



RAPPORT DE GESTION

Technologies D-BOX inc.

Deuxième trimestre clos le 30 septembre 2015

Table des matières

Table des matières	ii
1. Étendue du rapport de gestion	1
2. Énoncés prospectifs	1
3. Faits saillants trimestriels	2
3.1 Faits saillants financiers	2
3.2 Faits saillants opérationnels.....	2
4. Perspective	3
5. Profil de l'entreprise	3
6. Stratégie de l'entreprise	3
6.1 Modèle de revenus	4
6.2 Stratégie de croissance / Marché du divertissement	4
6.3 Stratégie de croissance / Marché industriel.....	7
7. Mesures non conformes aux IFRS	7
8. Principales données financières	9
9. Résultats d'exploitation	10
9.1 Revenus.....	10
9.2 Bénéfice brut	11
9.3 Charges d'exploitation.....	12
9.4 Résultat financier.....	13
9.5 Impôts sur le résultat.....	13
9.6 Bénéfice net (Perte nette).....	13
10. BAIIA ajusté	14
11. Situation de trésorerie et sources de financement	14
11.1 Activités d'exploitation	15
11.2 Activités d'investissement.....	15
11.3 Activités de financement.....	15
11.4 Capitaux propres	16
12. Information trimestrielle	17
13. Engagements contractuels	18
14. Capital social entièrement dilué (9 novembre 2015)	18
15. Risques et incertitudes	18
16. Contrôles de communication de l'information et contrôle interne à l'égard de l'information financière	19
17. Information additionnelle et continue	19

RAPPORT DE GESTION

Technologies D-BOX inc.

Deuxième trimestre clos le 30 septembre 2015

1. Étendue du rapport de gestion

Le présent rapport de gestion vise à aider le lecteur à mieux comprendre les activités de Technologies D-BOX inc. et sa filiale ainsi que les éléments-clés de ses résultats financiers. Il explique notamment l'évolution de la situation financière et les résultats d'exploitation de la Société pour le deuxième trimestre et la période de six mois clos le 30 septembre 2015 en les comparant aux résultats des mêmes périodes de l'exercice précédent. Il présente également une comparaison de ses bilans aux 30 septembre 2015 et 31 mars 2015.

Ce rapport de gestion, préparé conformément au Règlement 51-102 sur les obligations d'information continue, devrait être lu en parallèle avec les informations contenues dans les états financiers consolidés audités et le rapport de gestion de l'exercice clos le 31 mars 2015 et les états financiers intermédiaires résumés consolidés non-audités du deuxième trimestre clos le 30 septembre 2015. Sauf indication contraire, les termes « Société » et « D-BOX » font référence à Technologies D-BOX inc.

Les états financiers intermédiaires résumés consolidés non-audités du trimestre et de la période de six mois clos le 30 septembre 2015 de même que ce rapport de gestion ont été revus par le comité d'audit et approuvés par le conseil d'administration de la Société. Sauf indication contraire, tous les montants dont il est question dans ce rapport de gestion sont exprimés en milliers de dollars canadiens.

2. Énoncés prospectifs

Certains énoncés figurant dans ce rapport de gestion, notamment les énoncés concernant les opinions, les projets, les objectifs, les stratégies, les estimations, les intentions et les attentes de la Société, ainsi que d'autres énoncés ne portant pas sur des faits historiques, constituent des énoncés prospectifs. On peut reconnaître ces énoncés aux termes comme « prévoir », « anticiper », « estimer », « s'attendre à » et « envisager », et à d'autres termes et expressions similaires. Ces énoncés sont fondés sur l'information disponible au moment où ils sont formulés, sur des hypothèses établies par la direction et sur les attentes de cette dernière, agissant de bonne foi, à l'égard d'événements futurs, et ont trait, de par leur nature, à des risques connus et inconnus et à des incertitudes telles que la concurrence, la capacité de la Société à établir sa technologie, la capacité de la Société à poursuivre le déploiement de son réseau de distribution et à signer de nouvelles ententes commerciales dans le marché du divertissement et dans le marché industriel, la fluctuation des taux de change, et d'autres facteurs mentionnés aux présentes (se reporter à la rubrique « Risques et incertitudes ») ou dans le dossier d'information continue de la Société. Les résultats réels de la Société pourraient différer de façon importante de ceux qu'indiquent ou que laissent entrevoir ces énoncés prospectifs. Par conséquent, il est recommandé de ne pas se fier indûment à ces énoncés prospectifs. Ces énoncés ne reflètent pas l'incidence potentielle d'éléments spéciaux ou encore d'un regroupement d'entreprises ou d'une autre opération qui pourrait être annoncée ou avoir lieu après la date des présentes. Sauf si la législation applicable l'exige, la Société n'a pas l'intention de mettre à jour ces énoncés prospectifs pour tenir compte, notamment, de nouveaux renseignements ou d'événements futurs, et elle ne s'engage nullement à le faire.

3. Faits saillants trimestriels

3.1 Faits saillants financiers

- Croissance du chiffre d'affaires :
 - ✓ Revenus trimestriels en hausse de 15 % à 5 021 k \$:
 - Ventes du marché du divertissement : + 8 % à 3 634 k \$;
 - Ventes du marché industriel : + 39 % à 1 387 k \$.
- Perte nette de 208 k \$ pour le trimestre comparativement à un bénéfice net de 192 k \$ l'an dernier.
- BAIIA ajusté* de 132 k \$ pour le trimestre comparativement à 372 k \$ pour le même trimestre de l'an passé.
- Flux de trésorerie générés par les activités d'exploitation de 943 k \$ pour la période de six mois comparativement à une utilisation de fonds de 805 k \$ l'année dernière.
- Prêt de 5 000 k \$ reçu de la Caisse de dépôt et placement du Québec le 5 août 2015.

Deuxième trimestre et période de six-mois clos le 30 septembre (en milliers de \$CAN sauf pour les données par action)				
	Deuxième trimestre		Six mois	
	2015	2014	2015	2014
Revenus	5 021	4 354	12 209	8 914
BAIIA ajusté *	132	372	1 283	391
Bénéfice net (perte nette)	(208)	192	(178)	(1 013)
Bénéfice net (perte nette) de base et dilué(e) par action	(0,0013)	0,0012	(0,0011)	(0,0062)
Données du bilan consolidé				
	Au 30 septembre 2015		Au 31 mars 2015	
Trésorerie et équivalents de trésorerie	11 535		6 710	

* Se référer à la rubrique « Mesures non conformes aux IFRS » à la page 7 et au tableau du rapprochement du BAIIA ajusté au bénéfice net (perte nette) à la page 8.

