

Pour diffusion immédiate

Marché Goodfood génère un bénéfice net et un BAIIA¹ positif pour la première fois de son histoire, le résultat d'une forte croissance continue et de son excellence opérationnelle

- Pour la première fois dans l'histoire de la Société, Marché Goodfood affiche un bénéfice net de 2,8 millions \$, soit une amélioration de 6,4 millions \$ par rapport à la même période de l'exercice 2019, ce qui correspond à un bénéfice de base par action de 0,05 \$
- Les produits ont atteint 86,6 millions \$ au troisième trimestre de l'exercice 2020, représentant une hausse de 36,7 millions \$, soit 74 %, par rapport à la même période l'an dernier
- Le bénéfice brut a atteint 24,9 millions \$, en hausse de 10,8 millions \$, soit 77 %, tandis que la marge brute s'est élevée à 28,8 %, ce qui représente une amélioration de 0,5 point de pourcentage par rapport à la même période l'an dernier
- Les ventes de marchandises brutes¹ pour le quart ont totalisé 99,8 millions \$, une augmentation de 38,6 millions \$, soit 63%, pour des ventes de marchandises brutes annualisés¹ de plus de 418 millions \$
- Le BAIIA ajusté¹ est positif pour la première fois, atteignant 6,0 millions \$, soit une marge de 6.9%, une amélioration de 11,7 points de pourcentage par rapport à l'exercice précédent
- Clôture du trimestre en solide situation financière avec une trésorerie, des équivalents de trésorerie et une trésorerie soumise à des restrictions de 80,5 millions \$
- La pandémie de la COVID-19 a eu dans l'ensemble des conséquences positives sur les activités de Marché Goodfood, jouant un rôle de catalyseur dans la tendance vers l'utilisation accrue l'épicerie en ligne; Goodfood a vécu une accélération de sa croissance et dans ses indicateurs de performance reliés à la demande, tout en faisant face et en soulevant des défis opérationnels et de chaînes d'approvisionnements

Montréal (Québec), le 8 juillet 2020

Marché Goodfood Corp. (« Goodfood » ou « la Société ») (TSX : FOOD), un chef de file canadien de l'épicerie en ligne, a annoncé aujourd'hui de solides résultats financiers pour son troisième trimestre clos le 31 mai 2020, enregistrant son premier trimestre de bénéfice net grâce à une forte croissance de nouveaux abonnés et de la fréquence des commandes auprès des abonnés existants.

« La pandémie de la COVID-19 a stimulé la croissance de l'épicerie en ligne au Canada, où historiquement le taux de pénétration était particulièrement bas comparativement à plusieurs autres économies développées. Le taux d'adoption de l'épicerie en ligne a en effet surpassé les projections de croissance de l'industrie de plusieurs années, les Canadiens adoptant une nouvelle manière d'acheter leur épicerie qu'on s'attend à voir perdurer. Saisir cette opportunité unique a permis à Marché Goodfood de croître significativement et de renforcer son positionnement comme un chef de file de l'épicerie en ligne au Canada, » a affirmé Jonathan Ferrari, Chef de la direction de Marché Goodfood.

¹ Consulter les sections de ce communiqué de presse traitant des mesures financières non conformes aux IFRS et des abonnés actifs.

« Ce trimestre a été un des plus difficiles, mais également un des plus gratifiants dans l'histoire de Goodfood, avec nos employés travaillant extrêmement fort afin de nourrir les Canadiens d'un océan à l'autre, tout en mettant en place des protocoles sanitaires rigoureux pour assurer la sécurité de notre personnel. Les ventes de marchandises brutes annualisées¹ ont dépassé la barre des 400 millions \$ pour la première fois et, bien que les nouveaux abonnés demeurent une source importante de croissance, la contribution de la hausse du taux de commande et la hausse de la valeur du panier moyen résultant de notre stratégie d'élargissement de notre offre sont également dignes de mention. Marché Goodfood continue de combler une part encore plus grande de la planification des repas de ses abonnés avec un nombre de produits de marque privée exclusifs et de délicieuses solutions de repas, » a conclu M. Ferrari.

