



Pour diffusion immédiate

**GOODFOOD MARKET CORP. ANNONCE UNE CROISSANCE DES REVENUS DE 412 % D'UNE ANNÉE À L'AUTRE POUR LE PREMIER TRIMESTRE DE 2018**

- Le revenu annualisé des ventes de marchandises brutes s'élevait à 62,8 millions \$ en date du 30 novembre 2017
- La marge brute ajustée s'élève à 30,9 % pour T1 2018 comparativement à 27,1 % pour la période correspondante de 2017
- Le nombre d'abonnés actifs a augmenté à 45 000 en date du 30 novembre 2017, soit une hausse nette de 14 000 ou 45 % comparativement au 31 août 2017
- La transition réussie vers les nouvelles installations de production de Montréal entraîne des économies d'échelle
- Dans les délais prévus pour le lancement de la plateforme nationale au cours de la première moitié de 2018

**Montréal (Québec), 11 janvier 2018** – Goodfood Market 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 premier trimestre clos le 30 novembre 2017.

Le nombre d'abonnés actifs a atteint 45 000 en date du 30 novembre 2017, en hausse par rapport à 8 000 au 30 novembre 2016. Marché Goodfood a ajouté 14 000 nouveaux abonnés au cours du premier trimestre, ce qui représente une augmentation de 45 % depuis le 30 août 2017.

« Notre expérience client sans pareil et la qualité de nos repas et recettes sont manifestement attrayantes pour de plus en plus de Canadiens », a dit Jonathan Ferrari, chef de la direction de Goodfood. « Non seulement avons-nous augmenté de 45 % le nombre d'abonnés au cours du premier trimestre, mais notre transition réussie vers notre nouvelle installation de Montréal nous a permis de générer des économies d'échelle et d'augmenter le nombre de boîtes livrées par semaine en période de haute demande de près de 70 %, et ce, en augmentant le nombre d'employés équivalents temps plein de seulement 35 %. Par conséquent, notre marge brute ajustée pour le premier trimestre de 2018 s'est améliorée de 540 points de base comparativement au quatrième trimestre de 2017. »

« Nous sommes dans les délais prévus pour offrir l'expérience Goodfood dans l'Ouest canadien et lancer notre plateforme nationale dans la première moitié de 2018, ce qui augmentera notre marché exploitable de 11 millions de clients potentiels. La construction de nos nouvelles installations dans l'Ouest canadien débutera tôt au début de la nouvelle année et nous avons déjà procédé à certaines embauches clés dans la région », 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 se terminant le 30 novembre 2017 et 2016</i>			
	T1 2018	T1 2017	Différence
Revenus	11 235 882	2 192 468	9 043 414
<i>Croissance %</i>			412 %
<i>Bénéfice brut</i>	2 060 264	328 373	1 731 891
<i>Marge brute %</i>	18,3 %	15,0 %	3,3 points
Ventes de marchandises brutes <sup>1</sup>	13 275 000	2 555 786	10 719 214
			419 %
Bénéfice net ajusté	4 099 382	691 691	3 407 691
<i>Marge brute ajustée %<sup>1</sup></i>	30,9 %	27,1 %	3,8 points
Perte nette	(2 519 833)	(3 112 814)	592 981
Perte nette ajustée <sup>1</sup>	(2 406 736)	(421 697)	(1 985 039)

<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 premier trimestre ont augmenté de 412 %, atteignant 11,2 millions \$ comparativement à 2,2 millions \$ pour la même période de l'exercice 2017, et ont augmenté de 50 % comparativement à 7,5 millions \$ pour le quatrième trimestre de 2017. Les ventes de marchandises brutes pour le premier 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 13,3 millions \$ comparativement à 2,6 millions \$ pour la période correspondante de l'exercice 2017 et 8,7 millions \$ pour le quatrième trimestre de 2017.

La hausse des revenus pour le premier trimestre comparativement aux périodes correspondantes de l'exercice 2017 est principalement due à une croissance substantielle du nombre d'abonnés actifs. Le revenu annualisé des ventes de marchandises brutes s'élevait à 62,8 millions \$ à la fin du premier trimestre de 2018.

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

La marge brute a augmenté à 18,3 % pour le premier trimestre comparativement à 15,0 % pour la période correspondante de 2017. La marge brute ajustée pour le trimestre était de 30,9 %, en hausse comparativement à 27,1 % pour la période correspondante de 2017. La hausse de la marge brute est principalement attribuable à la baisse des coûts unitaires d'emballage.

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

La perte nette ajustée pour le premier trimestre était de 2,4 millions \$ ou 0,05 \$ par action (de base et dilué) comparativement à une perte nette ajustée de 0,4 million \$ ou 0,02 \$ par action (de base et dilué) pour la période correspondante de 2017. L'augmentation de la perte nette ajustée est principalement due aux 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 une perte hors trésorerie sur la vente d'actifs immobilisés d'environ 0,1 million \$ enregistrée au cours du premier trimestre de 2018 et une perte sur la réévaluation des titres convertibles de 2,7 millions \$ enregistrée au cours du premier trimestre de 2017.

### **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 premier trimestre de l'exercice financier 2018 :**

Quand : 11 janvier 2018 à 8 h HNE  
Numéro à composer : 647 788-4922 ou 877 225-9706

Rediffusion de la téléconférence (offerte jusqu'au 25 janvier 2018)  
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/9093>.

Le code de la téléconférence est 5099227.

### **Assemblée générale annuelle :**

Quand : 11 janvier 2018 à 11 h HNE  
Endroit : Bureau de Fasken Martineau 800, rue du Square Victoria, Bureau 3700, Montréal (Québec)

Vous pouvez consulter les diapositives de la présentation sur le site Web de Goodfood :

<https://www.makegoodfood.ca/en/investors/events>.

Une version complète de l'analyse de la direction (rapport de gestion) sur les résultats du premier trimestre de 2018 de la Société et des états financiers intermédiaires non vérifiés 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 30 novembre 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 abonnées 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 30 novembre 2017, Marché Goodfood comptait 45 000 abonnées. [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.

---