



Pour diffusion immédiate

**Goodfood annonce des résultats solides au premier trimestre, dont une croissance des produits de 62 %, qui s'élèvent à un sommet de 91,4 millions de dollars, et une amélioration de 82 % du bénéfice brut**

- Les produits ont atteint 91,4 millions de dollars au premier trimestre de l'exercice 2021, représentant une hausse de 35,1 millions de dollars, ou 62 %, par rapport à la période correspondante de l'exercice précédent
- La marge brute du trimestre s'est établie à 32,3 %, soit une amélioration de 3,5 points de pourcentage, et le bénéfice brut s'est chiffré à 29,6 millions de dollars, en hausse de 13,4 millions de dollars, ou 82 % d'un exercice à l'autre
- Goodfood a affiché un bénéfice ajusté avant intérêts, impôt et amortissements (le « BAIIA ajusté ») <sup>(1)</sup> positif, avec une marge <sup>(1)</sup> de 1,5 % au cours du premier trimestre, ce qui représente une progression de 8,0 points de pourcentage d'un exercice à l'autre
- La perte nette s'est établie à 2,6 millions de dollars, soit une amélioration de 2,5 millions de dollars par rapport à la période correspondante de l'exercice 2020, ce qui a donné lieu à une perte nette par action de 0,04 \$
- Les entrées de trésorerie liées aux activités d'exploitation trimestrielles ont atteint 2,1 millions de dollars, soit une hausse de 0,7 million de dollars par rapport à la période correspondante de l'exercice précédent. Goodfood a clos le trimestre avec un solide solde de trésorerie de 104,1 millions de dollars
- Au 30 novembre 2020, on comptait 306 000 abonnés actifs <sup>(1)</sup>, soit une hausse de 76 000 abonnés, ou 33 %, comparativement au 30 novembre 2019

**Montréal (Québec), le 13 janvier 2021**

Goodfood Market 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 premier trimestre clos le 30 novembre 2020, mettant en lumière sa capacité constante à obtenir une croissance soutenue tout en améliorant sa rentabilité.

« Nous avons commencé l'exercice 2021 sur une excellente note, et nous en sommes ravis. De fait, les produits ont affiché une croissance de plus de 60 % et nous avons ajouté 26 000 nouveaux abonnés nets <sup>(1)</sup>. Nous ne cessons d'élargir notre offre, qui comprend à ce jour bien au-delà de 500 produits, et nous multiplions les initiatives, comme la livraison le jour-même, afin d'accroître la valeur pour nos clients », a déclaré Jonathan Ferrari, chef de la direction de Goodfood. « Notre capacité à générer une forte croissance sur la base d'un plus grand nombre de membres et des produits plus élevés, jumelée à ces initiatives nous ont permis d'accroître la taille des paniers et la fréquence des commandes, ce qui s'est traduit par des niveaux de marges plus élevés et par un BAIIA ajusté positif <sup>(1)</sup>. Alors que les Canadiens sont de plus en plus nombreux à faire leur épicerie en ligne, nous poursuivons nos investissements en technologie et dans notre écosystème de centres de distribution afin de consolider la position de Goodfood comme chef de file de la transformation numérique du secteur de l'épicerie au Canada », a conclu M. Ferrari.

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

« Nous sommes très heureux d'afficher une croissance continue des marges brutes, lesquelles sont aujourd'hui parmi les meilleures dans le secteur de l'épicerie au Canada, grâce à une exécution constamment solide et aux investissements en technologie et automatisation. L'excellente performance d'indicateurs clés s'explique par des investissements constants dans nos opérations et l'amélioration régulière de celles-ci, conjugués à notre capacité à accroître le chiffre d'affaires de Goodfood. Ces facteurs nous permettent de tirer parti d'économies d'échelle et de profiter d'un levier d'exploitation malgré des investissements considérables dans notre offre de produits et des coûts supplémentaires reliés aux mesures de sécurité en réponse à la COVID-19 », a affirmé Neil Cuggy, président et chef des opérations de Goodfood. « Alors que nous continuons à étendre et à optimiser notre présence à l'échelle du pays, nous concentrons nos efforts à accroître notre pénétration du marché de l'épicerie en ligne d'un océan à l'autre et ainsi atteindre une taille, à long terme, qui nous permettra de réaliser nos objectifs en termes de croissance et de rentabilité. Grâce à nos assises financières solides et à nos investissements constants dans de nouvelles capacités opérationnelles et dans l'automatisation, nous sommes dans une situation exceptionnellement favorable pour profiter de l'engouement marqué à l'égard de l'épicerie en ligne et pour remplir une part croissante des paniers d'épicerie des Canadiens », a conclu M. Cuggy.

