



Pour diffusion immédiate

## **MARCHÉ GOODFOOD ANNONCE UNE CROISSANCE DES REVENUS DE 607% D'UNE ANNÉE À L'AUTRE**

- Le nombre d'abonnés actifs a augmenté à 31 000 en date du 31 août 2017, soit une hausse nette de 8 000 ou 35 % comparativement au 31 mai 2017
- Les ventes de marchandises brutes s'élevaient à 23,1 millions \$ pour l'exercice financier 2017 et à 8,7 millions \$ pour le quatrième trimestre comparativement à 3,2 millions \$ et 1,1 million \$ respectivement pour les périodes correspondantes de 2016
- La marge brute ajustée a atteint 29,8 % pour l'exercice financier 2017 et 25,5 % pour le quatrième trimestre comparativement à 21,9 % et 24,5 % respectivement pour les périodes correspondantes de 2016
- Transition réussie vers une nouvelle installation de production et de distribution à Montréal, d'une capacité cinq fois plus grande, afin de soutenir la croissance rapide du nombre d'abonnés.
- Signature d'un bail pour une installation de production située dans l'Ouest canadien, donnant accès à un marché de 11 millions de consommateurs potentiels additionnels, soit une augmentation de 45% du marché exploitable
- Amélioration continue l'expérience client avec des nouveaux choix de repas et de recettes, une meilleure disponibilité des services et plus de flexibilité pour la livraison

**Montréal (Québec), 29 novembre 2017** – Marché Goodfood Corp. (« Marché Goodfood » ou « la Société ») (TSX : FOOD), un chef de file dans l'industrie canadienne des paniers de repas, a annoncé aujourd'hui de solides résultats financiers pour le quatrième trimestre ainsi que pour l'exercice financier clos le 31 août 2017.

Le nombre d'abonnés actifs a atteint 31 000 en date du 31 août 2017, en hausse par rapport à 3 000 au 31 août 2016. Marché Goodfood a ajouté 8 000 nouveaux abonnés au cours du trimestre, ce qui représente une augmentation de 35 % depuis la fin du troisième trimestre de 2017.

« Nous avons poursuivi notre forte progression durant le quatrième trimestre, un trimestre qui est généralement lent, terminant ainsi un exercice financier extraordinaire pour Marché Goodfood », a dit Jonathan Ferrari, chef de la direction de Marché Goodfood. « Marché Goodfood a été choisie à titre de meilleur service de paniers de repas par le magazine Toronto Life, ce qui prouve que de plus en plus de Canadiens se tournent vers Marché Goodfood pour des repas sains et faciles. »

« L'importante croissance du nombre de nos abonnés actifs, de nos revenus et de notre marge brute, combinée à notre excellente position financière, offre des bases solides pour continuer d'accroître nos activités et élargir notre présence géographique. En septembre dernier, nous avons quintuplé avec succès la superficie de notre installation de production et de distribution à Montréal afin de soutenir la croissance rapide du nombre de nos abonnés. Nous prévoyons lancer notre plateforme nationale dans la première moitié de l'année civile 2018 avec l'ajout d'une installation dans l'ouest du Canada », a ajouté Jonathan Ferrari.

### Faits saillants financiers

(Vérifiés, sauf pour les mesures financières non conformes aux IFRS; tous les montants sont exprimés en dollars canadiens.)

