilibrer son réseau de vente au détail et à fermer les magasins non rentables. Au 30 janvier 2016, la Société exploitait 211 magasins (y compris 65 magasins-entrepôts), comparativement à 222 magasins (y compris 42 magasins-entrepôts) au 31 janvier 2015. La superficie totale du réseau de Le Château au 30 janvier 2016 s'établissait à 1 162 000 pieds carrés (y compris 460 000 pieds carrés pour les magasins-entrepôts), contre 1 219 000 pieds carrés au 31 janvier 2015 (y compris 388 000 pieds carrés pour les magasins-entrepôts). En 2016, la Société prévoit fermer environ 14 magasins et s'attend à ce que la superficie totale de ses magasins diminue, passant de 1 162 000 pieds carrés à 1 100 000 pieds carrés. Au cours des trois prochains exercices, la Société prévoit réduire la superficie de ses établissements de détail de plus de 200 000 pieds carrés, ce qui représente environ 40 magasins. Cette réduction touchera plus particulièrement les magasins-entrepôts.

Au cours de l'exercice clos le 30 janvier 2016, 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 Centre St-Laurent, à Ottawa, en Ontario, rouvert le 18 septembre 2015.

### **Stratégie**

Le secteur du commerce de détail a évolué au cours des dernières années, tout comme les habitudes d'achat des consommateurs, qui ont beaucoup changé en raison de l'avènement du commerce en ligne. Par suite de ces changements, la forte concentration de magasins dans les grands marchés urbains, un modèle gagnant avant l'ère numérique, n'est plus nécessaire. Par conséquent, compte tenu de cette évolution et de la situation, notre stratégie consiste à rééquilibrer notre réseau de vente au détail et à fermer les magasins non rentables. Depuis 2012, afin de faire face à la concurrence de plus en plus vive, 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, en août 2015, elle a lancé une campagne de marketing à l'échelle du Canada en collaboration avec Sid Lee, qui a mené au remaniement de la marque, désormais « Le Château de Montréal ». La campagne a conjugué les publicités télévisuelles, les panneaux publicitaires et les médias sociaux et a permis d'accroître la notoriété de la marque. Les consommateurs ont redécouvert notre marque et nos produits, et nous sommes d'avis qu'il en découlera un effet 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 de respectivement 3,9 % et 11,1 %, au titre des ventes des magasins comparables au deuxième semestre de 2015. En général, nous restons optimistes sur le plan de la croissance de notre entreprise et de l'amélioration de nos marges.

### **Premier trimestre de 2016**

Pour les dix premières semaines closes le 9 avril 2016, le total des ventes au détail a diminué de 3,7 %, avec 12 magasins de moins, et les ventes des magasins comparables ont baissé de 1,5 % par rapport à la période correspondante de l'exercice précédent. Les ventes des magasins comparables incluent les ventes en ligne, qui se sont accrues de 50,4 %.

### **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 209 magasins de détail de la Société 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

# LE CHÂTEAU DE MONTRÉAL

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 d'offrir des renseignements sur des mesures du résultat selon les IFRS, le présent communiqué de presse présente le BAIIA ajusté comme 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, et profit à la cession 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 tableau suivant rapproche le BAIIA ajusté et la perte avant le recouvrement d'impôt sur le résultat pour le quatrième trimestre et les exercices clos les 30 janvier 2016 et 31 janvier 2015 :

<i>(non audité)</i> <i>(en milliers de dollars canadiens)</i>	Pour les trois mois clos les		Pour les exercices clos les	
	30 janvier 2016	31 janvier 2015	30 janvier 2016	31 janvier 2015
<b>Perte avant recouvrement d'impôt sur le résultat</b>	<b>(6 887) \$</b>	<b>(11 609) \$</b>	<b>(35 745) \$</b>	<b>(40 392) \$</b>
Amortissement	3 936	4 210	16 518	17 707
Sortie du bilan et dépréciation d'immobilisations corporelles	1 264	1 416	2 504	3 263
Profit à la cession d'immobilisations corporelles	-	(590)	-	(590)
Frais financiers	1 013	730	3 922	2 900
Produits financiers	(1)	(2)	(10)	(18)
<b>BAIIA ajusté</b>	<b>(675) \$</b>	<b>(5 845) \$</b>	<b>(12 811) \$</b>	<b>(17 130) \$</b>

