



Pour diffusion immédiate

**GOODFOOD MARKET CORP. ANNONCE UNE CROISSANCE TRIMESTRIELLE DES VENTES DE MARCHANDISES BRUTES DE 42% ET UNE RENTABILITÉ DANS PLUSIEURS MARCHÉS PRINCIPAUX AU COURS DU DEUXIÈME TRIMESTRE DE 2018**

- Les ventes de marchandises brutes annualisées s'élevaient à 90,6 millions \$ en date du 28 février 2018
- L'entreprise lancera sa plateforme nationale avec l'ouverture de nouvelles installations dans l'Ouest canadien au troisième trimestre, augmentant son marché potentiel de 11 millions de Canadiens
- La rentabilité relative au BAIIA a été atteinte dans plusieurs marchés principaux au cours du deuxième trimestre
- Le nombre d'abonnés actifs a augmenté à 61 000 en date du 28 février 2018, soit une hausse nette de 16 000 ou 36 % comparativement au 30 novembre 2017

**Montréal (Québec), 12 avril 2018** – Goodfood Market Corp. (« Marché Goodfood » ou « la Société ») (TSX : FOOD), un chef de file dans l'industrie canadienne de paniers de repas prêts à cuisiner, a annoncé aujourd'hui de solides résultats financiers pour le deuxième trimestre clos le 28 février 2018.

En date du 28 février 2018, le nombre d'abonnés actifs atteignait 61 000, en hausse par rapport à 13 000 au 28 février 2017. Durant le deuxième trimestre, Marché Goodfood a ajouté 16 000 nouveaux abonnés nets, ce qui représente une augmentation de 36 % depuis le 30 novembre 2017.

« Nous continuons de connaître une croissance organique rapide dans l'est du Canada où notre approche de marketing ciblée, combinée au lancement de nouvelles recettes et choix de menus, génère de solides résultats. Par conséquent, nos activités ont été rentables dans plusieurs marchés principaux et nos ventes de marchandises brutes pour les douze derniers mois ont atteint près de 50 millions \$. Sur une base annualisée, nos ventes de marchandises brutes approchent maintenant le cap des 100 millions \$ », a indiqué Jonathan Ferrari, chef de la direction de Marché Goodfood.

« Grâce au lancement de notre plateforme nationale, l'expérience Marché Goodfood sera offerte d'un océan à l'autre au cours du trimestre. La phase de pré-lancement dans l'Ouest canadien a été extrêmement bien reçue et nous comptons maintenant plus de 2000 abonnés actifs dans la région. Le lancement officiel de notre offre de service dans l'ouest du Canada élargira considérablement notre marché potentiel, ajoutant 11 millions de nouveaux clients potentiels. Nous sommes convaincus qu'avec la mise en œuvre de nos initiatives de marketing, nous pourrions reproduire le succès que nous connaissons dans l'est du Canada », a ajouté Jonathan Ferrari.

## Faits saillants financiers

(Non vérifiés, tous les montants sont exprimés en dollars canadiens.)

<i>Pour les périodes se terminant le 28 février 2018 et 2017</i>						
	T2 2018	T2 2017	Différence	CUM 2018	CUM 2017	Différence
Croissance des revenus (%)	15 672 647	3 686 947	11 985 700 325 %	26 908 529	5 879 415	21 029 114 358 %
Bénéfice brut Marge brute (%)	2 823 860 18,0 %	894 224 24,3 %	1 929 636 (6,3) points	4 884 124 18,2 %	1 222 597 20,8 %	3 661 527 (2,6) points
Ventes de marchandises brutes <sup>1</sup>	18 840 295	4 280 431	14 559 864 340 %	32 115 295	6 836 217	25 279 078 370 %
Bénéfice brut ajusté Marge brute ajustée <sup>1</sup>	5 991 508 31,8 %	1 487 708 34,8 %	4 503 800 (3,0) points	10 090 890 31,4 %	2 179 399 31,9 %	7 911 491 (0,5) point
Perte nette	(2 394 604)	(1 766 488)	(628 116)	(4 914 437)	(4 879 302)	(35 135)
Perte nette ajustée <sup>1</sup>	(2 394 604)	(207 887)	(2 186 717)	(4 801 340)	(629 584)	(4 171 756)