3.2 Faits saillants opérationnels

- Au cours des douze derniers mois, D-BOX a augmenté de 33 % à 420 le nombre de salles signées.
- D-BOX poursuit son déploiement en Chine, un des marchés à plus forte croissance au monde, pour les exploitants de salles de cinéma. En date du 30 septembre 2015, D-BOX y comptait dix écrans comparativement à un écran installé au 30 septembre 2014. De plus, D-BOX continue activement ses activités de développement des affaires dans ce pays à fort potentiel.
- D-BOX démontre sa capacité à participer à la convergence entre la réalité virtuelle et le monde du divertissement en établissant un partenariat avec Sony Pictures Entertainment (SPE) dans le cadre du lancement du film *Goosebumps*. Ce partenariat servira d'importante vitrine technologique pour l'expérience immersive D-BOX dans onze villes nord-américaines.
- Progression dans le marché industriel avec l'installation de deux nouveaux sites : le *Museo Interactivo Audiovisual De Las Condes (Chile)* (www.mui.cl) et le *Richmond Olympic Experience (ROX)*, le premier membre du réseau des musées du comité international olympique situé en Amérique du Nord (www.therox.ca).

4. Perspective

D-BOX priorise deux axes majeurs de développement : le marché du divertissement et le marché industriel, ceux-ci ayant chacun leurs sous marchés respectifs. À la lumière de ses activités de développement des affaires dans ces deux marchés, D-BOX anticipe que la tendance à la hausse de ses revenus continue.

De concert avec cette croissance prévisible des revenus, D-BOX prévoit augmenter de façon graduelle le niveau de ses charges d'exploitation qui supporteront, notamment, la commercialisation de nouvelles innovations technologiques venant solidifier la position de D-BOX dans certains sous-marchés spécifiques et faciliter la pénétration de nouveaux marchés. De manière générale, la Société vise toutefois à maintenir un BAIIA ajusté positif et entend mener ses opérations en conséquence.

5. Profil de l'entreprise

D-BOX conçoit, fabrique et commercialise des systèmes de mouvement à la fine pointe de la technologie, destinés au marché du divertissement et au marché industriel. Cette technologie unique et brevetée utilise des codes de mouvement programmés spécifiquement pour chaque contenu visuel et dirigés vers un système de mouvement intégré dans une plateforme, un siège ou tout autre produit. Les mouvements qui en résultent sont parfaitement synchronisés au visuel à l'écran, créant ainsi une expérience immersive d'un réalisme sans précédent.

Trois éléments produisent le mouvement synchronisé en parfaite harmonie avec les images et le son :

1. la création des effets de mouvement formant le code de mouvement appelé D-BOX Motion Code;
2. un contrôleur de mouvement servant d'interface entre le lecteur de disque optique ou le serveur vidéo contenant le film et le système de mouvement D-BOX; et
3. le système de mouvement D-BOX qui est composé, entre autres, de pistons électromécaniques (actuateurs) intégrés dans une plateforme, siège ou autres types d'équipement.

Au 30 septembre 2015, D-BOX comptait 96 employés en hausse par rapport à 77 employés au 30 septembre 2014.

6. Stratégie de l'entreprise

La Société s'impose en tant que chef de file dans la conception de systèmes de mouvement immersif non distractif. Elle développe la notoriété de sa marque en plus d'offrir un actif différenciateur générant des revenus dans divers secteurs d'activités. La Société vise deux marchés d'exploitation distincts pour ses systèmes de mouvement à la fine pointe de la technologie : le marché du divertissement et le marché industriel.

Exemples d'applications

Marché du divertissement	Marché industriel
<ul style="list-style-type: none">• Cinéma en salle• Divertissement à domicile :<ul style="list-style-type: none">○ Cinéma à domicile○ Jeux vidéos○ Réalité virtuelle	<ul style="list-style-type: none">• Simulation et formation / réalité virtuelle• Parcs d'amusement, arcades, musées et planétariums

6.1 Modèle de revenus

Les modèles de revenus de la Société proviennent principalement :

1. de la vente ou de la location des systèmes de mouvement D-BOX, incluant les contrôleurs de mouvement et des serveurs informatiques dans le cas d'installations d'envergure comme les salles de cinéma;
2. des droits d'utilisation (licence) de la technologie D-BOX lors de la vente de billets à l'admission dans les salles de cinéma équipées de notre technologie, pour visionner un film codé par D-BOX, ainsi que des revenus de maintenance associés à l'utilisation des systèmes;
3. de la vente directe de systèmes de mouvement à un réseau de revendeurs spécialisés, des intégrateurs, équipementiers ou des fabricants de sièges qui commercialisent la technologie D-BOX sous leur propre marque (équipementiers d'origine « OEM »). Cette méthode de commercialisation présente notamment l'avantage de minimiser les frais de ventes et de marketing; et
4. des droits de codage de contenu visuel.

6.2 Stratégie de croissance / Marché du divertissement

La Société est constamment à l'affût d'opportunités auprès de propriétaires de salles de cinéma afin d'accroître le nombre de salles de cinéma équipées de sa technologie.

En parallèle, la Société tire profit de ses relations privilégiées et de sa crédibilité établies auprès des principaux studios d'Hollywood et de certains studios asiatiques et européens afin d'obtenir de plus en plus de contenu pour ses salles de cinéma. La Société est d'avis que l'accroissement de l'offre de films a un effet direct sur le nombre de salles équipées et que les revenus de box-office par salle équipée de systèmes de mouvement D-BOX agissent à titre d'élément motivateur pour :

1. accélérer le déploiement de sa technologie auprès de nouveaux exploitants de salles qui veulent ajouter un élément distinctif à leur offre;
2. favoriser la vente de sa technologie auprès d'exploitants de salles de cinéma actuels qui souhaitent équiper plus d'un de leurs complexes ou encore équiper plus d'une salle dans un même complexe;
3. entraîner des ventes de systèmes de mouvement pour la clientèle du divertissement à domicile qui veut vivre l'expérience D-BOX dans le confort de leur demeure;
4. encourager des clients du jeu vidéo à s'équiper de sièges munis d'actuateurs D-BOX permettant ainsi d'ajouter une nouvelle dimension immersive à leur expérience de jeu; et
5. faire connaître la technologie auprès de clients potentiels dans le secteur industriel.