La Société présente également les ventes des magasins comparables qui sont définies comme le chiffre d'affaires généré par des magasins qui sont ouverts depuis au moins un an sur un nombre de semaines comparable. 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 chiffre d'affaires total dans le compte de résultat consolidé pour le quatrième trimestre et les exercices clos le 30 janvier 2016 et le 31 janvier 2015 :

<i>(non audité)</i> <i>(en milliers de dollars canadiens)</i>	Pour les trois mois clos les		Pour les exercices clos les	
	30 janvier 2016	31 janvier 2015	30 janvier 2016	31 janvier 2015
Ventes des magasins comparables – magasins de détail	48 665 \$	48 333 \$	178 933 \$	180 377 \$
Ventes des magasins comparables – magasins-entrepôts	11 201	11 493	41 799	44 582
<b>Total des ventes des magasins comparables</b>	<b>59 866</b>	<b>59 826</b>	<b>220 732</b>	<b>224 959</b>
Ventes des magasins non comparables	5 332	10 641	16 144	25 251
<b>Chiffre d'affaires total</b>	<b>65 198 \$</b>	<b>70 467 \$</b>	<b>236 876 \$</b>	<b>250 210 \$</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.

# LE CHÂTEAU

## DE MONTRÉAL

---

### **Informations prospectives**

Le présent communiqué de presse peut contenir des informations prospectives portant sur la Société ou sur l'environnement dans lequel elle évolue, qui sont fondées sur les attentes, les estimations et les 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 des facteurs de risque qui précède n'est pas exhaustive, et d'autres facteurs pourraient également avoir une incidence négative sur nos résultats.

Les états financiers consolidés et le rapport de gestion de la Société pour l'exercice clos le 30 janvier 2016 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.

# LE CHÂTEAU

## DE MONTRÉAL

### ÉTATS DE LA SITUATION FINANCIÈRE CONSOLIDÉS

(Non audité)

(en milliers de dollars canadiens)

	Au 30 janvier 2016	Au 31 janvier 2015
<b>ACTIF</b>		
<b>Actif courant</b>		
Trésorerie	- \$	1 195 \$
Créances clients	1 180	2 025
Impôt remboursable	569	619
Stocks	113 590	115 357
Charges payées d'avance	1 385	1 079
<b>Total de l'actif courant</b>	<b>116 724</b>	<b>120 275</b>
Dépôts	621	-
Immobilisations corporelles	48 332	58 091
Immobilisations incorporelles	2 813	2 961
	<b>168 490 \$</b>	<b>181 327 \$</b>
<b>PASSIF ET CAPITAUX PROPRES</b>		
<b>Passif courant</b>		
Dette bancaire	545 \$	- \$
Tranche courante de la facilité de crédit	12 944	14 737
Dettes fournisseurs et autres créditeurs	17 865	16 133
Produits différés	3 216	3 452
Tranche courante de la provision pour contrats déficitaires	620	678
Tranche courante de la dette à long terme	848	2 007
<b>Total du passif courant</b>	<b>36 038</b>	<b>37 007</b>
Facilité de crédit	31 962	33 674
Dette à long terme	29 170	5 836
Provision pour contrats déficitaires	1 453	1 473
Crédits différés au titre des contrats de location	9 513	11 354
<b>Total du passif</b>	<b>108 136</b>	<b>89 344</b>
<b>Capitaux propres</b>		
Capital social	47 967	47 967
Surplus d'apport	8 555	4 439
Résultats non distribués	3 832	39 577
<b>Total des capitaux propres</b>	<b>60 354</b>	<b>91 983</b>
	<b>168 490 \$</b>	<b>181 327 \$</b>

# LE CHÂTEAU DE MONTRÉAL

## COMPTES DE RÉSULTAT CONSOLIDÉS

(non audité)