« Bien que la stratégie de Marché Goodfood implique encore d'équilibrer la rentabilité à court-terme et la croissance à long-terme afin de maximiser la valeur des actionnaires, nous sommes extrêmement satisfaits d'annoncer notre premier bénéfice net et BAIIA ajusté¹ trimestriel positif. Ces résultats reflètent la croissance significative de nos revenus et la hausse du taux de commande qui accentue la force de notre levier opérationnel, même si partiellement contrebalancé par les coûts directs et indirects liés à la COVID-19 et aux investissements requis pour lancer et croître notre offre de produits, » mentionne Neil Cuggy, Président et Chef des opérations de Marché Goodfood.

« Notre troisième trimestre démontre la capacité de Goodfood à s'adapter rapidement à une situation sans précédent afin de servir nos membres à l'échelle du pays. Dorénavant, nous avons un positionnement compétitif unique pour bénéficier de la croissance de la tendance des ventes d'épicerie en ligne et avons une position financière solide pour mener à bien notre stratégie. Notre quatrième trimestre est typiquement plus lent étant donné la demande plus faible résultant de la période des vacances d'été et de la température plus clémente, en revanche, les circonstances actuelles font en sorte qu'il est difficile de prévoir comment les consommateurs réagiront. Nous suivons la situation de près et, avec nos six centres de distribution à travers le Canada, nous serons prêts à ajuster nos opérations en conséquence, sachant l'importance que nous attribuons à servir notre clientèle, » a conclu M. Cuggy.

¹ Consulter les sections de ce communiqué de presse traitant des mesures financières non conformes aux IFRS et des abonnés actifs.

SOMMAIRE FINANCIER

INCIDENCE DE LA COVID-19 ET MESURES CONNEXES

Le 11 mars 2020, l'Organisation mondiale de la Santé a déclaré que l'épidémie de la COVID-19 était une pandémie et cette éclosion a eu une incidence sur l'exploitation et les opérations de Goodfood. Puisque la Société est un service essentiel au Canada, Goodfood a poursuivi son exploitation sans interruption malgré un contexte difficile.

Au troisième trimestre de l'exercice 2020, Goodfood a profité de plusieurs retombées positives qui ont eu une incidence sur ses résultats financiers liés à la pandémie de la COVID-19 comme la croissance du nombre d'abonnés, du nombre de commandes et de la valeur moyenne des commandes, lesquels ont eu un impact positif sur les produits. Toutefois, la Société a également fait face à des enjeux liés à la main-d'œuvre et à la chaîne d'approvisionnement qui ont donné lieu à des coûts directs d'environ 2,4 millions de dollars. Les coûts liés à la COVID-19 comprennent des coûts de main-d'œuvre de 2,0 millions de dollars incluant des hausses de salaire temporaires de 0,9 million de dollars et des primes envers des agences temporaires de 1,1 million de dollars (excluant le coût des salaires horaires de base), de même que d'autres coûts de production et des frais de vente et charges générales et administratives de 0,4 million de dollars (incluant de l'équipement de protection personnel, du désinfectant pour les mains, du personnel infirmier et des mesures de santé et de sécurité additionnelles). Les coûts directs susmentionnés engagés ne comprennent pas les heures travaillées par la direction pendant la crise. Afin d'atténuer la pression sur les opérations attribuables à la croissance de la demande et de maintenir des normes de qualité élevées pour nos membres existants, la Société a restreint les jours de livraisons pour quelques semaines et a stratégiquement réduit ses dépenses de marketing sur une base temporaire afin de les équilibrer avec les capacités des chaînes d'approvisionnement.