<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 ventes de marchandises brutes ont augmenté de 42 % au cours du trimestre, alors que les frais de vente, les frais généraux et les frais administratifs n'ont augmenté que de 15,9 %. Les ventes de marchandises brutes annualisées ont atteint 90,6 millions \$ à la fin du deuxième trimestre de l'exercice 2018. Pour le deuxième trimestre, les revenus ont augmenté de 325 %, atteignant 15,7 millions \$ comparativement à 3,7 millions \$ pour la même période de l'exercice 2017 et ont augmenté de 39 %, lorsque comparés aux 11,2 millions \$ du premier trimestre de l'exercice 2018. Les ventes de marchandises brutes pour le deuxième 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 18,8 millions \$ comparativement à 4,3 millions \$ pour la même période de l'exercice 2017 et 13,3 millions \$ pour le premier trimestre de l'exercice 2018.

Les revenus de la première moitié de l'exercice 2018 ont augmenté de 358 %, atteignant 26,9 millions \$ comparativement à 5,9 millions \$ pour la même période de l'exercice 2017. L'augmentation des revenus au cours du deuxième trimestre et de la première moitié de l'exercice 2018 comparativement aux mêmes périodes de l'exercice 2017 est principalement due à la croissance soutenue du nombre d'abonnés actifs. Les ventes de marchandises brutes pour la première moitié de l'exercice 2018 ont augmenté à 32,1 millions \$ comparativement à 6,8 millions \$ pour la période correspondante de l'exercice 2017.

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

Pour le deuxième trimestre et la première moitié de l'exercice 2018, la marge brute s'élevait respectivement à 18,0 % et 18,2 % comparativement à 24,3 % et 20,8 % pour

les mêmes périodes de l'exercice 2017. La baisse de la marge brute découle principalement d'une hausse des coûts de main-d'œuvre associée à la production, des frais de mise en exploitation de nos activités dans l'Ouest canadien et des frais généraux plus élevés associés à nos nouvelles installations dans l'est du Canada. La Société s'attend à ce que les coûts fixes, exprimés en pourcentage des revenus, diminueront au fil du temps avec la croissance continue de la Société. La marge brute du deuxième trimestre de l'exercice 2018, a légèrement baissé, passant de 18,3 % à 18,0 % comparativement au premier trimestre de l'exercice 2018. La Société a enregistré une amélioration de sa marge brute pour ses activités dans l'Est du Canada, alors que les coûts associés au démarrage dans l'Ouest canadien ont entraîné une diminution globale de la marge brute.

La marge brute ajustée pour le deuxième trimestre et la première moitié de l'exercice 2018 était respectivement de 31,8 % et 31,4 % comparativement à 34,8 % et 31,9 % pour les mêmes périodes de l'exercice 2017. La marge brute ajustée pour le deuxième trimestre de l'exercice 2018, qui comprend les frais de mise en exploitation de nos activités dans l'Ouest canadien, s'est améliorée, atteignant 31,8 % comparativement à 30,9 % pour le premier trimestre de l'exercice 2018.

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

La perte nette ajustée pour le deuxième trimestre était de 2,4 millions \$ ou 0,05 \$ par action (de base et dilué) comparativement à une perte nette ajustée de 0,2 million \$ ou 0,01 \$ par action (de base et dilué) pour la même période de l'exercice 2017. L'augmentation de la perte nette et de la perte nette ajustée était principalement due à des investissements prévus dans les dépenses administratives pour appuyer la croissance soutenue du nombre d'abonnés et à une augmentation du budget de marketing. La perte nette ajustée exclut une perte de 1,6 million \$ due à la réévaluation de billets convertibles enregistrée au cours du deuxième trimestre de l'exercice 2017.

La perte nette ajustée pour la première moitié de l'exercice 2018 était de 4,8 millions \$ ou 0,10 \$ par action (de base et dilué) comparativement à une perte nette ajustée de 0,6 million \$ ou 0,03 \$ par action (de base et dilué) pour l'exercice 2017. L'augmentation de la perte nette ajustée était principalement due à des investissements prévus dans les dépenses administratives pour appuyer la croissance soutenue du nombre d'abonnés et à une augmentation du budget de marketing. La perte nette ajustée exclut une perte de 0,1 million \$ due à la cession d'immobilisations enregistrée au cours de la première moitié de l'exercice 2018 et une perte de 4,2 millions \$ due à la réévaluation de billets convertibles enregistrée au cours de la période correspondante de l'exercice 2017.