Au 30 septembre 2015, plus de 35 exploitants ont plus d'un complexe qui intègre les systèmes de mouvement D-BOX et plus de 95 localisations ont plus d'une salle dans un même complexe incorporant notre technologie.

Un nombre supérieur de salles a un impact direct sur l'offre des studios étant donné un modèle d'affaires avantageux pour l'ensemble des intervenants qui se partagent les nouveaux revenus générés par la technologie.

L'accès au contenu est un élément-clé de la rapidité de déploiement des systèmes de mouvement D-BOX. La Société continue à développer des relations d'affaires avec de nombreux fournisseurs de contenu pour le cinéma et le jeu vidéo. Entre autres, plus de 165 films présentés en salle ont été codés dont plus de 85 se classant numéro un au box-office nord-américain lors du week-end de lancement.

L'expérience D-BOX dans les salles de cinéma poursuivra une progression marquée suite au déploiement de ses systèmes de mouvement. Cette vision est renforcée par le fait que la Société a codé, de façon continue, le contenu des grands studios majeurs en plus d'avoir procédé au codage de contenus locaux dans certains pays où D-BOX est maintenant présente. De plus, elle a fait ses preuves tant sur le plan technique que commercial et est récipiendaire de nombreux prix au cours des dernières années.

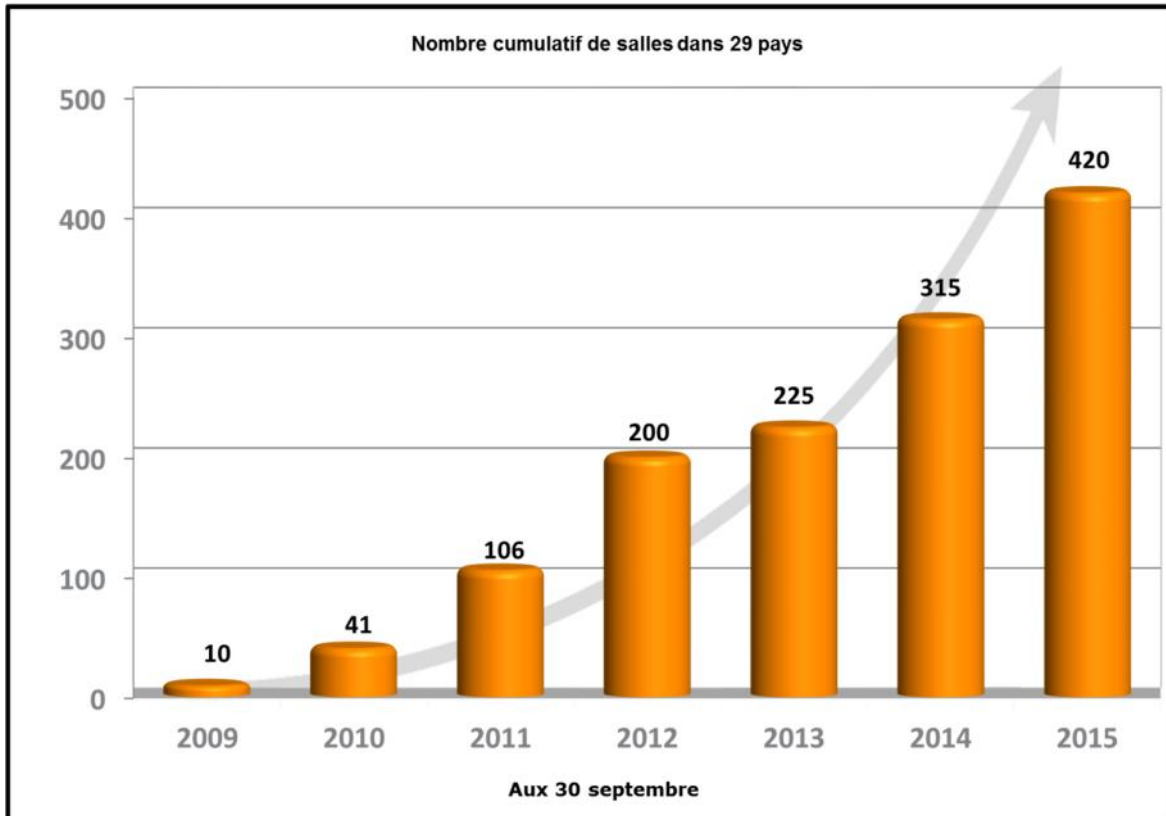
Cependant, certains facteurs saisonniers peuvent avoir un impact sur le déploiement de nouveaux systèmes de mouvement D-BOX destinés au cinéma en salle. Le taux de croissance des activités de cinéma en salle ne sera pas nécessairement linéaire mais plutôt sujet à une certaine volatilité sur la base de trimestres consécutifs.

À cet égard, la Société rappelle qu'elle demeure sujette à un certain nombre d'autres risques et incertitudes concernant ses opérations (se reporter à la rubrique « Risques et incertitudes »).

Le développement des affaires auprès des chaînes de cinéma est assuré par une équipe interne de développement d'affaires et quelques partenaires externes dans certains pays. De plus, les représentants de la Société continuent de participer à des foires commerciales d'importance. La Société croit qu'en plus de démontrer sa technologie au plus grand nombre de gens possible, le marché du divertissement dégage des revenus significatifs par les droits de licence sur l'utilisation de la technologie en fonction des primes demandées sur les billets d'admission en salle, par la vente ou la location de systèmes de mouvement, ainsi que par les revenus de maintenance des systèmes de mouvement. Cette stratégie permet d'augmenter de façon importante la notoriété de la marque.

À titre d'instrument de mesure de la réalisation de ses objectifs de déploiement à l'égard des chaînes de cinéma, la Société tient compte de la progression des systèmes de mouvement D-BOX installés en plus du carnet de commandes. D'un point de vue pratique, la Société définit le carnet de commandes comme suit : une commande reçue pour des systèmes de mouvement D-BOX dans le cadre d'une entente contractuelle et dont l'installation est prévue à l'intérieur d'une période de 12 mois. Le total des salles installées ou en commande a augmenté de 33 % et se situait à 420 à la fin du trimestre comparativement à 315 il y a un an.

Croissance mondiale des salles de cinéma installées ou en commande Au 30 septembre 2015



À l'égard des produits destinés au divertissement à domicile, la Société vise à :

1. vendre des produits sous sa propre marque et sous des marques d'équipementiers d'origine, d'intégrateurs et de revendeurs;
2. augmenter l'offre de contenu codé par D-BOX; et
3. créer des produits et former des partenariats avec des joueurs stratégiques qui devraient permettre d'accélérer la pénétration du marché de consommation de masse.