Tout au long de la pandémie, des bulletins hebdomadaires du chef de la direction de Goodfood ont été envoyés à ses membres afin de communiquer des mises à jour sur les opérations de la Société et sur les mesures supplémentaires mises en place dans ses installations en plus de ses normes de sécurité alimentaire rigoureuses déjà en place. Ces mesures comprennent, sans s'y limiter, ce qui suit:

- Amélioration des mesures d'hygiène, y compris le nettoyage plus régulier de toutes les installations, le lavage des mains obligatoires avant d'entrée dans une installation (pour les visiteurs et le personnel) et l'accès à des stations de désinfectant pour les mains;
- Mise en place de mesures de distanciation sociale pour la santé et la sécurité du personnel, y compris un service de navette gratuit pour le personnel afin de réduire l'utilisation de transports en commun, une vérification de la température sans contact avant d'accéder à une installation, la pose de barrières de sécurité, le port obligatoire de matériel de protection comme le masque et la visière pour tous les employés de première ligne et l'embauche d'infirmières et d'une équipe de sécurité pour surveiller l'état de santé du personnel et renforcer les mesures de distanciation sociale à l'intérieur et à l'extérieur de toutes les installations;
- Suspension du ramassage de boîtes et du programme de boîtes réutilisables pour éviter tout risque de contamination croisée dans ses installations.

¹ Consulter les sections de ce communiqué de presse traitant des mesures financières non conformes aux IFRS et des abonnés actifs.

La Société a également mis de l'avant les initiatives suivantes :

- Lancement du programme temporaire de rémunération pour service essentiel canadien qui a pris fin le 6 juillet 2020 et qui a augmenté la rémunération de tous les employés affectés à l'exploitation et à la production, qu'ils soient payés à taux horaire ou à salaire, d'au moins 2 \$ l'heure; et
- Recours à différentes agences de placement externes pour répondre à l'augmentation des commandes et des volumes.

FAITS SAILLANTS FINANCIERS

Faits saillants financiers pour les périodes de trois mois et neuf mois closes le 31 mai 2020:

(non audités, tous les montants sont exprimés en milliers de dollars canadiens)	T3 2020	T3 2019	Variation	Cumul 2020	Cumul 2019	Variation
Produits	86 600 \$	49 864 \$	36 736 \$	201 681 \$	116 074 \$	85 607 \$
Croissance (%)			74 %			74 %
Bénéfice brut	24 910	14 089	10 821	58 945	28 233	30 712
Marge brute (%)	28,8 %	28,3 %	0,5 pp	29,2 %	24,3 %	4,9 pp
Ventes de marchandises brutes ¹	99 823	61 212	38 611	236 798	144 853	91 945
Croissance (%)			63 %			63 %
Bénéfice brut ajusté ¹	38 133	25 437	12 696	94 062	57 012	37 050
Marge brute ajustée (%) ¹	38,2 %	41,6 %	(3,4 pp)	39,7 %	39,4 %	0,3 pp
Perte nette	2 786	(3 639)	6 425	(5 726)	(15 050)	9 324
Flux de trésorerie (affectés aux) provenant des activités d'exploitation	8 552	2 339	6 213	6 132	3 590	2 542

PRODUITS ET VENTES DE MARCHANDISES BRUTES¹

Les produits au troisième trimestre de l'exercice 2020 ont augmenté de 36,7 millions \$ pour atteindre 86,6 millions \$, contre 49,9 millions \$ lors de la période correspondante de l'exercice 2019. Les ventes de marchandises brutes¹, qui mesurent la valeur totale des ventes au détail des marchandises vendues par Goodfood avant de tenir compte de l'ensemble des crédits et incitatifs, ont augmenté de 38,6 millions \$ au troisième trimestre de l'exercice 2020 pour atteindre 99,8 millions \$, comparativement à 61,2 millions \$ lors de la même période du précédent exercice. La hausse des produits et des ventes de marchandises brutes¹ est principalement attribuable à l'accélération de la croissance des ventes de l'épicerie en ligne qui a contribué à une augmentation de la pénétration à travers l'ajout de membres actifs à travers le pays, combiné avec un taux de commande et un panier moyen plus élevés et accentué par un impact positif de la COVID-19 sur la demande générale pendant le quart. La continuité dans l'enrichissement de la gamme de produits de la Société pour inclure de nouveaux repas prêts-à-manger et des produits d'épicerie de marque privée a également contribué à la croissance des revenus.