### **Nominations à des postes de direction**

Au cours du trimestre, la Société a annoncé la nomination de Philippe Adam à titre de chef de la direction financière, une nomination qui est entrée en vigueur le 23 mars 2018. Philippe apporte plus de quinze ans d'expérience dans les opérations, la comptabilité et les finances d'entreprise. Au fil des ans, il a participé à une grande variété d'activités stratégiques, dont des fusions et acquisitions, des transactions transfrontalières et du financement par emprunts ou par capitaux propres.

Neil Cuggy, qui agissait à titre de chef de la direction financière depuis la création de la Société, concentrera maintenant ses efforts à la mise en œuvre du plan opérationnel, stratégique et de croissance de la Société en tant que président et chef de l'exploitation.

## **Perspectives**

L'industrie du service d'abonnement aux paniers de repas prêts à cuisiner est devenue l'un des secteurs affichant la plus forte croissance dans le monde et elle demeure relativement récente au Canada. Par conséquent, Marché 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 des économies d'échelle additionnelles, ce qui mènera à une plus grande rentabilité. Avec l'ouverture de ses installations de production dans l'Ouest canadien au troisième trimestre, la direction s'attend à ce que la Société élargisse davantage sa clientèle.

## **Téléconférence sur les résultats du deuxième trimestre de l'exercice financier 2018 :**

Quand : 12 avril 2018 à 10 h (heure de l'est)  
Numéro à composer : 647-788-4922 ou 877-223-4471

Rediffusion de la téléconférence offerte jusqu'au 26 avril 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/9226>.

Le code d'accès de la conférence est le 1673089.

Une version complète de l'analyse de la direction (rapport de gestion) sur les résultats du deuxième trimestre de l'exercice 2018 de la Société ainsi que les états financiers intermédiaires non vérifiés seront publiés au <http://www.sedar.com> plus tard aujourd'hui.

## Mesures financières non conformes aux IFRS

---

Certaines mesures financières et non financières 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 entreprises. La Société présente ces mesures, car elle croit qu'elles fournissent à certains investisseurs une façon significative d'évaluer le rendement financier. Pour une description plus exhaustive de ces mesures et une réconciliation des mesures financières non conformes aux IFRS de Marché Goodfood aux résultats financiers, veuillez consulter l'analyse de la direction (rapport de gestion) pour les périodes de trois et de six mois se terminant le 28 février 2018.

La définition des mesures financières non conformes aux IFRS de Marché 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 se terminant à la date indiquée. La direction estime que les ventes de marchandises brutes annualisées sont une mesure du 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.
- Le BAIIA est défini comme les revenus ou les pertes nets avant les frais financiers nets, les charges d'amortissement et les charges d'impôt.
- 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 de paniers de repas prêts à cuisiner. La Société livre chaque semaine à ses abonnés tous les ingrédients frais nécessaires à la préparation de repas délicieux. 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 une large sélection de repas originaux. La Société prépare ensuite un panier personnalisé d'ingrédients frais et effectue la livraison chez l'abonné. Les recettes sont faciles à suivre et présentées étape par étape. Le siège social de la Société se situe à Montréal, Canada. En date du 28 février 2018, Marché Goodfood comptait 61 000 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 :**

Philippe Adam, 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 qui peuvent être considérées comme 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 historiques et possiblement futurs 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 Marché 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-inclues 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-inclues 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. De plus, toute déclaration concernant les résultats financiers (y compris, mais sans se limiter, aux revenus, ventes, marges et rentabilité en général ou concernant un aspect des activités de la Société) est faite à un moment donné. Il n'y a aucune garantie que des résultats antérieurs peuvent se répéter et les futurs résultats peuvent varier de façon importante. À moins d'avis contraire ou que le contexte ne l'exige, les informations prospectives ci-inclues 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.