En résumé, D-BOX a démontré à ce jour :

- que les cinéphiles sont prêts à payer une prime sur le coût d'un billet d'admission pour vivre une expérience immersive non distrayante;
- qu'elle génère une source d'achalandage et de revenus additionnels pour les exploitants de salles de cinéma, leur permettant ainsi de se distinguer par rapport à la compétition et d'accroître leurs revenus (revenus (i) directs provenant de la vente de billets pour la zone D-BOX, et (ii) indirects provenant de la vente d'aliments et boissons); et
- qu'elle procure une visibilité et une source de revenus additionnelle pour les studios.

6.3 Stratégie de croissance / Marché industriel

Le marché industriel contribue considérablement à la notoriété globale de la marque D-BOX, éveillant ainsi l'intérêt des entreprises pour son réalisme et son efficacité de façon à créer une demande grandissante pour l'expérience D-BOX dans d'autres sous-marchés comme, notamment, la simulation et formation, les arcades, le militaire, la réalité virtuelle, les parcs d'attractions, les musées et les planétariums. La Société mobilise des ressources qui se consacrent au développement de ce marché d'affaires en vue de continuer de repérer de nouveaux partenaires et de répondre à leurs demandes.

À l'égard des produits destinés aux utilisateurs de la simulation industrielle, la Société poursuit sa mission de vendre des produits sous sa propre marque et sous des marques d'équipementiers d'origine, d'intégrateurs et de revendeurs, et d'adapter les produits en fonction des demandes spécifiques de manufacturiers et d'équipementiers d'origine de façon à pénétrer de nouveaux marchés.

Au cours des dernières années, la Société a multiplié sa présence à des foires commerciales et industrielles, lesquelles ont contribué à faire connaître D-BOX et sa technologie de mouvement.

La Société a récemment développé des systèmes de mouvement adaptés à de nouveaux sous-marchés du marché industriel dont la commercialisation devrait s'accélérer au cours des prochains trimestres.

La Société dédie une équipe au développement et au maintien de ce marché afin d'identifier de nouveaux clients potentiels et de répondre adéquatement à leurs demandes. Parmi les principaux critères recherchés chez un nouveau client, on retrouve principalement : un réseau de distribution international efficace, une excellente renommée dans le marché et un désir de consacrer les ressources et les efforts requis pour générer de nouveaux revenus importants.

7. Mesures non conformes aux IFRS

Dans le présent rapport de gestion, la Société a recours à deux mesures non conformes aux IFRS : 1) le BAIIA ajusté et 2) le bénéfice brut excluant l'amortissement. Bien que ces mesures fournissent de l'information utile et complémentaire, elles n'ont pas de définition normalisée selon les IFRS et sont peu susceptibles d'être comparables à des mesures semblables présentées par d'autres émetteurs.

- 1) Le BAIIA ajusté fournit de l'information utile et complémentaire, permettant notamment d'évaluer la rentabilité et la capacité de la Société à générer des flux de trésorerie avec les activités d'exploitation. Il inclut le bénéfice net (la perte nette) et exclut ce qui suit : les éléments sans effet sur la trésorerie, le gain ou la perte de change, les charges financières, les intérêts créditeurs et les impôts sur le résultat.

Le tableau suivant explique le rapprochement du BAIIA ajusté au bénéfice net (à la perte nette).

(en milliers de \$)	Deuxième trimestre clos le 30 septembre		Six mois clos le 30 septembre	
	2015	2014	2015	2014
Bénéfice net (perte nette)	(208)	192	(178)	(1 013)
Amortissement des immobilisations corporelles	468	477	1 067	992
Amortissement des actifs incorporels	137	121	267	197
Amortissement des autres actifs	19	15	82	36
Radiation d'immobilisations corporelles	44	18	134	72
Gain sur vente d'immobilisations corporelles	—	—	—	(36)
Charge au titre des paiements fondés sur les actions	62	105	119	220
Gain de change	(493)	(564)	(334)	(93)
Résultat financier (charges financières et intérêts créditeurs)	103	8	115	11
Impôts sur le résultat	—	—	11	5
BAIIA ajusté	132	372	1 283	391

- 2) Le bénéfice brut excluant l'amortissement permet aussi d'évaluer la capacité de la Société à générer des flux de trésorerie par la vente de ses produits en considérant le coût des produits mais en excluant le principal élément non monétaire soit l'amortissement (voir le tableau expliquant le rapprochement du bénéfice brut excluant l'amortissement au bénéfice brut à la page 11).

8. Principales données financières

Les tableaux suivants présentent certaines données financières importantes pour le deuxième trimestre et la période de six-mois clos le 30 septembre 2015 en les comparant avec les mêmes périodes de l'exercice précédent.

Données sur l'état consolidé du résultat net (perte nette) et des éléments du résultat global	Deuxième trimestre clos le 30 septembre		Six mois clos le 30 septembre	
	2015	2014	2015	2014
Revenus	5 021	4 354	12 209	8 914
Bénéfice brut excluant l'amortissement*	2 817	2 370	7 287	4 936
Bénéfice net (perte nette)	(208)	192	(178)	(1 013)
BAIIA ajusté*	132	372	1 283	391
Bénéfice net (perte nette) de base et dilué(e) par action	(0,0013)	0,0012	(0,0011)	(0,0062)

* Se référer à la rubrique « Mesures non conformes aux IFRS » à la page 7.

Données sur l'état consolidé des flux de trésorerie	Six mois clos le 30 septembre	
	2015	2014
Biens destinés à la location	(644)	(117)
Flux de trésorerie liés aux activités d'exploitation	943	(805)
Acquisitions d'immobilisations corporelles	(626)	(300)
Acquisitions d'actifs incorporels	(454)	(633)
Flux de trésorerie liés aux activités de financement	4 876	1

Le tableau suivant présente certaines données financières importantes du bilan consolidé au 30 septembre 2015 et au 31 mars 2015.

