



Pour diffusion immédiate

**Le nombre d'abonnés de Marché Goodfood augmente de 44%
sur douze mois pour atteindre 272 000 en raison du maintien de la forte demande**

Montréal (Québec), le 3 juin 2020

Marché Goodfood Corp. (« Marché Goodfood » ou « la Société ») (TSX:FOOD), un chef de file de l'épicerie en ligne au Canada, a annoncé aujourd'hui avoir atteint les 272 000 abonnés actifs, ajoutant 26 000 nouveaux abonnés nets au troisième trimestre clos le 31 mai 2020. Cela représente une augmentation de 44% sur douze mois. La forte dynamique de croissance des abonnés s'est effectuée dans un environnement difficile au niveau opérationnel en raison de la pandémie de la COVID-19, permettant tout de même une hausse significative du taux de commande et du panier moyen des membres pendant que Goodfood ajustait rapidement ses opérations afin d'assurer un environnement de travail sécuritaire pour ses employés et un approvisionnement des commandes sécuritaire et fiable pour ses membres.

« Nous sommes extrêmement satisfaits de la croissance solide du nombre d'abonnés réalisée ce trimestre. L'Ouest canadien continue d'être un important moteur des ajouts nets chez Goodfood, bénéficiant de notre nouvelle installation à Vancouver. Au cours d'un trimestre où nous nous sommes concentrés sur la satisfaction de notre base de membres existants au moment où ils avaient le plus besoin de nous, nous avons néanmoins ajouté 26 000 nouveaux abonnés nets pour poursuivre notre formidable croissance », a déclaré Jonathan Ferrari, chef de la direction de Goodfood. « Comme nous avons temporairement limité les jours de livraison durant quelques semaines et réduit stratégiquement nos dépenses d'acquisition de clients pour soutenir nos membres existants et maintenir nos normes élevées de qualité, la plupart des nouveaux abonnés ont été ajoutés au cours du premier mois et des deux dernières semaines du trimestre. Tout en ayant conservé toutes les mesures d'hygiène et de santé supplémentaires, nos opérations se sont stabilisées et, avec nos nouveaux centres de distribution dans la région du Grand Toronto, nous sommes bien positionnés pour poursuivre sur notre lancée. »

De plus, la Société a fourni une mise à jour sur l'impact de la pandémie de la COVID-19 sur sa performance.

« Avec l'accélération de la pénétration de la livraison de produits d'épicerie en ligne, nous avons concentré nos efforts à croître la fréquence des commandes de nos membres tout en investissant dans la santé et la sécurité de nos employés et de nos clients », a ajouté Neil Cuggy, Chef des opérations de Goodfood. « Nous avons connu une forte croissance des taux de commandes et de la valeur moyenne des commandes, ce qui, combiné à la croissance des abonnés, a mené à une solide performance ce trimestre. La hausse de la

demande a également entraîné des défis opérationnels et des coûts supplémentaires qui ont réduit notre marge brute. Nous avons toutefois été en mesure de compenser cette baisse en limitant nos dépenses en marketing. Par ailleurs, nous sommes ravis de souligner que nos 3 000 employés à travers le pays effectuent un travail remarquable à soutenir nos membres et que nos opérations de chaîne d'approvisionnement sont revenues à la normale pendant que nous continuons à travailler sans relâche afin d'obtenir une qualité exceptionnelle de fruits et légumes, de bœuf, de porc et de poulet pour nos membres », a ajouté M. Cuggy.

« Nous sommes ravis du positionnement de Goodfood dans la croissance de l'industrie de l'épicerie en ligne au Canada. Dans ces circonstances très difficiles, nos nouveaux membres et nos membres existants ont su nous faire confiance pour accomplir une plus grande partie de leur planification de repas et ont de plus en plus essayé nos nouveaux produits d'épicerie de marque privée ainsi que de délicieux repas préparés. De plus, avec nos deux nouveaux centres dans le Grand Toronto, nous avons maintenant six centres de distribution à travers le pays et avons doublé la superficie de nos opérations dans les douze derniers mois. La pandémie a accéléré la tendance des achats d'épicerie en ligne et nous croyons que Goodfood, avec son offre de produits et son empreinte opérationnelle élargies, est dans une position idéale pour conquérir une part importante de ce marché en croissance rapide », a conclu M. Ferrari.

À propos de Marché Goodfood

Goodfood (TSX : FOOD) est un chef de file canadien de l'épicerie en ligne, livrant des solutions de repas et des produits d'épicerie frais d'un océan à l'autre et 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 Marché Goodfood ont accès à une sélection unique de produits en ligne ainsi qu'à des prix exclusifs rendus possibles grâce à par son écosystème d'approvisionnement de classe mondiale reliant directement Goodfood au consommateur qui élimine presque entièrement le gaspillage de nourriture et les frais généraux de vente au détail élevés liés aux édifices et installations physiques des épiceries. La Société détient des bureaux administratifs et un centre de production situés à Montréal. Marché Goodfood possède également deux centres de production dans la région du Grand Toronto et deux centres à l'Ouest canadien, soit à Calgary et Vancouver, ainsi qu'un centre de repas déjeuner à Montréal, au Québec. Au 29 février 2020, Marché Goodfood comptait 246 000 abonnés actifs. www.makegoodfood.ca

Pour de plus amples renseignements :

Investisseurs

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

Médias

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

Roslane Aouameur
Directeur, Planification Financière et
Relations Investisseurs
(855) 515-5191
IR@makegoodfood.ca

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

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 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 2019 disponible sur SEDAR au www.sedar.com : des antécédents limités en matière d'exploitation, des flux de trésorerie négatifs liés aux activités d'exploitation, l'industrie alimentaire, les inquiétudes suscitées quant au contrôle de la qualité et à la santé, la conformité réglementaire, la réglementation de l'industrie, les questions de santé publique, les rappels de produits, une atteinte à la réputation de Goodfood, les perturbations dans le transport, la responsabilité associée aux produits, la possession et la protection de la propriété intellectuelle, l'évolution du secteur d'activité, les activités syndicales, la dépendance à l'égard de la direction, les facteurs pouvant avoir un impact sur l'atteinte des cibles de croissance, la concurrence, la disponibilité et la qualité des matières premières, le nombre restreint de produits, la réglementation en matière d'environnement et de santé et sécurité des membres du personnel, les interruptions ou les failles en matière de sécurité en ligne, la fiabilité des centres de données, la conformité aux modalités de licences de logiciels ouverts, les besoins futurs en capitaux, le risque d'exploitation et le risque assuré, la gestion de la croissance, les conflits d'intérêts, les litiges et les sinistres catastrophiques. 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. De plus, les informations et les attentes énoncées dans le présent document sont susceptibles de changer de manière significative en relation avec les développements concernant la pandémie de COVID 19 et son impact sur la demande, la mobilité, le changement de l'offre et d'autres éléments. 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. De plus, toute déclaration concernant les résultats financiers (y compris, mais sans se limiter, aux produits, 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-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.