

## Immunotec présente ses résultats de fin d'exercice 2015

- Pour l'exercice 2015, les produits et le résultat net ont atteint des records : les produits ont augmenté de 4,9 % pour s'établir à 84,8 M\$, et le bénéfice net a été de 4,0 M\$ ou 0,06 \$ par action
- Les ventes du réseau américain ont crû de 21,3 % en monnaie locale au T4 2015
- Au T4, le BAIIA ajusté<sup>1</sup> s'est chiffré à 2,1 M\$, ou 8,4 % des produits
- Le bilan est solide et affiche une trésorerie de plus de 10 M\$

VAUDREUIL-DORION (Québec), le 29 janvier 2016<sup>2</sup> – Immunotec Inc. (TSXV: IMM), une société de vente directe et un chef de file dans le secteur de la nutrition (la « Société » ou « Immunotec »), présente ses résultats financiers consolidés pour le quatrième trimestre et l'exercice 2015. Sauf indication contraire, tous les montants indiqués dans le présent communiqué sont en dollars canadiens.

« Nous avons terminé 2015 avec notre meilleur trimestre à vie, tant sur le plan des produits et du BAIIA ajusté que du bénéfice net. L'année a été marquée par nos solides progrès sur le marché américain, où nous continuons d'ailleurs à accroître nos capacités », rapporte Charles L. Orr, chef de la direction d'Immunotec.

« Étant donné les produits enregistrés au quatrième trimestre, la Société est est sur une trajectoire pour atteindre 100 M\$ en produits annuels. Avoir une présence étendue est une composante essentielle de notre modèle d'affaires et, selon un récent sondage de l'industrie, nous sommes la 97<sup>e</sup> entreprise de vente directe au monde. »

« En octobre 2014, la direction a pris une décision prudente : celle d'ajouter une taxe sur la valeur ajoutée des ventes de produits au Mexique. Comme prévu, cette décision a eu un impact sur nos ventes à court terme, mais elles se sont redressées graduellement durant le deuxième semestre de 2015. »

« Aux États-Unis, l'augmentation de nos ventes confirme la durabilité de notre modèle d'affaires dans une économie croissante et un contexte de faible taux de chômage. L'attrait de nos produits et le besoin de revenu supplémentaire favorisent l'expansion de notre réseau aux États-Unis. »

« Nous continuons à investir dans des programmes d'essais et d'études cliniques qui sous-tendent notre plateforme en matière de santé, de bien-

<sup>1</sup> Voir la section *Mesures non conformes aux PCGR*.

<sup>2</sup> Version anglaise diffusée le 28 janvier 2016

être et de performance. Nous entamons l'exercice 2016 avec beaucoup de confiance, appuyés par un solide bilan », conclut M. Orr.

## PRINCIPAUX RÉSULTATS

Pour le trimestre et l'exercice clos le 31 octobre 2015, les produits ont atteint 24,8 M\$ et 84,8 M\$, comparativement à 23,3 M\$ et 80,8 M\$ pour les périodes correspondantes de l'exercice précédent. Il s'agit d'une hausse de 1,5 M\$ ou 6,4 % pour le trimestre, et de 4,0 M\$ ou 4,9 % pour l'exercice, attribuable à l'appréciation du dollar américain et à l'augmentation des ventes du réseau américain.

Aux États-Unis, la croissance des ventes du réseau découle d'un parrainage<sup>1</sup> accru de nouveaux consultants et clients. Pour les périodes de trois mois et de douze mois closes le 31 octobre 2015, le nombre de nouveaux consultants indépendants et de clients aux États-Unis a augmenté de 49,9 % et de 36,7 % par rapport aux mêmes périodes de l'année précédente, preuve que la Société a un attrait constant partout au pays.

Au Mexique, le parrainage a baissé de 5,1 % et de 13,2 % par rapport aux mêmes périodes de l'année précédente, résultat qui s'explique surtout par la taxe sur la valeur ajoutée (TVA) de 16 % que la Société a commencé à appliquer sur les ventes de ses produits au Mexique le 1<sup>er</sup> octobre 2014. La direction continue de collaborer étroitement avec ses responsables de terrain au Mexique afin de stimuler sa stratégie de croissance.

Au Canada, le nombre de nouveaux clients et de consultants indépendants a augmenté de 6,8 % pour le trimestre et de 7,7 % pour l'exercice, comparativement aux mêmes périodes l'an dernier. La hausse est venue à la fois des provinces de l'Ouest et de l'Est du pays.