Données du bilan consolidé	Au 30 septembre 2015	Au 31 mars 2015
Trésorerie et équivalents de trésorerie	11 535	6 710
Stocks	4 747	3 903
Fonds de roulement	15 780	11 238
Actif total	29 526	24 838
Passif à court terme	4 200	4 245
Dette à long terme	4 361	—
Capitaux propres	20 965	20 593

9. Résultats d'exploitation

9.1 Revenus

Les revenus du deuxième trimestre clos le 30 septembre 2015 ont augmenté de 15 % à 5 021 k \$ comparativement à 4 354 k \$ pour le deuxième trimestre clos le 30 septembre 2014. Pour le marché du divertissement, les revenus sont composés des ventes de systèmes de mouvement D-BOX aux exploitants de salles de cinéma, des revenus de droits d'utilisation, de location et de maintenance sur la vente de billets générés par le cinéma en salle ainsi que des ventes de systèmes à des clients pour le divertissement à domicile. Les revenus sont composés également de ventes de systèmes de mouvement aux clients du marché industriel qui commercialisent sous leurs propres marques les systèmes de mouvement D-BOX, ainsi que des ventes de systèmes aux clients du marché du divertissement.

Au cours du deuxième trimestre clos le 30 septembre 2015, le marché du divertissement a généré des revenus en hausse de 8 % à 3 634 k \$ comparativement à des revenus de 3 356 k \$ réalisés l'an dernier. Les revenus provenant du cinéma en salle ont augmenté de 9 % passant de 3 118 k \$ au deuxième trimestre de 2014 à 3 401 k \$ au deuxième trimestre de cette année. Ces revenus sont composés (i) de la vente de systèmes de mouvement D-BOX qui ont augmenté de 17 % à 2 208 k \$ (1 880 k \$ pour le même trimestre de l'année dernière) et ii) de revenus de droits d'utilisation, de location et de maintenance sur la vente de billets générés par le cinéma en salle qui ont diminué de 4 % à 1 193 k \$ (1 238 k \$ en 2014). Cette diminution provenant principalement de la performance des films présentés au cours du trimestre.

Il est bon de noter que les revenus provenant des droits d'utilisation, de location et de maintenance varient d'une période à une autre, notamment en fonction des éléments suivants :

- la performance au box-office des films présentés, laquelle peut varier considérablement d'un film à l'autre;
- le partage des revenus entre les exploitations de salles de cinéma et les studios;
- la performance individuelle des exploitants de salles de cinéma;
- le nombre moyen de systèmes de mouvement D-BOX installés, lequel est en constante progression;
- le nombre de représentations d'un film D-BOX en salle par semaine, lequel varie dépendamment du pays dans lequel le film est présenté ou même d'un exploitant à un autre; et
- le nombre de semaines pendant lequel un film est joué, cette durée pouvant notamment varier d'un pays à un autre étant donné une date différente de lancement et la volonté d'un exploitant de salles de cinéma de présenter un film sur une période plus ou moins longue.

Au 30 septembre 2015, 9 608 systèmes D-BOX MFX étaient installés dans 388 salles à travers le monde comparativement à 6 766 systèmes D-BOX MFX installés dans 266 salles à la même date l'an dernier.

Le marché du divertissement inclut aussi les ventes de systèmes pour le divertissement à domicile qui ont augmenté à 233 k \$ en comparaison des 238 k \$ l'an dernier.

Pour le marché industriel, notre stratégie de développement consiste à vendre notre technologie de systèmes de mouvement à des clients du marché industriel afin que ceux-ci l'intègrent dans leurs produits. Les ventes du marché industriel sont générées entre autre par la présence à des foires commerciales et industrielles, qui contribue à faire connaître la technologie de D-BOX, et la

présentation de films en salle incorporant le code de mouvements D-BOX qui vient créer une demande grandissante pour l'expérience D-BOX dans divers autres sous-marchés.

Les ventes de systèmes de mouvement aux clients du marché industriel ont augmenté de 39 % à 1 387 k \$ au cours du deuxième trimestre clos le 30 septembre 2015 comparativement à 998 k \$ au cours du deuxième trimestre clos le 30 septembre 2014. L'augmentation des ventes du marché industriel provient principalement des systèmes de simulation et formation vendus à des clients des sous-marchés de la construction, de l'automobile, des parcs d'attraction et des arcades.

Pour la période de six mois close le 30 septembre 2015, les revenus se sont élevés à 12 209 k \$ comparativement à 8 914 k \$ pour la même période de l'an dernier. Cette hausse de 37 % s'explique par une hausse de 33 % des revenus provenant du marché du divertissement dont une hausse des ventes de systèmes de mouvement D-BOX qui se sont élevées à 4 772 k \$ et de la croissance de 46 % des revenus de droits d'utilisation, de location et de maintenance qui se sont élevés à 3 469 k \$. Les ventes de systèmes pour le divertissement à domicile se sont élevées à 565 k \$, en hausse de 23 % comparativement au montant de 461 k \$ réalisé à la même période de l'an dernier. Pour le marché industriel, les ventes ont augmenté de 47 % à 3 403 k \$ comparativement à 2 314 k \$ pour la même période de l'exercice précédent.

9.2 Bénéfice brut

Le tableau suivant explique le rapprochement du bénéfice brut excluant l'amortissement au bénéfice brut.

	Deuxième trimestre clos le 30 septembre		Six mois clos le 30 septembre	
	2015	2014	2015	2014
Revenus	5 021	4 354	12 209	8 914
Bénéfice brut	2 382	1 912	6 227	4 022
Amortissement rattaché au coût des produits	435	458	1 060	914
Bénéfice brut excluant l'amortissement*	2 817	2 370	7 287	4 936
Marge brute excluant l'amortissement	56 %	54 %	60 %	55 %

* Se référer à la rubrique « Mesures non conformes aux IFRS » à la page 7.

Pour le deuxième trimestre clos le 30 septembre 2015, le bénéfice brut a augmenté de 25 % pour s'élever à 2 382 k \$ comparativement à 1 912 k \$ pour le même trimestre de l'exercice précédent. Excluant l'amortissement rattaché au coût des produits, le bénéfice brut s'est élevé à 2 817 k \$ (56 % des revenus) pour 2015 comparativement à 2 370 k \$ (54 % des revenus) pour la même période de l'an dernier. Cette croissance de 19 % du bénéfice brut excluant l'amortissement s'explique principalement par la bonne performance des ventes dans le marché du divertissement et du marché industriel.

Pour les six mois clos le 30 septembre 2015, le bénéfice brut s'est élevé à 6 227 k \$ comparativement à 4 022 k \$ pour la même période de l'exercice précédent. Excluant l'amortissement, le bénéfice brut s'est élevé à 7 287 k \$ (60 % des revenus) pour la période de six mois close le 30 septembre 2015 comparativement à 4 936 k \$ (55 % des revenus) l'an dernier. Cette amélioration de 48 % du bénéfice brut s'explique par l'importante augmentation des revenus de droits de d'utilisation, de location et de maintenance générant une marge brute plus importante comparé à l'ensemble des revenus.