<i>Pour la période de trois mois et l'exercice financier clos le 31 août 2017 et 2016</i>						
	T4 2017	T4 2016	Différence	EF 2017	EF 2016	Différence
Revenu <i>Croissance %</i>	7 488 379	995 984	6 492 395 652 %	19 796 240	2 801 660	16 994 580 607 %
<i>Bénéfice brut</i> <i>Marge brute (%)</i>	1 004 266 13,4 %	128 643 12,9 %	875 623 0,5 point	3 589 737 18,1 %	267 240 9,5 %	3 322 497 8,6 points
Ventes de marchandises brutes <sup>1</sup>	8 709 128	1 148 058	7 561 070	23 081 362	3 244 020	19 837 342
Bénéfice net ajusté	2 225 015	280 717	1 944 298	6 874 859	709 600	6 165 259
<i>Marge brute ajustée<sup>1</sup></i>	25,5 %	24,5 %	1,0 point	29,8 %	21,9 %	7,9 points
Perte nette	(3 770 110)	(366 520)	(3 403 590)	(9 866 047)	(1 239 171)	(8 626 876)
Perte nette ajustée <sup>1</sup>	(2 312 279)	(325 235)	(1 987 044)	(3 802 693)	(893 977)	(2 908 716)

<sup>1</sup> Consulter la section des mesures non conformes aux normes internationales d'information financière (IFRS) ci-dessous.

#### *Revenus et ventes de marchandises brutes*

Les revenus pour le quatrième trimestre ont augmenté de 652 %, atteignant 7,5 millions \$ comparativement à 1,0 million \$ pour la même période pour l'exercice 2016, et ont augmenté de 16,5 % comparativement à 6,4 millions pour le troisième trimestre.

Les ventes de marchandises brutes pour le quatrième trimestre, qui reflètent la valeur totale au détail de la marchandise vendue par Marché Goodfood avant de tenir compte des incitatifs et crédits, ont totalisé 8,7 millions \$ comparativement à 1,1 million \$ pour la période correspondante de l'exercice 2016 et 7,5 millions \$ pour le troisième trimestre.

Les revenus pour l'exercice financier 2017 ont augmenté de 607 %, atteignant 19,8 millions \$ comparativement à 2,8 millions \$ pour l'exercice 2016. Cette hausse des revenus pour le quatrième trimestre et pour l'exercice financier 2017 comparativement aux périodes correspondantes de l'exercice 2016 est principalement due à une croissance substantielle du nombre d'abonnés actifs.

Les ventes de marchandises brutes pour l'exercice financier 2017 ont atteint 23,1 millions \$ comparativement à 3,2 millions \$ pour l'exercice 2016. Les ventes de marchandises brutes annualisées s'élevaient à 36,2 millions \$ à la fin du quatrième trimestre de 2017.

#### *Marge brute et marge brute ajustée*

La marge brute a légèrement augmenté à 13,4 % pour le quatrième trimestre comparativement à 12,9 % pour la période correspondante de 2016. La marge brute pour le quatrième trimestre a diminué lorsque comparée à la période de neuf mois se terminant le 31 mai 2017 en raison de contraintes de capacité dans notre ancienne installation de Montréal et de nos efforts continus pour augmenter nos activités en vue du premier trimestre de 2018 qui démarre durant la haute saison. La marge brute ajustée pour le trimestre était de 25,5 %, en hausse comparativement à 24,5 % pour la période correspondante de 2016.

La marge brute pour l'exercice financier 2017 a pratiquement doublé, atteignant 18,1 % comparativement à 9,5 % pour l'exercice 2016, alors que Marché Goodfood profitait d'économies d'échelle qui ont entraîné des économies importantes relativement aux coûts unitaires d'emballage, d'expédition et de nourriture. La marge brute ajustée pour l'exercice financier 2017 a atteint 29,8 %, en hausse comparativement à 21,9 % pour l'exercice 2016.

#### *Perte nette ajustée et perte nette ajustée par action*

La perte nette ajustée pour le quatrième trimestre était de 2,3 millions \$ ou 0,05 \$ par action (de base et dilué) comparativement à une perte nette ajustée de 0,3 million \$ ou 0,01 \$ par action (de base et dilué) pour la période correspondante de 2016. L'augmentation de la perte nette ajustée était principalement due à des investissements prévus dans les dépenses administratives pour soutenir la croissance d'abonnés et à une augmentation du budget de marketing. La perte nette ajustée exclut les frais de l'acquisition inversée de 1,5 million \$ pour le quatrième trimestre 2017 et la perte sur la réévaluation des titres convertibles de 41,000 \$ pour le quatrième trimestre 2016.