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

	Pour les trois mois clos les		Pour les exercices clos les	
	30 janvier 2016	31 janvier 2015	30 janvier 2016	31 janvier 2015
<b>Chiffre d'affaires</b>	<b>65 198 \$</b>	<b>70 467 \$</b>	<b>236 876 \$</b>	<b>250 210 \$</b>
<b>Coût des ventes et charges</b>				
Coût des ventes	24 831	30 921	84 903	98 665
Charges de vente	37 874	41 602	150 408	153 853
Charges d'administration	8 368	8 825	33 398	35 202
	<b>71 073</b>	<b>81 348</b>	<b>268 709</b>	<b>287 720</b>
<b>Résultat des activités d'exploitation</b>	<b>(5 875)</b>	<b>(10 881)</b>	<b>(31 833)</b>	<b>(37 510)</b>
Frais financiers	1 013	730	3 922	2 900
Produits financiers	(1)	(2)	(10)	(18)
<b>Perte avant impôt sur le résultat</b>	<b>(6 887)</b>	<b>(11 609)</b>	<b>(35 745)</b>	<b>(40 392)</b>
Recouvrement d'impôt sur le résultat	-	-	-	(1 716)
<b>Perte nette</b>	<b>(6 887) \$</b>	<b>(11 609) \$</b>	<b>(35 745) \$</b>	<b>(38 676) \$</b>
<b>Perte nette par action</b>				
De base	(0,23) \$	(0,39) \$	(1,19) \$	(1,34) \$
Diluée	(0,23)	(0,39)	(1,19)	(1,34)
<b>Nombre moyen pondéré d'actions en circulation (en milliers)</b>	<b>29 964</b>	<b>29 964</b>	<b>29 964</b>	<b>28 968</b>

## ÉTATS DU RÉSULTAT GLOBAL CONSOLIDÉS

(non audité)

(en milliers de dollars canadiens)

	Pour les trois mois clos les		Pour les exercices clos les	
	30 janvier 2016	31 janvier 2015	30 janvier 2016	31 janvier 2015
<b>Perte nette</b>	<b>(6 887) \$</b>	<b>(11 609) \$</b>	<b>(35 745) \$</b>	<b>(38 676) \$</b>
<b>Autres éléments de la perte globale à reclasser dans le résultat net de périodes ultérieures</b>				
Variation de la juste valeur des contrats de change à terme	-	-	-	(267)
	-	-	-	(267)
Contrats de change à terme réalisés et reclassés dans la perte nette	-	(104)	-	(151)
Recouvrement d'impôt sur le résultat	-	-	-	113
	-	(104)	-	(38)
<b>Total des autres éléments de la perte globale</b>	<b>-</b>	<b>(104)</b>	<b>-</b>	<b>(305)</b>
<b>Perte globale</b>	<b>(6 887) \$</b>	<b>(11 713) \$</b>	<b>(35 745) \$</b>	<b>(38 981) \$</b>

# LE CHÂTEAU DE MONTRÉAL

## ÉTATS DES VARIATIONS DES CAPITAUX PROPRES CONSOLIDÉS

(non audité)

(en milliers de dollars canadiens)

	Pour les trois mois clos les		Pour les exercices clos les	
	30 janvier 2016	31 janvier 2015	30 janvier 2016	31 janvier 2015
<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	<b>47 967 \$</b>	<b>47 967 \$</b>	<b>47 967 \$</b>	<b>47 967 \$</b>
<b>SURPLUS D'APPORT</b>				
Solde au début de la période	7 421 \$	4 274 \$	4 439 \$	3 581 \$
Ajustement de la juste valeur de la dette à long terme	1 041	-	3 601	-
Charge de rémunération fondée sur des actions	93	165	515	860
Exercice d'options sur actions	-	-	-	(2)
Solde à la fin de la période	<b>8 555 \$</b>	<b>4 439 \$</b>	<b>8 555 \$</b>	<b>4 439 \$</b>
<b>RÉSULTATS NON DISTRIBUÉS</b>				
Solde au début de la période	10 719 \$	51 186 \$	39 577 \$	78 253 \$
Perte nette	(6 887)	(11 609)	(35 745)	(38 676)
Solde à la fin de la période	<b>3 832 \$</b>	<b>39 577 \$</b>	<b>3 832 \$</b>	<b>39 577 \$</b>
<b>CUMUL DES AUTRES ÉLÉMENTS DU RÉSULTAT GLOBAL</b>				
Solde au début de la période	- \$	104 \$	- \$	305 \$
Autres éléments de la perte globale pour la période	-	(104)	-	(305)
Solde à la fin de la période	-	-	-	-
<b>Total des capitaux propres</b>	<b>60 354 \$</b>	<b>91 983 \$</b>	<b>60 354 \$</b>	<b>91 983 \$</b>