9.3 Charges d'exploitation

Vente et marketing : les frais de vente et marketing se composent principalement des coûts liés au personnel incluant la charge au titre des paiements fondés sur les actions, des honoraires professionnels, des frais de publicité et du matériel aux points de vente, des frais de participation à des foires commerciales et incluant les frais relatifs aux codes de mouvement et autres frais de marketing.

Pour le deuxième trimestre clos le 30 septembre 2015, les frais de vente et marketing se sont élevés à 1 428 k \$ (28 % des revenus), une hausse de 18 % comparativement à 1 211 k \$ (28 % des revenus) pour le trimestre correspondant de l'année précédente. Ceci provient principalement d'une augmentation des coûts liés au personnel et des honoraires professionnels.

Pour la période de six mois close le 30 septembre 2015, les frais de vente et marketing se sont élevés à 3 095 k \$ (25 % des revenus) comparativement à 2 756 k \$ (31 % des revenus) pour la période de six mois close le 30 septembre 2014. Cette hausse de 12 % s'explique particulièrement par une augmentation des coûts liés au personnel et aux honoraires professionnels.

Administration : les frais d'administration se composent principalement des coûts liés au personnel incluant la charge au titre des paiements fondés sur les actions, des honoraires professionnels et des autres frais généraux et administratifs.

Pour le deuxième trimestre clos le 30 septembre 2015, les frais d'administration se sont élevés à 1 035 k \$ (21 % des revenus), une hausse de 48 % comparativement à 698 k \$ (16 % des revenus) pour le trimestre clos le 30 septembre 2014. Ceci provient principalement de l'augmentation des coûts liés au personnel, aux frais de société ouverte et aux honoraires professionnel.

Pour la période de six mois close le 30 septembre 2015, les frais d'administration se sont élevés à 2 026 k \$ (17 % des revenus) comparativement à 1 613 k \$ (18 % des revenus) pour les six mois clos le 30 septembre 2014. Cette augmentation de 26 % s'explique essentiellement par les mêmes raisons mentionnées au paragraphe précédent.

Recherche et développement : les frais de recherche et développement incluent principalement les coûts liés au personnel, l'amortissement des actifs et des brevets, les autres coûts liés à l'amélioration des produits existants ainsi qu'aux frais d'adaptation des produits aux diverses normes internationales, moins les crédits d'impôt à l'investissement.

Pour le deuxième trimestre clos le 30 septembre 2015, les frais de recherche et développement ont augmenté à 517 k \$ (10 % des revenus) comparativement à 367 k \$ (8 % des revenus) pour le même trimestre de l'exercice précédent. La hausse s'explique notamment par les coûts liés au personnel affectés à l'amélioration et au développement des produits et par la réduction des crédits d'impôts à l'investissement.

Pour la période de six mois close le 30 septembre 2015, les frais de recherche et développement ont augmenté à 1 492 k \$ (12 % des revenus) comparativement à 743 k \$ (8 % des revenus) pour la même période de l'an dernier. L'augmentation de ces frais de l'ordre de 749 k \$ s'explique entre autres par i) un changement d'estimation au montant de 401 k \$ provenant d'une réduction des crédits d'impôt à l'investissement à recevoir et de l'augmentation d'un frais couru à payer pour les crédits d'impôts à l'investissement (ce frais couru à payer survient à la suite de la réception d'un projet d'avis de cotisation de la part des autorités fiscales concernées relatif à un exercice précédent) et ii) une augmentation de 182 k \$ des coûts liés à l'embauche de ressources additionnelles pour le développement et l'amélioration des produits.

Gain ou perte de change : le gain ou perte de change résulte principalement de la fluctuation de la devise canadienne par rapport à la devise américaine lors de la conversion des opérations en devise américaine au cours du jour de la transaction et des actifs et passifs monétaires libellés en devise américaine au cours de clôture.

Ainsi, pour le deuxième trimestre clos le 30 septembre 2015, le gain de change s'est élevé à 493 k \$ comparativement à un gain de change de 564 k \$ pour le même trimestre de 2014.

Pour la période de six mois close le 30 septembre 2015, le gain de change s'est élevé à 334 k \$ comparativement à un gain de change de 93 k \$ pour la période comparable de l'an dernier. Le gain de change provient de la forte variation de la devise canadienne par rapport à la devise américaine survenue au cours de chacune des deux périodes.

9.4 Résultat financier

Pour le deuxième trimestre clos le 30 septembre 2015, les charges financières nettes des intérêts créditeurs se sont élevées à 103 k \$ comparativement à une charge nette de 8 k \$ pour le même trimestre de l'an dernier. Cette augmentation est due aux intérêts sur la dette à long terme émise le 5 août 2015.

Pour la période de six mois clos le 30 septembre 2015, les charges financières se sont élevées à 115 k \$ comparé à 11 k \$ en 2014.

9.5 Impôts sur le résultat

En ce qui concerne la comptabilisation de ses impôts différés, la Société a conclu qu'une provision pour moins-value équivalente aux montants des actifs d'impôts différés devait être comptabilisée.

