

Goodfood lance une boîte de livraison réutilisable dans le cadre d'initiatives environnementales visant à éliminer 12 millions d'items d'emballage à usage unique

Montréal (Québec), le 16 octobre 2019



Marché Goodfood Corp. (« Goodfood » ou la « Société ») (TSX : FOOD), un chef de file canadien de l'épicerie en ligne, annonce avec fierté aujourd'hui le lancement officiel de sa nouvelle boîte de livraison réutilisable. Cette boîte a été développée en partenariat avec une entreprise québécoise et a été testée lors de projets pilotes à Montréal et Calgary. Au cours des prochains mois, cette boîte légère sera également utilisée pour les livraisons à Toronto, Vancouver, Edmonton et Ottawa.

« Nous sommes ravis de ce développement important qui nous positionne comme un leader en matière d'initiatives visant la durabilité environnementale dans notre industrie, » a déclaré Jonathan Ferrari, chef de la direction de Goodfood. « Nous reconnaissons pleinement l'urgence d'agir face aux changements climatiques et nous savons que nos clients sont du même avis. Chez Goodfood, nous acceptons de relever ce défi et notre boîte réutilisable est un élément important de la vision verte que nous avons pour l'entreprise. »

La nouvelle boîte réutilisable est faite d'un composé de plastique contenant 95% d'air et a été créée sur-mesure pour Goodfood. Elle est légère, empilable, emboîtable et possède des capacités d'isolation supérieures. Une demande de brevet pour la boîte a été déposée.

« Une fois en circulation, chaque boîte devrait avoir une espérance de vie d'environ quatre ans. Après ces quatre ans, la boîte sera 100% recyclée en de nouvelles boîtes, une condition sine qua non pour Goodfood dans le développement de cette initiative. » a ajouté Philippe Adam, chef de la direction financière de l'entreprise. « À chaque semaine, la boîte et son bloc réfrigérant sur-mesure non-toxique seront ramassés, puis nettoyés pour une utilisation future. Nous sommes très fiers de cette boîte! Il a fallu beaucoup de travail et un engagement clair envers le développement durable pour la concevoir. Sur les quatre années en circulation et en se basant sur un taux d'adoption de 25% à travers le Canada, nous estimons que l'utilisation de ces nouvelles boîtes évitera la livraison de 5 millions de boîtes en carton et 7 millions blocs réfrigérants à usage unique. »

Goodfood continue de travailler sur la mise en œuvre de nouvelles mesures vertes afin de rendre ses opérations toujours plus respectueuses de l'environnement. « Il s'agit pour Goodfood d'une étape importante afin d'atteindre nos objectifs environnementaux, mais en aucun cas est-ce la fin de nos initiatives, » a ajouté M. Ferrari. « Lors de notre dernier appel public à l'épargne, nous avons promis d'utiliser 500 000 \$ des fonds levés pour des initiatives environnementales. Les boîtes réutilisables montrent le sérieux de notre engagement envers ces initiatives. Nous nous attendons à une accélération du taux d'adoption de l'achat en ligne des produits d'épicerie et nous restons à la fine pointe du développement durable en établissant de nouveaux standards écologiques au sein de notre industrie. » Goodfood s'est aussi engagé à réduire de 50% son utilisation de plastique à l'intérieur des boîtes, et ce au cours des 12 prochains mois.

À propos de Marché Goodfood

Goodfood (TSX : FOOD) est un chef de file canadien de l'épicerie en ligne, livrant des solutions de repas frais facilitant pour ses membres, d'un océan à l'autre, la dégustation de délicieux repas à la maison chaque semaine. La mission de Goodfood est de réaliser l'impossible, de la ferme à la cuisine, en permettant aux membres d'effectuer leur planification de repas et leur épicerie hebdomadaire en moins d'une minute. Les membres de Goodfood ont accès à une sélection unique de produits en ligne ainsi qu'à des prix exclusifs rendus possibles grâce à son écosystème de classe mondiale relié directement au consommateur qui élimine le gaspillage de nourriture et les frais généraux de vente au détail. Les bureaux administratifs et le principal centre de production de la Société sont situés à Montréal, au Québec. La Société possède un second centre de production à Calgary, en Alberta, ainsi qu'un troisième centre de production à Montréal, au Québec. Au 31 août 2019, Goodfood comptait 200 000 abonnés actifs. www.marchegoodfood.ca

Pour de plus amples renseignements :

Investisseurs

Philippe Adam
Chef de la direction financière
(855) 515-5191
IR@makegoodfood.ca

Roslane Aouameur
Chef des relations investisseurs
(855) 515-5191
IR@makegoodfood.ca

Médias

Pierre Boucher
Président
(514) 731-0000
pierre@maisonbrison.com

Jennifer McCaughey
Vice-présidente, relations investisseurs
(514) 731-0000
jennifer@maisonbrison.com