¹ Consulter les sections de ce communiqué de presse traitant des mesures financières non conformes aux IFRS et des abonnés actifs.

Pour les neuf premiers mois de l'exercice 2020, les produits ont progressé de 74 % pour atteindre 201,7 millions \$, comparativement à 116,1 millions \$ lors de la période correspondante du précédent exercice, tandis que les ventes de marchandises brutes¹ ont augmenté de 63 % pour s'établir à 236,8 millions \$, contre 144,9 millions \$ l'an dernier, pour les mêmes raisons que celles indiquées plus haut.

Les ventes de marchandises brutes annualisées¹ ont atteint un niveau record de 418,1 millions \$ à la clôture du troisième trimestre de l'exercice 2020, comparativement à 302,3 millions \$ à la clôture du second trimestre de 2020.

Le rapprochement des produits avec les ventes de marchandises brutes¹ pour les périodes de trois mois et neuf mois closes le 31 mai 2020 se présente comme suit :

(non audités, tous les montants sont exprimés en milliers de dollars canadiens)	T3 2020	T3 2019	Cumul 2020	Cumul 2019
Produits	86 600 \$	49 864 \$	201 681 \$	116 074 \$
Crédits renversés sur comptes annulés	(232)	-	(1 429)	(638)
Incitatifs et crédits	13 455	11 348	36 546	29 417
Ventes de marchandises brutes ¹	99 823 \$	61 212 \$	236 798 \$	144 853 \$

MARGE BRUTE ET MARGE BRUTE AJUSTÉE¹

La marge brute au troisième trimestre de 2020 a atteint 28,8 %, comparativement à 28,3 % lors de la période correspondante de l'exercice 2019. L'augmentation de la marge brute est principalement le résultat d'une baisse des incitatifs et des crédits en pourcentage de nos revenus combiné avec une baisse du coût unitaire d'emballage et de livraison en raison d'une augmentation de l'efficacité opérationnelle, des investissements additionnels en automatisation, une plus grande densité dans les zones de livraison et un pouvoir d'achat avec des fournisseurs clés. Ceci fut compensé par des coûts plus élevés encourus pour des employés de production supplémentaires et de la main d'œuvre temporaire accrue, des coûts d'aliments plus élevés et des coûts de production autres tels que de l'équipement de protection personnel directement relié à la COVID-19.

La marge brute ajustée¹ s'est établie à 38,2 % au troisième trimestre de l'exercice 2020 comparativement à 41,6 % lors de la période correspondante de l'exercice précédent, soit une diminution de 3,4 points de pourcentage. La diminution de la marge brute ajustée¹ est principalement un résultat de la pression exercée par le coût des aliments et de la main d'œuvre en raison de la pandémie de la COVID-19. Pendant que la pandémie a créé des défis qui sont probablement temporaires, la Société anticipe toujours que les coûts fixes en pourcentage des revenus vont continuer de diminuer avec la croissance continue de la Société qui devrait augmenter davantage la marge brute et la marge brute ajustée¹ dans le futur.

Pour les neuf premiers mois de l'exercice 2020, la marge brute s'est établie à 29,2 %, comparativement à 24,3 % lors de la période correspondante l'an dernier, tandis que la marge brute ajustée¹ s'est élevée à 39,7 %, contre 39,4 % lors de la même période du précédent exercice.

¹ Consulter les sections de ce communiqué de presse traitant des mesures financières non conformes aux IFRS et des abonnés actifs.