9.6 Bénéfice net (Perte nette)

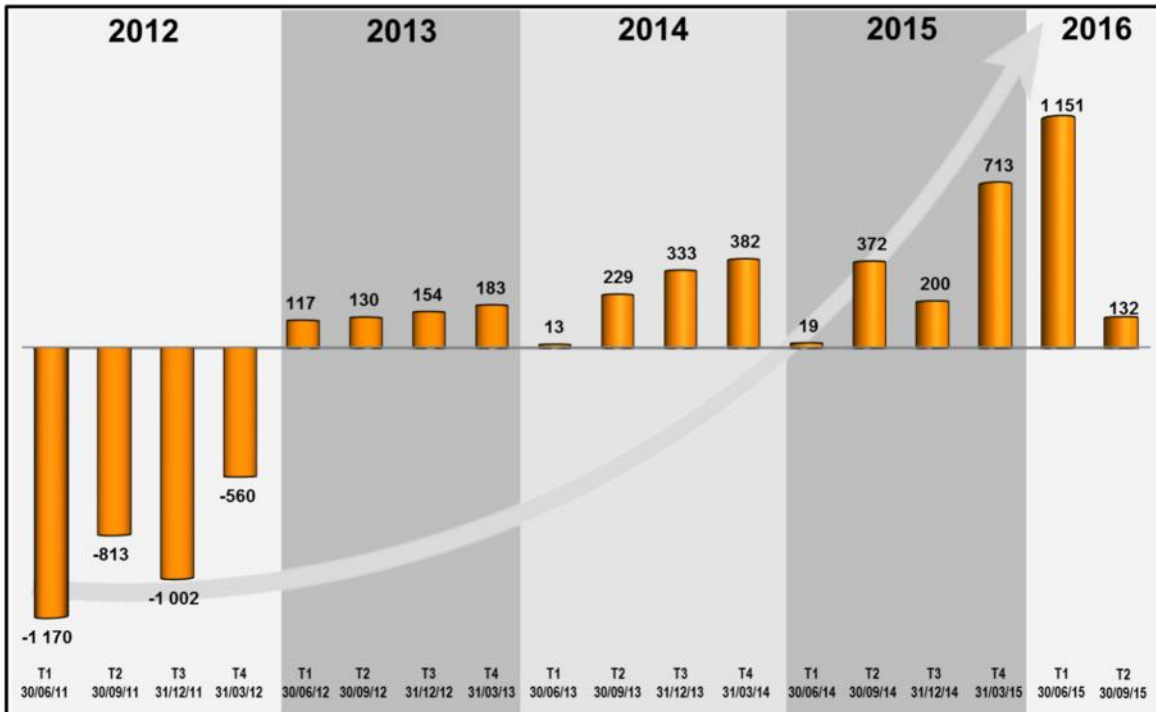
En raison des éléments mentionnés précédemment, la perte nette du deuxième trimestre clos le 30 septembre 2015 s'est élevée à 208 k \$ (perte nette de 0,0013 \$ par action) comparativement à un bénéfice net de 192 k \$ (bénéfice net de 0,0012 \$ par action) en 2014.

Pour les six mois clos le 30 septembre 2015, la perte nette s'est élevée à 178 k \$ (perte nette de 0,0011 \$ par action), en baisse comparativement à la perte nette de 1 013 k \$ (perte nette de 0,0062 \$ par action) en 2014.

10. BAIIA ajusté

Le BAIIA ajusté inclut le bénéfice net (la perte nette) et exclut les éléments sans effet sur la trésorerie, le gain ou la perte de change, les charges financières, les intérêts créditeurs et les impôts sur le résultat. Cette mesure fournit de l'information utile et complémentaire, permettant notamment d'évaluer la rentabilité et les flux monétaires générés par les activités d'exploitation.

Évolution du BAIIA ajusté trimestriel
 Exercices financiers (en milliers de \$ CAD)



Depuis le premier trimestre de l'exercice financier 2013, D-BOX a continué de réaliser un BAIIA ajusté positif qui tend à augmenter depuis ce temps. Ceci est la résultante d'une croissance soutenue des revenus et d'un contrôle serré des charges d'exploitation.

Au deuxième trimestre clos le 30 septembre 2015, D-BOX a réalisé un BAIIA ajusté de 132 k \$ en comparaison avec un BAIIA ajusté de 372 k \$ pour la même période l'an dernier.

Pour les six mois clos le 30 septembre 2015, le BAIIA ajusté a augmenté à 1 283 k \$ comparé à 391 k \$ pour la même période de l'année dernière.

11. Situation de trésorerie et sources de financement

Au 30 septembre 2015, l'actif total s'établissait à 29 526 k \$ comparativement à 24 838 k \$ au 31 mars 2015.

Le fonds de roulement s'établissait à 15 780 k \$ au 30 septembre 2015 contre 11 238 k \$ au 31 mars 2015. La trésorerie et équivalents de trésorerie ont augmenté de 4 825 k \$ à 11 535 k \$ comparativement à 6 710 k \$ au 31 mars 2015 et est expliqué par la dette à long terme émise pendant le

trimestre. Les débiteurs, essentiellement composés de comptes clients, de crédits d'impôts à l'investissement et des taxes à la consommation à recevoir, ont diminué de 1 549 k \$ à 2 753 k \$ au 30 septembre 2015 comparativement à 4 302 k \$ au 31 mars 2015. Les stocks ont augmenté de 844 k \$ passant de 3 903 k \$ au 31 mars 2015 à 4 747 k \$ au 30 septembre 2015. Les stocks ont augmenté pour tenir compte des commandes en cours à la fin du trimestre et de l'inventaire disponible pour les nouveaux produits.

Le passif à court terme a diminué de 45 k \$ à 4 200 k \$ au 30 septembre 2015 comparativement à 4 245 k \$ au 31 mars 2015. Le passif à court terme est composé principalement des créditeurs et charges à payer qui ont diminué de 106 k \$ à 3 680 k \$ comparativement à 3 786 k \$ au 31 mars 2015. Cette baisse des créditeurs et charges à payer provient principalement des frais courus à payer plus élevés pour la rémunération des employés au 31 mars 2015 comparés au 30 septembre 2015.

11.1 Activités d'exploitation

Pour la période de six mois close le 30 septembre 2015, les flux de trésorerie générés par les activités d'exploitation se sont élevés à 943 k \$ comparativement à une utilisation de flux de trésorerie de 805 k \$ pour la même période de l'exercice précédent. Cet écart favorable de 1 748 k \$ est le résultat d'un écart positif de 539 k \$ du bénéfice net excluant les éléments sans effet sur la trésorerie et d'un écart positif dans la variation des éléments du fonds de roulement de 1 209 k \$ provenant principalement de la réduction des comptes débiteurs.

11.2 Activités d'investissement

Pour la période de six mois close le 30 septembre 2015, les flux utilisés par les activités d'investissement se sont élevés à 1 080 k \$ comparativement à 894 k \$ pour la même période correspondante de l'exercice précédent.

Les flux de trésorerie liés aux activités d'investissement comprennent l'acquisition d'immobilisations corporelles qui ont nécessité des investissements de 626 k \$ au cours de la période de six mois comparativement à 300 k \$ l'an dernier et l'augmentation est principalement due aux améliorations locatives des locaux. Il comprend également des investissements dans les actifs incorporels, principalement dans les brevets et les produits développés à l'interne qui exigeaient 454 k \$ par rapport à 633 k \$ pour la période comparable de six mois l'an dernier.

11.3 Activités de financement

Pour la période de six mois clos le 30 septembre 2015, les flux de trésorerie liés aux activités de financement ont généré des liquidités de 4 876 k \$ suite à l'émission d'une dette à long terme.