# LE CHÂTEAU DE MONTRÉAL

## TABLEAUX DES FLUX DE TRÉSORERIE CONSOLIDÉS

(non audité)

(en milliers de dollars canadiens)

	Pour les trois mois clos les		Pour les exercices clos les	
	30 janvier 2016	31 janvier 2015	30 janvier 2016	31 janvier 2015
<b>ACTIVITÉS D'EXPLOITATION</b>				
Perte nette	(6 887) \$	(11 609) \$	(35 745) \$	(38 676) \$
Ajustements pour déterminer les flux de trésorerie nets des activités d'exploitation				
Amortissement	3 936	4 210	16 518	17 707
Sortie du bilan et dépréciation d'immobilisations corporelles	1 264	1 416	2 504	3 263
Profit à la cession d'immobilisations corporelles	-	(590)	-	(590)
Amortissement des crédits différés au titre des contrats de location	(433)	(484)	(1 873)	(2 227)
Crédits différés au titre des contrats de location	-	-	32	169
Rémunération fondée sur des actions	93	165	515	860
Provision pour contrats déficitaires	(138)	1 444	(78)	1 495
Frais financiers	1 013	730	3 922	2 900
Intérêts payés	(868)	(744)	(3 080)	(2 612)
Dépôts	(621)	-	(621)	-
Recouvrement d'impôt sur le résultat	-	-	-	(1 716)
	(2 641)	(5 462)	(17 906)	(19 427)
Variation nette des éléments sans effet de trésorerie du fonds de roulement liée aux activités d'exploitation	13 241	13 046	3 395	6 155
Impôt remboursé	-	(5)	350	6 448
<b>Flux de trésorerie des activités d'exploitation</b>	<b>10 600</b>	<b>7 579</b>	<b>(14 161)</b>	<b>(6 824)</b>
<b>ACTIVITÉS DE FINANCEMENT</b>				
Augmentation (diminution) de la facilité de crédit	(17 382)	(6 806)	(3 488)	17 712
Coût de financement	(28)	-	(470)	(410)
Produit de la dette à long terme	7 500	-	27 500	5 000
Remboursement de la dette à long terme	(276)	(1 775)	(2 006)	(7 987)
Émission d'actions à l'exercice d'options	-	-	-	5
<b>Flux de trésorerie des activités de financement</b>	<b>(10 186)</b>	<b>(8 581)</b>	<b>21 536</b>	<b>14 320</b>
<b>ACTIVITÉS D'INVESTISSEMENT</b>				
Acquisitions d'immobilisations corporelles et d'immobilisations incorporelles	(1 809)	(938)	(9 115)	(8 527)
Produit de la cession d'immobilisations corporelles	-	780	-	780
<b>Flux de trésorerie des activités d'investissement</b>	<b>(1 809)</b>	<b>(158)</b>	<b>(9 115)</b>	<b>(7 747)</b>
<b>Diminution de la trésorerie (dette bancaire)</b>	<b>(1 395)</b>	<b>(1 160)</b>	<b>(1 740)</b>	<b>(251)</b>
Trésorerie au début de la période	850	2 355	1 195	1 446
<b>Trésorerie (dette bancaire) à la fin de la période</b>	<b>(545) \$</b>	<b>1 195 \$</b>	<b>(545) \$</b>	<b>1 195 \$</b>