## FAITS SAILLANTS FINANCIERS

### RÉSULTATS D'EXPLOITATION – TRIMESTRES CLOS LES 30 NOVEMBRE 2020 ET 2019

Le tableau qui suit présente les composantes des états consolidés résumés intermédiaires du résultat net et du résultat global de la Société.

(en milliers de dollars canadiens, sauf les données sur les actions et les données en pourcentage)

Pour les trimestres clos les 30 novembre	2020	2019	(en \$) <sup>(1)</sup>	(en %) <sup>(2)</sup>
Produits	91 427 \$	56 291 \$	35 136 \$	62 %
Coût des marchandises vendues	61 854	40 072	(21 782)	54 %
Bénéfice brut	29 573 \$	16 219 \$	13 354 \$	82 %
Marge brute	32,3 %	28,8 %	s. o.	3,5 pp
Frais de vente et charges générales et administratives	29 216 \$	20 281 \$	(8 935) \$	44 %
Amortissements	2 094	993	(1 101)	111 %
Charges financières nettes	675	97	(578)	596 %
Perte nette avant impôt sur le résultat	(2 412)	(5 152)	2 740	53 %
Charge d'impôt différé	213	–	213	–
Perte nette, représentant le résultat global	(2 625) \$	(5 152) \$	2 527 \$	49 %
Perte de base par action	(0,04) \$	(0,09) \$	0,05 \$	56 %
Perte diluée par action	(0,04) \$	(0,09) \$	0,05 \$	56 %

- La concentration continue de la Société sur sa stratégie de devenir l'épicier en ligne de premier plan au Canada en augmentant sa gamme de produits et en offrant de la flexibilité aux membres grâce à la livraison le jour-même a eu une incidence favorable sur la taille moyenne des paniers et la fréquence des commandes. Cette situation, combinée à la croissance de la base d'abonnés <sup>(3)</sup> expliquent la hausse des produits. La diminution des incitatifs et crédits en pourcentage des produits, qui sont passés de 20,9 % à 10,8 % du fait d'une stratégie de marketing efficace et d'un faible nombre de problèmes liés à la qualité a également contribué à la hausse des produits.

(1) Une variation positive constitue une augmentation du bénéfice net ou une diminution de la perte nette alors qu'une variation négative représente une diminution du bénéfice net ou une augmentation de la perte nette.

(2) La variation en pourcentage est présentée comme une valeur absolue.

(3) Se reporter aux sections du présent communiqué de presse qui portent sur les mesures financières non conformes aux IFRS et les abonnés actifs.

- La hausse du bénéfice brut et de la marge brute résulte essentiellement de la diminution des incitatifs et crédits en pourcentage des produits, des coûts unitaires moindres afférents à l'emballage et à la livraison grâce à une plus grande densité au sein des zones de livraison, de l'expansion de notre service de livraison et à un pouvoir d'achat accru auprès des fournisseurs clés. Ces facteurs ont été contrés par des coûts supplémentaires engagés directement liés à la COVID-19 du fait des besoins plus importants en personnel de production et des autres coûts de production comme l'équipement de protection personnel et le désinfectant.
- Les frais de vente et charges générales et administratives ont augmenté en raison surtout d'une augmentation des salaires à mesure que la Société croît et qu'elle augmente ses activités et son offre de produits partout au Canada. Les frais de vente et charges générales et administratives en pourcentage des produits ont diminué, passant de 36,0 % à 32,0 %, sous l'effet d'une réduction contrôlée des dépenses de marketing en pourcentage des produits.
- La hausse des amortissements résulte surtout de la comptabilisation des actifs au titre des droits d'utilisation liés aux nouveaux contrats de location visant des installations et aux améliorations locatives connexes.
- La hausse des charges financières nettes est attribuable surtout au niveau d'endettement plus élevé par suite de l'émission de débentures convertibles réalisée au cours du deuxième trimestre de l'exercice 2020, de même qu'à l'augmentation des obligations liées aux contrats de location attribuable à la comptabilisation de nouveaux contrats de location visant des installations.
- La charge d'impôt différé s'explique par une reprise d'actifs d'impôt différé liés à des pertes fiscales inscrites au deuxième trimestre de l'exercice 2020 par suite de la conversion de débentures convertibles en actions ordinaires au cours du premier trimestre de l'exercice 2021.
- La baisse de la perte nette s'explique avant tout par l'augmentation des produits et du bénéfice brut, contrebalancée en partie par des salaires plus élevés pour appuyer la croissance des activités.