Le 5 août 2015, la Société a émis un prêt et 4 500 000 bons de souscription en contrepartie d'un montant net de 4 870 k \$, déduction faite des frais de financement au montant 130 k \$. Chaque bon de souscription permet au porteur de souscrire à une action ordinaire de Catégorie A au prix de 0,50 \$ par action pour une période de 48 mois se terminant le 5 août 2019. Le prêt porte intérêt au taux de 7 % ou 10 % selon des conditions particulières et vient entièrement à échéance le 5 février 2020 et peut être remboursé en tout temps par la Société. Le prêt est garanti et contient certaines restrictions dont limiter la Société à contracter des dettes additionnelles, verser des dividendes et faire d'autres distributions. Le prêt est garanti par une hypothèque visant l'universalité des actifs (sauf la propriété intellectuelle) de la Société et de sa filiale.

La dette à long terme est classée dans autres passifs financiers et est évaluée initialement à la juste valeur marchande. Les évaluations subséquentes sont enregistrées au coût après amortissement selon la méthode du taux d'intérêt effectif. Le montant résiduel du produit brut au montant de 527 k \$ est attribuée aux bons de souscription. Les frais de financement liés à la dette à long terme sont capitalisés en réduction de la dette à long terme et amortis selon la méthode du taux d'intérêt effectif. Les frais de financement liés aux bons de souscription sont capitalisés en réduction des capitaux propres

Le 30 septembre, 2015, le taux d'intérêt effectif de la dette à long terme était de 10,7 % et la Société était en conformité avec toutes les clauses restrictives.

Au cours du trimestre et de la période de six mois clos le 30 septembre 2015, les intérêts débiteurs sur la dette à long terme imputés aux résultats se sont élevés à 73 k \$, comprenant un montant de 19 k \$ comptabilisé à titre de charge de désactualisation.

11.4 Capitaux propres

Les capitaux propres se chiffraient à 20 965 k \$ au 30 septembre 2015 comparativement à des capitaux propres de 20 593 k \$ au 31 mars 2015. Cette hausse de 372 k \$ au cours de la période de six mois provient essentiellement de la réserve de 527 k \$ pour les bons de souscription moins la perte nette.

12. Information trimestrielle

Les résultats d'exploitation pour chacun des huit derniers trimestres sont présentés dans le tableau suivant.

	2016		2015				2014	
	T2	T1	T4	T3	T2	T1	T4	T3
Revenus provenant du marché du divertissement								
Salles de cinéma :								
- Vente de systèmes	2 208	2 564	4 418	2 150	1 880	1 878	2 120	1 499
- Droits d'utilisation, location et maintenance	1 193	2 276	658	991	1 238	1 143	815	1 081
	3 401	4 840	5 076	3 141	3 118	3 021	2 935	2 580
Vente de systèmes pour le divertissement à domicile	233	332	254	309	238	223	266	182
Total des revenus du marché du divertissement	3 634	5 172	5 330	3 450	3 356	3 244	3 201	2 762
Revenus provenant du marché industriel	1 387	2 016	1 350	1 544	998	1 316	1 779	1 857
REVENUS TOTAUX	5 021	7 188	6 680	4 994	4 354	4 560	4 980	4 619
BAIIA ajusté*	132	1 151	713	200	372	19	382	333
Bénéfice net (perte nette)	(208)	30	850	(315)	192	(1 205)	(43)	(352)
Bénéfice net (perte nette) de base et diluée par action	(0,001)	0,000	0,005	(0,002)	0,001	(0,007)	(0,001)	(0,002)
Nombre moyen pondéré d'actions ordinaires en circulation	163 791 129	163 784 462	163 784 462	163 784 462	163 783 665	163 781 129	163 781 129	163 781 129

* Se référer à la rubrique « Mesures non conformes aux IFRS » à la page 7.

La variation des revenus au cours des huit derniers trimestres provient entre autres de la croissance plus ou moins accentuée d'un trimestre à l'autre pour le marché du divertissement et du marché industriel. Plus particulièrement pour le marché du divertissement, les revenus fluctuent surtout à cause de la performance des films présentés.

13. Engagements contractuels

La Société loue des locaux et des équipements conformément à des contrats de location-exploitation et s'est engagée à long terme pour l'achat de services. Les paiements minimaux pour les années futures sont les suivants :

	Baux	Autres engagements
Douze prochains mois	233	16
Quatre années suivantes	733	—
Plus de cinq ans	225	—
	1 191	16

Les dépenses liées aux contrats de location-exploitation de la Société s'établissaient à 244 k \$ pour le deuxième trimestre clos le 30 septembre 2015 (161 k \$ en 2014) et sont garanties aux bailleurs par l'universalité des biens meubles et effets mobiliers, tant présents que futurs.

14. Capital social entièrement dilué (9 novembre 2015)

	Actions ordinaires de Catégorie A
Actions ordinaires de catégorie A en circulation	163 817 795
Instruments convertibles	
Options d'achat d'actions en circulation	15 169 345
Bons de souscription	4 500 000
	183 487 140

15. Risques et incertitudes

Nous sommes engagés dans une industrie comportant divers risques et incertitudes. Les risques et les incertitudes sont décrits dans la Notice annuelle datée du 18 juin 2015 disponible sur SEDAR au www.sedar.com

16. Contrôles de communication de l'information et contrôle interne à l'égard de l'information financière

Le contrôle interne à l'égard de l'information financière a pour objectif de fournir une assurance raisonnable quant à la fiabilité de l'information financière de la Société et à la préparation des états financiers consolidés selon les IFRS.

Au cours du trimestre clos le 30 septembre 2015, aucune modification touchant le contrôle interne à l'égard de l'information financière qui a eu ou est susceptible d'avoir une incidence importante sur ce contrôle n'a été apportée à l'attention de la direction de la Société.

17. Information additionnelle et continue

Ce rapport de gestion a été préparé en date du 9 novembre 2015. Des renseignements supplémentaires sont disponibles sur SEDAR au www.sedar.com

D-BOX^{MD}, D-BOX Motion Code^{MD}, LIVE THE ACTION^{MD}, ARCHITECTE DU MOUVEMENT^{MD} et MOVE THE WORLD^{MD} sont des marques de commerce de Technologies D-BOX inc. Les autres noms sont uniquement publiés à titre indicatif et peuvent représenter des marques de commerce de leurs propriétaires respectifs.