La perte nette ajustée pour l'exercice financier 2017 était de 3,8 millions \$ ou 0,12 \$ par action (de base et dilué) comparativement à une perte nette ajustée de 0,9 million \$ ou 0,04 \$ par action (de base et dilué) pour l'exercice 2016. L'augmentation de la perte nette ajustée était principalement due à des investissements prévus dans les dépenses administratives pour soutenir la croissance d'abonnés et à une augmentation du budget de marketing. La perte nette ajustée exclut la perte sur la réévaluation des titres convertibles de 4,3 millions \$ et les frais de l'acquisition inversée de 1,8 million \$ pour l'exercice financier 2017 et la perte sur la réévaluation des titres convertibles de 0,3 million \$ pour l'exercice 2016.

## **Événements subséquents**

### *Nouvelle installation de production et de distribution à Montréal*

En septembre 2017, Marché Goodfood a relocalisé ses activités de production et de distribution dans une toute nouvelle installation stratégiquement située dans la région du Grand Montréal afin de répondre à la demande sans cesse croissante. La nouvelle installation augmente de façon importante la capacité de production de la Société de 16 000 à 83 000 pieds carrés avec la possibilité d'atteindre 155 000 pieds carrés. L'augmentation de la capacité comprend une plus grande automatisation, ce qui devrait avoir un impact positif sur les marges brutes.

### *Bail pour une installation de production dans l'Ouest canadien*

Le 10 novembre 2017, la Société a signé un bail pour une installation de production de 43 000 pieds carrés située dans l'Ouest canadien. Ce bail est classé comme un contrat de location-exploitation avec un engagement total d'environ 4 500 000 \$ sur la durée initiale du bail de sept ans. La direction prévoit de commencer les activités dans l'installation de production de l'Ouest canadien durant la première moitié de l'année civile 2018.

### *Financement de la dette*

En septembre 2017, la Société a obtenu un engagement de la part d'une banque à charte canadienne pour un prêt à terme de cinq ans pour un montant de 2 500 000 \$, une ligne de crédit renouvelable de 500 000 \$ et 300 000 \$ de financement à court terme. En octobre 2017, le prêt à terme a été versé. Le produit du prêt à terme a été utilisé pour refinancer la dette à long terme de la Société, financer des dépenses en immobilisations et aux fins générales de l'entreprise.

## **Perspective**

L'industrie du service d'abonnement aux paniers de repas est devenue l'un des secteurs affichant la plus forte croissance dans le monde et elle demeure relativement récente au Canada. Par conséquent, Goodfood est d'avis qu'il existe d'importantes occasions d'accroître rapidement sa base d'abonnés en continuant d'investir dans des campagnes de marketing très ciblées, dans l'élargissement des capacités et dans l'établissement d'une plateforme nationale. À mesure que la Société augmente sa base d'abonnés, nous avons confiance qu'elle pourra réaliser d'autres économies d'échelle et réduire les dépenses en marketing exprimées en pourcentage des revenus qui viendront contribuer à l'amélioration de la rentabilité. De plus, avec l'ouverture attendue d'une installation de production pour l'Ouest canadien au cours de la première moitié de l'année 2018, la direction s'attend à ce que la Société augmente sa base d'abonnés et commence à servir des clients situés dans l'Ouest canadien au cours de l'exercice financier 2018.

**Téléconférence sur les résultats du quatrième trimestre de l'exercice financier 2017 :**

Quand : 29 novembre 2017 à 10 h HNE  
Numéro à composer : 647-788-4922 ou 877-225-9706

Rediffusion de la téléconférence (offerte jusqu'au 14 décembre 2017)  
416-621-4642 ou 1-800-585-8367

Pour avoir accès à la diffusion sur le Web et à la présentation, cliquez sur ce lien :  
<http://www.gowebcasting.com/9071>.