## PERTE NETTE, BAIIA <sup>(1)</sup>, BAIIA AJUSTÉ <sup>(1)</sup> ET MARGE DU BAIIA AJUSTÉ <sup>(1)</sup>

Le rapprochement de la perte nette et du BAIIA <sup>(1)</sup>, du BAIIA ajusté <sup>(1)</sup> et de la marge du BAIIA ajusté <sup>(1)</sup> est le suivant.

(en milliers de dollars canadiens, sauf les données en pourcentage)

	Pour les trimestres clos les	
	2020	30 novembre 2019
Perte nette	(2 625) \$	(5 152) \$
Charges financières nettes	675	97
Amortissements	2 094	993
Charge d'impôt différé	213	—
<b>BAIIA <sup>(1)</sup></b>	<b>357 \$</b>	<b>(4 062) \$</b>
Paiements fondés sur des actions	997	411
<b>BAIIA ajusté <sup>(1)</sup></b>	<b>1 354 \$</b>	<b>(3 651) \$</b>
Produits	91 427 \$	56 291 \$
<b>Marge du BAIIA ajusté <sup>(1)</sup> (%)</b>	<b>1,5 %</b>	<b>(6,5) %</b>

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

Pour le trimestre clos le 30 novembre 2020, la marge du BAIIA ajusté <sup>(1)</sup> s'est améliorée de 8,0 points de pourcentage par rapport à la période correspondante de 2019. La hausse de la marge du BAIIA ajusté <sup>(1)</sup> résulte essentiellement de l'amélioration de 3,5 points de pourcentage de la marge brute du fait de l'élargissement de la base de produits, de la diminution des incitatifs et crédits en pourcentage des produits, lesquels sont passés de 20,9 % à 10,8 %, et des coûts unitaires moindres afférents à l'emballage et à la livraison. De plus, l'élargissement de la base de produits a accéléré l'effet de levier d'exploitation alors que les frais de vente et charges générales et administratives en pourcentage des produits ont diminué, passant de 36,0 % à 32,0 %, ce qui tient surtout à la baisse des dépenses de marketing en pourcentage des produits. L'amélioration de la marge du BAIIA ajusté <sup>(1)</sup> a été contrebalancée en partie par les charges supplémentaires attribuables au lancement de nouvelles gammes de produits, la hausse des salaires à mesure que la Société continue d'accroître son empreinte géographique à l'échelle du pays, et aux coûts supplémentaires engagés en raison de la COVID-19.

## **SITUATION DE TRÉSORERIE ET SOURCES DE FINANCEMENT**

Les entrées nettes de trésorerie liées aux activités d'exploitation ont augmenté de 0,7 million de dollars pour atteindre 2,1 millions de dollars pour le trimestre clos le 30 novembre 2020 par rapport à la période correspondante de l'exercice précédent, du fait surtout de l'amélioration de la perte nette au cours du trimestre, contrebalancée par la variation défavorable des variations des éléments hors trésorerie du fonds de roulement d'exploitation qui s'explique essentiellement par la hausse des stocks en raison de la croissance des activités, de l'ouverture des nouvelles installations et de l'enrichissement de ses gammes de produits.

Au 30 novembre 2020, la Société affichait un montant de 104,1 millions de dollars en trésorerie et équivalents de trésorerie.

## **INCIDENCE DE LA COVID-19 ET MESURES CONNEXES**

---

La pandémie a eu une incidence sur l'exploitation et les opérations de Goodfood. Puisque la Société est réputée être un service essentiel au Canada, Goodfood a poursuivi son exploitation sans interruption.

Au premier trimestre de l'exercice 2021, Goodfood a continué à profiter des retombées positives qui ont eu une incidence sur ses résultats financiers liées à la deuxième vague de la pandémie de la COVID-19 au Canada comme la croissance constante du nombre d'abonnés <sup>(1)</sup>, du nombre de commandes et de la valeur moyenne des commandes, lesquels facteurs ont eu un impact favorable sur les produits. La Société a engagé des coûts marginaux directs liés à la COVID-19 d'environ 0,9 million de dollars pour le trimestre clos le 30 novembre 2020, ce qui comprend des coûts de production additionnels et des primes envers des agences temporaires (mais excluent le coût des salaires horaires réguliers).

La Société continue de respecter les mesures supplémentaires mises en place dans ses installations en plus des normes de sécurité alimentaire rigoureuses déjà en place afin de préserver la santé et la sécurité de son personnel et d'assurer la qualité des produits pour ses clients.