Le rapprochement du bénéfice brut ajusté¹ et de la marge brute ajustée¹ pour les périodes de trois mois et neuf mois closes le 31 mai se présente comme suit :

(non audités, tous les montants sont exprimés en milliers de dollars canadiens)	T3 2020	T3 2019	Cumul 2020	Cumul 2019
Ventes de marchandises brutes ¹	99 823 \$	61 212 \$	236 798 \$	144 853 \$
Coût des marchandises vendues	61 690	35 775	142 736	87 841
Bénéfice brut ajusté ¹	38 133 \$	25 437 \$	94 062 \$	57 012 \$
Marge brute ajustée ¹	38,2 %	41,6 %	39,7 %	39,4 %

BÉNÉFICE NET, BÉNÉFICE NET PAR ACTION et BAIIA AJUSTÉ¹

Le bénéfice net au troisième trimestre de l'exercice 2020 s'est établi à 2,8 millions \$, soit 0,05 \$ par action (de base et diluée), comparativement à une perte nette de 3,6 millions \$, ou 0,06 \$ par action (de base et diluée) pour la période correspondante de l'exercice 2019. Pour la période de neuf mois close le 31 mai 2020, la perte nette s'élève à 5,7 millions \$, soit 0,10 \$ par action (de base et diluée), comparativement à une perte nette de 15,1 millions \$, ou 0,28 \$ par action (de base et diluée) lors de la même période l'an dernier. La diminution de la perte nette est principalement attribuable aux facteurs expliqués ci-dessus.

Pour les périodes de trois et neuf mois closes le 31 mai 2020, la marge du BAIIA ajusté¹ s'est améliorée respectivement de 11,7 points de pourcentage et de 9,8 points de pourcentage. Cette augmentation est principalement attribuable à la hausse des produits et de la marge brute, ainsi qu'au levier d'exploitation qui a donné lieu à une baisse des frais de vente et charges générales et administratives exprimées en pourcentage des produits, compensé par des dépenses supplémentaires engendrées par le lancement de nouvelles offres de produits en plus des coûts additionnels occasionnés par la COVID-19.

Le rapprochement de la perte nette avec le BAIIA¹, le BAIIA ajusté¹ et la marge du BAIIA ajusté¹ pour les périodes de trois et neuf mois closes le 31 mai 2020 se présente comme suit:

(non audités, tous les montants sont exprimés en milliers de dollars canadiens)	T3 2020	T3 2019	Cumul 2020	Cumul 2019
Bénéfice (perte) net	2 786 \$	(3 639) \$	(5 726) \$	(15 050) \$
Charges financières nettes	1 154	89	1 469	265
Amortissements	1 484	701	3 543	1 743
Recouvrement d'impôt différé	-	-	(1 330)	-
BAIIA ¹	5 424 \$	(2 849) \$	(2 044) \$	(13 042) \$
Paiements fondés sur des actions	560	465	1 456	1 269
BAIIA ajusté ¹	5 984 \$	(2 384) \$	(588) \$	(11 773) \$
Produits	86 600 \$	49 864 \$	201 681 \$	116 074 \$
Marge du BAIIA ajusté ¹ (%)	6,9 %	(4,8 %)	(0,3 %)	(10,1 %)

¹ Consulter les sections de ce communiqué de presse traitant des mesures financières non conformes aux IFRS et des abonnés actifs.

SITUATION DE TRÉSORERIE ET SOURCES DE FINANCEMENT

Les flux de trésorerie affectés aux activités d'exploitation au troisième trimestre de l'exercice 2020 se sont élevés à 8,6 millions \$, comparativement à 2,3 millions \$ pour la période correspondante de l'exercice précédent, en raison principalement d'une variation favorable des éléments hors trésorerie du fonds de roulement d'exploitation et un bénéfice net. Pour la période de neuf mois, les flux de trésorerie affectés aux activités d'exploitation se sont élevés à 6,1 millions \$, comparativement à des flux de trésorerie provenant des activités d'exploitation de 3,6 millions \$ lors de la période correspondante de l'exercice précédent, principalement en raison d'une diminution de la perte nette enregistrée pour la période de neuf mois terminée au 31 mai 2020, en partie atténué par un mouvement plus faible des comptes fournisseurs.