Le code de la téléconférence est 3 695 899.

Une version complète de l'analyse de la direction (rapport de gestion) sur les résultats de l'exercice financier 2017 de la Société et des états financiers consolidés annuels vérifiés pour l'exercice clos le 31 août 2017 sera publiée au <http://www.sedar.com> plus tard aujourd'hui.

## Mesures financières non conformes aux IFRS

---

Certaines mesures mentionnées dans ce communiqué de presse n'ont pas de définition normalisée en vertu des IFRS et, par conséquent, ne peuvent pas être comparées à des mesures similaires présentées par d'autres sociétés cotées en bourse. La Société présente ces mesures, car elle croit que certains investisseurs s'en servent pour mesurer le rendement financier. Pour une description plus exhaustive de ces mesures et une réconciliation des mesures financières non conformes aux IFRS de Goodfood aux résultats financiers, veuillez consulter l'analyse de la direction (rapport de gestion) pour l'exercice clos le 31 août 2017.

La définition des mesures financières non conformes aux IFRS de Goodfood est comme suit :

- Un abonné actif est un abonné qui recevra une livraison ou qui a décidé de suspendre la livraison pour le prochain cycle de livraison hebdomadaire.
- Les ventes de marchandises brutes mesurent la valeur totale des ventes au détail de toutes les marchandises vendues par la Société avant de tenir compte des crédits et incitatifs.
- Les ventes de marchandises brutes annualisées sont calculées en multipliant par treize les ventes de marchandises brutes pour la période de quatre semaines terminant le trimestre financier. La direction estime que les ventes de marchandises brutes annualisées sont une mesure de rendement financier utile, car elles reflètent les ventes de marchandises brutes annualisées pour le nombre actuel d'abonnés actifs de la Société.
- Le bénéfice brut ajusté est calculé en soustrayant le coût des marchandises vendues des ventes de marchandises brutes.
- La marge brute ajustée est calculée en divisant le bénéfice brut ajusté par les ventes de marchandises brutes.
- La perte nette ajustée est définie comme étant la perte nette ajustée pour les éléments que la direction estime ne pas nécessairement découler des activités normales quotidiennes de la Société afin de mieux analyser les tendances en matière de résultats financiers et de rendement. Ces rectifications permettent de dresser une représentation économique plus fidèle des activités sous-jacentes sur une base comparative.

### À propos de Marché Goodfood

Marché Goodfood est le chef de file canadien dans le domaine des repas prêts à cuisiner. L'entreprise livre chaque semaine à ses abonnés tous les ingrédients frais nécessaires à la préparation de délicieux repas. L'objectif de l'entreprise est de simplifier la préparation cuisine, en laissant aux utilisateurs tout le plaisir : cuisiner, partager avec les amis et la famille et savourer. Les abonnés sélectionnent en ligne leurs recettes favorites parmi un grand choix de repas originaux. L'entreprise prépare ensuite un panier d'ingrédients frais personnalisé et effectue la livraison chez l'abonné. Les recettes sont faciles à suivre et présentées étape par étape. Le siège social de l'entreprise est situé à Montréal au Canada. En date du 31 août 2017, Marché Goodfood comptait 31 000 abonnés. [www.marchegoodfood.ca](http://www.marchegoodfood.ca)

Sauf indication contraire, tous les montants indiqués dans ce communiqué sont exprimés en dollars canadiens.