<b>Produits et parrainage<sup>1</sup></b>						
<b>Pour les périodes closes les 31 octobre</b>	<b>Trois mois</b>			<b>Douze mois</b>		
	<b>2015</b>	<b>2014</b>	<b>Variation</b>	<b>2015</b>	<b>2014</b>	<b>Variation</b>
<i>(en milliers de dollars canadiens)</i>						
Ventes du réseau	22 707	21 590	5,2 %	77 320	74 554	3,7 %
Autres produits	2 097	1 720	21,9 %	7 438	6 236	19,3 %
	24 804	23 310	6,4 %	84 758	80 790	4,9 %
<b>Ventes du réseau dans les principaux marchés en monnaie locale</b>	<b>2015</b>	<b>2014</b>	<b>Variation</b>	<b>2015</b>	<b>2014</b>	<b>Variation</b>
Mexique <i>(en milliers de pesos mexicains)</i>	152 738	162 563	-6,0 %	503 666	540 385	-6,8 %
États-Unis <i>(en milliers de dollars américains)</i>	5 778	4 762	21,3 %	20 049	16 136	24,3 %
Canada <i>(en milliers de dollars canadiens)</i>	2 936	3 101	-5,3 %	11 312	11 784	-4,0 %
<b>Parrainage<sup>1</sup> de nouveaux clients et consultants dans les principaux marchés (nombre de personnes)</b>	<b>2015</b>	<b>2014</b>	<b>Variation</b>	<b>2015</b>	<b>2014</b>	<b>Variation</b>
Mexique	17 432	18 368	-5,1 %	55 515	63 982	-13,2 %
États-Unis	6 137	4 093	49,9 %	18 747	13 712	36,7 %
Canada	1 691	1 583	6,8 %	6 291	5 839	7,7 %
	25 260	24 044	5,1 %	80 553	83 533	-3,6 %

<sup>1</sup> Voir la section Mesures non conformes aux PCGR.

Pour le trimestre et l'exercice clos le 31 octobre 2015, le BAIIA ajusté<sup>1</sup> s'est établi à 2,1 M\$ ou 8,4 % des produits et à 6,1 M\$ ou 7,2 % des produits, comparativement à 1,2 M\$ ou 5 % et à 5,0 M\$ ou 6,2 % pour les mêmes périodes de l'année précédente.

La Société a enregistré un bénéfice net de 1,7 M\$ et de 4,0 M\$ pour trimestre et l'exercice, comparativement à un bénéfice net de 0,05 M\$ et une perte nette de 2,7 M\$ pour les périodes correspondantes de l'exercice précédent. Le résultat de base et dilué par action ordinaire pour le trimestre et l'exercice s'est chiffré à 0,02 \$ et à 0,06 \$, comparativement à 0,00 \$ et à (0,04) \$ pour les périodes correspondantes de l'exercice précédent.

## FAITS SAILLANTS

- ✚ Novembre 2014 – Immunotec et l'Institut de recherches cliniques de Montréal (« IRCM ») ont annoncé des résultats cliniques révélant de façon statistiquement significative qu'ImmunocalMD conférait des bienfaits pour la performance correspondant à une amélioration d'environ 10 % de la force musculaire, ce qui est très important pour favoriser une vieillesse en santé, puisque le processus de vieillissement est généralement associé à une diminution de la force musculaire pouvant contribuer à l'invalidité des personnes âgées et réduire leur qualité de vie.
- ✚ Février et mars 2015 – Immunotec a tenu trois congrès au cours desquels elle a lancé deux nouveaux produits, à savoir « Wholistics » qui vise à répondre à la demande de produits de soins pour la peau sur le marché mexicain et « Contralenta » qui cible les marchés canadien et américain de la régénération du cartilage et de la santé des articulations.
- ✚ Avril 2015 – Immunotec s'est classée au 97e rang du sixième palmarès annuel des 100 entreprises les plus importantes du magazine Direct Selling News (« DSN »). Cette liste est une compilation exclusive des entreprises générant le plus de revenus à l'échelle mondiale dans le secteur de la vente directe.
- ✚ Mai 2015 – Immunotec a annoncé que Santé Canada l'avait autorisée à faire une nouvelle allégation santé propre à Immunocal portant sur la capacité de ce produit de contribuer à augmenter la force musculaire et d'améliorer la performance lorsqu'il est associé à un programme d'exercices réguliers.
- ✚ Mai 2015 – Immunotec a accueilli le Dr Ronald Prussick, M.D., FRCPC à titre de membre du Conseil consultatif scientifique d'Immunotec. Le Dr Prussick occupe actuellement le poste de directeur médical du Washington Dermatology Center et est professeur adjoint de clinique à l'Université George Washington, dans l'État de Washington. Il travaillera de concert avec le comité de développement de produits d'Immunotec (« CDP ») et jouera un rôle clé dans le développement d'une nouvelle gamme de produits de soins de la peau entièrement naturels.

- ✦ Juillet 2015 – Immunotec a annoncé qu'elle avait obtenu du financement supplémentaire d'un montant total de 2,8 M\$ qui lui permettra de soutenir sa croissance, les activités de ses filiales au Mexique et la modernisation de ses installations de fabrication au Canada.
- ✦ Juillet 2015 – Immunotec a annoncé qu'elle avait conclu avec deux administrations fiscales, à savoir le bureau du procureur responsable de la défense des contribuables (Procuraduria de la Defensa del Contribuyente, ou « PRODECON ») et celui du service d'administration fiscale du Mexique (Servicio Administración Tributaria, ou « SAT »), une entente définitive (l'« entente ») visant les importations au Mexique de la filiale mexicaine de la société.