Au troisième trimestre de l'exercice 2020, la Société a utilisé ses liquidités principalement pour des dépenses en capital de 1,9 million \$, notamment pour l'aménagement du centre de distribution de Vancouver, les travaux de construction nécessaires pour pouvoir assurer la production d'une partie de nos plats prêts-à-manger à nos installations situées à Montréal, et l'investissement continu en automatisation. Pour les neuf premiers mois de l'exercice 2020, la Société a investi 5,8 millions \$ en dépenses en capital. La Société prévoit toujours dépenser environ 10 millions \$ en dépenses en capital au cours de l'exercice 2020.

Au 31 mai 2020, la Société avait une dette totale de 22,3 millions \$ (excluant les débentures convertibles et obligations découlant de contrats de location) et 80,5 millions \$ en trésorerie, équivalents de trésorerie et trésorerie soumise à des restrictions.

¹ Consulter les sections de ce communiqué de presse traitant des mesures financières non conformes aux IFRS et des abonnés actifs.

PERSPECTIVES FINANCIÈRES

L'industrie de l'épicerie en ligne est l'un des secteurs affichant la plus forte croissance dans le monde. En conséquence, Goodfood est d'avis qu'il existe d'importantes opportunités d'accroître rapidement sa base d'abonnés en continuant d'investir dans des campagnes de marketing très ciblées, dans l'élargissement de la capacité de production au moyen de nouvelles installations et d'investissements liés à l'automatisation, dans l'enrichissement de ses gammes de produits et dans la poursuite de l'expansion de sa plateforme nationale.

La stratégie de Goodfood implique en partie d'équilibrer la rentabilité à court terme afin d'investir dans la création de valeur à long terme pour ses actionnaires, ainsi que de continuer d'améliorer sa structure de coûts pour atteindre ses objectifs de marge à long terme et de profitabilité. Accroître la base d'abonnés, la part de marché, la taille et l'offre de produits de Goodfood permettra à la Société d'augmenter la valeur offerte à ses clients ainsi que de réaliser des rendements élevés sur le capital investi. À mesure que la Société augmente sa base d'abonnés, elle est persuadée qu'elle réalisera des économies d'échelle et d'autres gains d'efficacité, ce qui contribuera à l'amélioration de la rentabilité tout en continuant d'engendrer une expérience sans égale pour les abonnés.

La pandémie de COVID-19 a eu une incidence sur l'exploitation et les opérations de Goodfood. En tant que service essentiel au Canada, Goodfood a poursuivi ses activités durant la pandémie et a profité d'une croissance accélérée de la demande. Bien que les commandes des abonnés aient été remplies, et que le comportement des consommateurs durant la pandémie ait contribué à une hausse de la base d'abonnés, des commandes par les abonnés et des activités générales, les opérations et la chaîne d'approvisionnement ont été significativement mises à l'épreuve. Certains fournisseurs ont arrêté leurs activités temporairement alors que certains ingrédients non disponibles ont dû être remplacés. Ces facteurs, jumelés à la pénurie de main-d'œuvre et aux mesures sanitaires additionnelles ont exercé une pression sur le coût des aliments et de la main-d'œuvre au cours du troisième trimestre clos le 31 mai 2020. La Société continue de surveiller de près la pandémie et d'évaluer continuellement les conséquences qu'elle pourrait avoir sur les activités de production, sur les chaînes d'approvisionnements et sur la capacité des installations afin de répondre à la demande croissante et d'éviter toute perturbation touchant le traitement des commandes. La pression sur la chaîne d'approvisionnement et sur les niveaux d'inventaires, l'augmentation des coûts opérationnels, ainsi que les perturbations et la pénurie de main-d'œuvre pourraient s'accroître en fonction de la durée et de la gravité de la pandémie et des modifications apportées à la réglementation gouvernementale à laquelle l'industrie de Goodfood est assujettie.

Les objectifs s'appuient sur des hypothèses et comportent des risques et des incertitudes, dont plusieurs sont indépendants de notre contrôle. Ces risques et incertitudes pourraient faire en sorte que les résultats réels diffèrent sensiblement de ces objectifs. Il y a lieu de se reporter aux rubriques « Déclarations prospectives » et « Risque d'entreprise » du présent rapport de gestion.