### Pour plus d'information :

Neil Cuggy, chef de l'exploitation et chef de la direction financière

1 855 515-5191

[IR@makegoodfood.ca](mailto:IR@makegoodfood.ca)

## Informations prospectives

---

Ce communiqué de presse contient des « informations prospectives » au sens attribué à ce terme par les lois sur les valeurs mobilières canadiennes applicables. De telles informations prospectives peuvent inclure, mais ne se limitent pas à, des informations concernant nos objectifs et les stratégies pour atteindre ces objectifs ainsi que des informations relativement à nos opinions, plans, attentes, anticipations, estimations et intentions. Ces informations prospectives se reconnaissent à l'utilisation de termes et d'expressions comme « peut », « devrait », « pourrait », « s'attend à », « a l'intention de », « estime », « anticipe », « planifie », « envisage », « croit » ou « continue », à l'utilisation de la forme négative de ces termes et expressions et à l'utilisation de toute autre terminologie semblable, dont des références à des hypothèses, bien que ce ne soient pas toutes les informations prospectives qui utilisent ces termes et ces expressions. Les informations prospectives sont fournies dans le but d'aider le lecteur à comprendre la Société et ses activités, opérations, possibilités et risques à un temps donné dans un contexte de développements historique et possiblement futur et, par conséquent, le lecteur est mis en garde que de telles informations peuvent ne pas être appropriées à d'autres fins. Les informations prospectives sont fondées sur un nombre d'hypothèses et comportent un certain nombre de risques et d'incertitudes, plusieurs étant hors de notre contrôle, ce qui pourrait faire en sorte que les résultats réels diffèrent de façon importante de ceux exprimés de manière explicite ou implicite dans ces informations prospectives. Ces risques et incertitudes comprennent, mais ne se limitent pas, aux facteurs de risques suivants qui sont examinés plus en détail dans la section intitulée « Facteurs de risque » du formulaire d'information annuel de la Société pour l'exercice financier clos le 31 août 2017 disponible sur SEDAR au [www.sedar.com](http://www.sedar.com) : des antécédents d'exploitation limités, des flux de trésorerie négatifs, l'industrie alimentaire, des préoccupations en matière de santé et de contrôle de qualité, la conformité réglementaire, la réglementation de l'industrie, des enjeux de sécurité publique, le rappel de produits, des dommages à la réputation de Goodfood, des interruptions de transport, la responsabilité relativement aux produits, la propriété et la protection de la propriété intellectuelle, l'évolution de l'industrie, la dépendance à une seule installation, les activités de syndicalisation, la dépendance à l'égard de la direction, des facteurs qui pourraient prévenir l'atteinte des cibles de croissance, la concurrence, la disponibilité et la qualité des matières premières, un nombre limité de produits, des règlements environnementaux et en matière de santé et sécurité des employés, des brèches de sécurité et des interruptions en ligne, la dépendance à des centres de données, la conformité aux licences de logiciels libres, les besoins futurs en capitaux, les risques opérationnels et la couverture d'assurance, la gestion de la croissance, les conflits d'intérêts, les litiges et les catastrophes. Bien que les informations prospectives ci-incluses soient fondées sur ce que nous croyons être des hypothèses raisonnables, les lecteurs sont avertis de ne pas se fier indûment à ces informations, puisque les résultats actuels peuvent varier des informations prospectives. Lors de la préparation de ces informations prospectives, certaines hypothèses ont été faites concernant la disponibilité des ressources en capital, la performance de l'entreprise, les conditions du marché et la demande des consommateurs. Par conséquent, les mises en garde qui précèdent s'appliquent à toutes les informations prospectives ci-incluses et il n'y a aucune garantie que les résultats ou les progrès anticipés se réaliseront ou, même s'ils se réalisent en grande partie, qu'ils entraîneront les retombées ou effets escomptés pour notre entreprise, notre condition financière ou nos résultats d'exploitation. À moins d'avis contraire ou que le contexte ne l'exige, les informations prospectives ci-incluses sont faites en date des présentes et nous ne nous engageons pas à mettre à jour ou modifier ces informations prospectives en raison de nouvelles informations, d'événements futurs ou autrement, sauf si nous y sommes tenus par les lois applicables.