(1) Se reporter aux sections du présent communiqué de presse qui portent sur les mesures financières non conformes aux IFRS et les 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 pour continuer d'accroître rapidement sa base d'abonnés<sup>(1)</sup> et la taille des paniers en investissant 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 de différer en partie 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 et rentabilité à long terme. Accroître la base d'abonnés<sup>(1)</sup>, 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<sup>(1)</sup>, elle est persuadée qu'elle réalisera des économies d'échelle et d'autres gains d'efficience, ce qui contribuera à l'amélioration de la rentabilité tout en continuant d'engendrer une expérience client sans égale.

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. La pression sur les chaînes d'approvisionnement et sur les niveaux de stocks, 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. L'ampleur, la durée et la gravité de la pandémie de COVID-19 sont difficiles à prédire et pourraient avoir une incidence sur les estimations et jugements les plus importants utilisés pour la préparation des états financiers consolidés résumés intermédiaires de la Société.

En raison de la pandémie de COVID-19, le nombre d'employés en télétravail a augmenté considérablement, ce qui a entraîné une plus grande sollicitation des ressources et des systèmes de technologies de l'information et un risque accru d'hameçonnage et d'autres cyberattaques.

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) Se reporter aux sections du présent communiqué de presse qui portent sur les mesures financières non conformes aux IFRS et les abonnés actifs.

## TÉLÉCONFÉRENCE

---

Goodfood tiendra une conférence téléphonique le 13 janvier 2021 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 2083587 sur votre clavier téléphonique. L'enregistrement sera accessible à compter de 11 h, heure de l'Est, le mercredi 13 janvier 2021 jusqu'à 23 h 59, heure de l'Est, le mercredi 20 janvier 2021.

Une version complète du rapport de gestion de la Société et des états financiers consolidés pour les premiers trimestres clos les 30 novembre 2020 et 2019 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 le rapport de gestion de Goodfood du premier trimestre clos le 30 novembre 2020.

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

- Le BAIIA est défini comme le bénéfice net (la perte nette), compte non tenu des charges financières nettes, de l'amortissement et de l'impôt sur le résultat.
- Le BAIIA ajusté se définit comme étant le BAIIA, exclusion faite des paiements fondés sur des actions.
- La marge du BAIIA ajusté se définit comme le pourcentage du BAIIA ajusté sur les produits.

## ABONNÉS ACTIFS

---

Un abonné qui doit recevoir une livraison, qui a décidé de suspendre la livraison pour le prochain cycle de livraison hebdomadaire ou qui est inscrit à Marché Goodfood WOW. 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 des états financiers consolidés de la Société, nous estimons que le paramètre des abonnés actifs est utile pour les investisseurs puisqu'il reflète les produits futurs potentiels qui peuvent être générés. La Société présente le nombre d'abonnés actifs à l'ouverture et à la clôture de la période, arrondi en milliers.

## **À PROPOS DE 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 facilitants pour ses membres à l'échelle du Canada, la dégustation de délicieux repas à la maison chaque jour. La vision de Goodfood est d'être dans toutes les cuisines, tous les jours, en permettant aux membres d'effectuer leur planification de repas et leur épicerie hebdomadaire en quelques minutes. Les membres de Goodfood ont accès à une sélection unique de produits en ligne ainsi qu'à des prix exclusifs rendus possibles grâce à sa technologie et son infrastructure d'approvisionnement de classe mondiale relié directement au consommateur qui élimine le gaspillage de nourriture et les frais généraux de vente au détail onéreux. La principale installation de production et les bureaux administratifs de la Société sont établis à Montréal (Québec). La Société dispose aussi de cinq installations de production situées au Québec, en Ontario, en Alberta et en Colombie-Britannique. Une septième installation de production située en Ontario est actuellement en construction et devrait être opérationnelle en 2021. Au 30 novembre 2020, Goodfood comptait 306 000 abonnés actifs <sup>(1)</sup>. [www.makegoodfood.ca](http://www.makegoodfood.ca)

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

### **Pour de plus amples renseignements :**

#### **Investisseurs et médias**

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

Roslane Auameur  
Directeur principal, planification financière et  
relations investisseurs  
(855) 515-5191  
IR@makegoodfood.ca

(1) Se reporter aux sections du présent communiqué de presse qui portent sur les mesures financières non conformes aux IFRS et les abonnés actifs.

## **INFORMATION PROSPECTIVE**

---

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 2020 disponible sur SEDAR au [www.sedar.com](http://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, 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, le nombre restreint de produits, les conflits d'intérêts, les litiges, les sinistres catastrophiques, les risques associés aux paiements des clients et des tierces parties, le fait que la Société soit accusée de violation des droits de propriété intellectuelle d'autrui, ainsi que le changement climatique et les risques liés à l'environnement. 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 produits, la mobilité de la main-d'œuvre, 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.