### À propos d'Immunotec Inc.

Immunotec est une société canadienne qui développe, fabrique et commercialise des produits nutritionnels appuyés par des recherches et offerts aux consommateurs par l'intermédiaire de canaux de vente directe au Canada, aux États-Unis, au Mexique, en République dominicaine, au Royaume-Uni et en Irlande. La Société offre une gamme complète de produits de nutrition, de soins de la peau et de bien-être axés sur la santé, la gestion du poids, l'énergie et la performance.

Consultez le [www.immunotec.com](http://www.immunotec.com) pour en savoir plus.

La Société dépose ses documents d'information continue, y compris ses résultats de fin d'exercice, dans la base de données SEDAR, au [www.sedar.com](http://www.sedar.com), et sur son site Web, au [www.immunotec.com](http://www.immunotec.com). Les actions ordinaires de la Société sont cotées à la Bourse de croissance TSX sous le symbole « IMM ». La Bourse de croissance TSX et son fournisseur de services de réglementation (au sens attribué à ce terme dans les politiques de la Bourse de croissance TSX) n'assument aucune responsabilité quant à la pertinence ou à l'exactitude du présent communiqué.

### Renseignements

Veuillez communiquer avec Patrick Montpetit, CPA, CA, CF, vice-président et chef de la direction financière, Immunotec Inc., au (450) 510-4527.

*MISE EN GARDE CONCERNANT LES ÉNONCÉS PROSPECTIFS : Le présent communiqué contient des énoncés prospectifs assujettis à de nombreux risques et incertitudes, connus et inconnus. Pour en savoir plus sur les risques et incertitudes connus et sur les autres facteurs importants qui pourraient faire en sorte que les résultats réels diffèrent considérablement de ceux attendus, veuillez vous reporter à la section pertinente des plus récents rapport de gestion, notice annuelle et prospectus simplifié provisoire d'Immunotec, que vous trouverez au [www.sedar.com](http://www.sedar.com). Par conséquent, les résultats réels peuvent différer grandement de ceux contenus dans les énoncés prospectifs.*

*MESURES NON CONFORMES AUX PCGR : Le présent communiqué contient des mesures qui n'ont pas de définition normalisée aux termes des Normes internationales d'information financière (IFRS). Nous utilisons le bénéfice avant intérêts, impôts et amortissements (BAIIA) parce qu'il permet à la direction d'évaluer le rendement opérationnel de la Société. Puisque le BAIIA n'est pas défini par les IFRS, il est difficile de le comparer aux mesures semblables utilisées par d'autres entreprises. Le BAIIA ne doit pas servir de substitut au résultat net de la Société comme mesure de rendement, ni servir de mesure exclusive*

des flux de trésorerie. Il n'est pas représentatif des fonds disponibles pour le remboursement de la dette, le versement de dividendes ou le réinvestissement, ou pour d'autres fins discrétionnaires. Il ne doit pas être considéré isolément ni comme substitut aux autres mesures financières conformes aux IFRS. La Société utilise des mesures non conformes aux PCGR parce qu'elles donnent des renseignements supplémentaires sur le rendement de ses activités commerciales. Bien que ces mesures soient fréquemment utilisées dans le monde des affaires aux fins d'analyse et de comparaison du rendement des sociétés, la définition que leur donne la Société peut différer de celle des autres entreprises.

### **BAIIA ajusté et parrainage**

- Le BAIIA ajusté correspond au BAIIA défini ci-dessus, déduction faite des éléments jugés extraordinaires par la direction, donc non représentatifs du rendement. La direction est d'avis que cette mesure est nécessaire pour isoler les activités commerciales des éléments qui, selon elle, méritent d'être évalués séparément. L'amélioration constante du BAIIA ajusté est l'un des principaux objectifs de la direction.

<b>Analyse du BAIIA ajusté<sup>1</sup></b>				
<b>Pour les périodes closes les 31 octobre</b> <i>(en milliers de dollars canadiens)</i>	<b>Trois mois</b>		<b>Douze mois</b>	
	<b>2015</b>	<b>2014</b>	<b>2015</b>	<b>2014</b>
<b>Résultat net</b>	1 715	48	4 042	(2 692)
<b>Ajouter (déduire)</b>				
Dotation aux amortissements et pertes de valeur	177	262	668	940
Charges financières nettes (produits financiers nets)	(58)	(55)	137	539
Autres charges	30	725	197	5 270
Impôt sur le résultat	215	191	1 035	961
<b>BAIIA ajusté</b>	<b>2 079</b>	<b>1 171</b>	<b>6 079</b>	<b>5 018</b>
<b>En pourcentage des produits</b>	<b>8,4 %</b>	<b>5,0 %</b>	<b>7,2 %</b>	<b>6,2 %</b>

- Le parrainage désigne les activités menées par un consultant indépendant qui parraine de nouveaux consultants et clients. Un consultant parrainé peut parrainer d'autres consultants ou clients, et ainsi de suite. C'est ce qu'on appelle l'« organisation » ou la « lignée en aval ». Les consultants sont rémunérés en fonction des ventes générées par leur organisation, selon leurs compétences et leur rang. Les consultants indépendants performants sont responsables de la formation, du soutien et de la communication au sein de leur lignée en aval.