¹ Consulter les sections de ce communiqué de presse traitant des mesures financières non conformes aux IFRS et des abonnés actifs.

TÉLÉCONFÉRENCE

Goodfood tiendra une conférence téléphonique le 8 juillet 2020 à 8 h, heure de l'Est, pour discuter de ces résultats. Les personnes intéressées peuvent se joindre à la téléconférence en composant le 1-647-788-4922 (pour les participants de Toronto et d'outre-mer) ou le 1-877-223-4471 (ailleurs en Amérique du Nord). Pour accéder à la diffusion sur le Web et voir la présentation, veuillez cliquer sur ce lien : <https://www.makegoodfood.ca/en/investisseurs/evenements>

Si vous êtes dans l'impossibilité d'y participer, vous pourrez avoir accès à un enregistrement de la conférence téléphonique en composant le 1 800-585-8367 et en entrant le code 3298385 sur votre clavier téléphonique. L'enregistrement sera accessible à compter de 11 h, heure de l'Est, le mercredi 8 juillet 2020 jusqu'à 23 h 59, heure de l'Est, le mercredi 15 juillet 2020.

Une version complète de l'analyse par la direction de la situation financière et des résultats d'exploitation de la Société (rapport de gestion) et des états financiers consolidés intermédiaires pour le trimestre clos le 31 mai 2020 sera publiée 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, pourraient ne pas être comparables 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 un rapprochement des mesures financières non conformes aux IFRS de Goodfood aux résultats financiers, veuillez consulter l'analyse par la direction de la situation financière et des résultats d'exploitation (rapport de gestion) pour la période de trois mois close le 31 mai 2020.

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

- 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 le bénéfice net ou la perte nette, compte non tenu des charges financières nettes (produits financiers nets), des amortissements et de la charge d'impôt.
- Le BAIIA ajusté se définit comme étant le BAIIA, exclusion faite des paiements fondés sur des actions, car il s'agit d'un élément de rémunération fondée sur des titres de capitaux propres.
- La marge du BAIIA ajusté se définit comme le BAIIA ajusté divisé par les produits.
- Les produits pour les douze derniers mois sont définis comme étant la somme des produits pour les quatre derniers trimestres consécutifs.

ABONNÉS ACTIFS

Un abonné actif se définit comme un compte qui doit recevoir une livraison ou qui a décidé de suspendre la livraison pour le prochain cycle de livraison hebdomadaire. Les abonnés actifs excluent les abonnements annulés. Pour plus de certitude, les abonnés actifs ne sont comptabilisés qu'une seule fois, même s'ils peuvent avoir commandé différents produits au cours d'un cycle de livraison hebdomadaire donné. Bien que les abonnés actifs ne constituent ni une mesure financière conforme aux IFRS ni une mesure financière non conforme aux IFRS, et que, par conséquent, ils ne figurent pas dans nos états financiers consolidés et qu'aucun rapprochement ne peut être fait entre ce paramètre et tout poste de nos états financiers consolidés, nous estimons que le paramètre des abonnés actifs est utile pour les investisseurs puisqu'il reflète les produits futurs potentiels qui seront générés. La Société présente le nombre d'abonnés actifs au début et à la fin de la période, arrondi en milliers.

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 31 mai 2020, Marché Goodfood comptait 272 000 abonnés actifs. www.makegoodfood.ca

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

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

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

¹ Consulter les sections de ce communiqué de presse traitant des mesures financières non conformes aux IFRS et des abonnés actifs.

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-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. En outre, les informations et les attentes énoncées dans le présent communiqué pourraient changer de manière importante du fait qu'elles sont assujetties à l'évolution de la pandémie de COVID-19 et son incidence sur la demande de produit, la mobilité de la main-d'oeuvre, la continuité de la chaîne d'approvisionnement et d'autres éléments hors de notre contrôle. 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. À moins d'avis contraires, 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.