



Pour diffusion immédiate

Goodfood accroît substantiellement sa marge brute, réalise une amélioration du BAIIA ajusté¹ de 89% par rapport au même trimestre l'an dernier et réaffirme ses attentes à l'égard d'un BAIIA ajusté¹ positif au cours du premier semestre de 2023

- Les ventes nettes ont diminué de 37 % par rapport au trimestre correspondant de l'exercice précédent, pour s'établir à 50 millions de dollars pour le trimestre à l'étude.
- La marge brute a augmenté à 28,3 % pour le quatrième trimestre, une amélioration de 5,4 % par rapport à la période correspondante de l'exercice précédent.
 - La marge brute ajustée¹ s'est chiffrée à 30,7 % pour le trimestre, compte non tenu de la charge sur l'inventaire de 1,2 million de dollars liée à l'arrêt de Goodfood Sur Demande.
- La perte nette pour le trimestre s'est élevée à 58 millions de dollars, contre 22 millions de dollars pour la période correspondante de 2021, ce qui représente une augmentation de 36 millions de dollars.
 - La perte nette s'explique essentiellement par les charges non-récurrentes déjà annoncées de 46 millions de dollars liées aux initiatives du projet Blue Ocean et une charge de 1,2 million de dollars au titre de l'abandon de produits relatifs à Goodfood Sur Demande.
- La perte du BAIIA ajusté¹ s'est réduite de 89% et a été de 2 millions de dollars pour le quatrième trimestre de l'exercice 2022, comparativement à une perte de 18 millions de dollars pour le trimestre correspondant de l'exercice précédent
 - Réaffirmation des prévisions en vue d'atteindre un BAIIA ajusté¹ et des flux de trésorerie positifs au premier semestre de l'exercice 2023. Les ventes nettes au premier trimestre de l'exercice 2023 devraient se situer entre 46 et 48 millions de dollars alors que la demande se stabilise et croît, et ce sans contribution significative de Goodfood Sur Demande, et la marge brute devrait se situer entre 32 % et 34 %.

Montréal (Québec), le 2 décembre 2022

Goodfood Market Corp. (« Goodfood » ou « la Société ») (TSX : FOOD), chef de file canadien des solutions de repas en ligne, a annoncé aujourd'hui ses résultats financiers pour le quatrième trimestre et pour l'exercice 2022 clos le 3 septembre 2022.

« Au quatrième trimestre, nous avons progressé dans l'exécution du projet Blue Ocean et l'amélioration de la rentabilité. Notre marge brute a été supérieure à 30 % ce trimestre pour la première fois en plus d'un an, après les ajustements pour tenir compte des charges liées aux stocks non récurrentes attribuables à la fermeture de notre service sur demande. Cette amélioration a été accomplie malgré les pressions inflationnistes et découle directement de nos initiatives liées au projet Blue Ocean, notamment le resserrement de notre présence géographique et la consolidation des fournisseurs, la réduction des ingrédients et des activités et l'augmentation des prix. Combinée à une discipline rigoureuse pour réduire nos frais de vente et charges générales et administratives, l'amélioration de la marge brute a réduit la perte du BAIIA ajusté¹ à 2 millions de dollars au cours du trimestre à l'étude, comparativement à une perte de 18 millions de dollars au cours du trimestre correspondant de l'exercice précédent, jetant ainsi les bases d'une future croissance rentable et de flux de trésorerie positifs », a déclaré Jonathan Ferrari, chef de la direction de Goodfood.

« Tout en mettant en œuvre les dernières étapes du projet Blue Ocean, ce qui comprend d'autres réductions des effectifs et des frais de vente et charges générales et administratives, nous bâtissons une entreprise cohérente avec une structure de coûts rigoureuse », a ajouté M. Ferrari. « Notre principal objectif, soit d'afficher de nouveau un BAIIA ajusté¹ positif et croissant au premier semestre de 2023, permettra de dégager des flux de trésorerie positifs, et d'atteindre une croissance rentable à long terme. »

¹. Consulter les sections à la fin de ce communiqué de presse traitant des mesures financières non conformes aux IFRS, des clients actifs.

« Nos équipes s'emploient à bâtir la marque d'aliments issue du monde numérique la plus appréciée du Canada auprès de clients fidèles d'un océan à l'autre. Nous voyons là une occasion importante de continuer d'accroître notre clientèle, la fréquence des commandes et la taille de nos paniers en offrant un service sans précédent aux Canadiens qui découvrent nos solutions de repas délicieuses et distinctes, notamment les prêts-à-cuisiner et les plats préparés, accompagnés d'un éventail de produits complémentaires de marque Goodfood », a conclu M. Ferrari.

FAITS SAILLANTS FINANCIERS

RÉSULTATS D'EXPLOITATION – QUATRIÈME TRIMESTRE DES EXERCICES 2022 ET 2021

Dans le prochain tableau figurent les composantes de l'état consolidé 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 périodes de 13 semaines closes les	3 septembre		31 août		(\$)	(%)
	2022	2021	2021	2020		
Ventes nettes	50 357 \$	79 358 \$	(29 001) \$	(37) %		
Coût des marchandises vendues	36 101	61 205	(25 104)	(41) %		
Bénéfice brut	14 256 \$	18 153 \$	(3 897) \$	(21) %		
Marge brute	28,3 %	22,9 %	S. O.	5,4 p.p.		
Frais de vente et charges générales et administratives	18 850	37 479	(18 629)	(50) %		
Amortissements	4 853	2 176	2 677	123 %		
Dépréciation des actifs non financiers	46 085	–	46 085	S. O.		
Coûts de réorganisation et autres coûts connexes	1 160	–	1 160	S. O.		
Charges financières nettes	1 677	524	1 153	220 %		
Perte avant impôt sur le résultat	(58 369) \$	(22 026) \$	(36 343) \$	(165) %		
Charge d'impôt différé	39	97	(58)	(60) %		
Perte nette, représentant le résultat global	(58 408) \$	(22 123) \$	(36 285) \$	(164) %		
Perte par action, de base et diluée	(0,78) \$	(0,31) \$	(0,47) \$	(152) %		

ANALYSE DES VARIATIONS ENTRE LE QUATRIÈME TRIMESTRE DE L'EXERCICE 2022 ET LE QUATRIÈME TRIMESTRE DE L'EXERCICE 2021

- Les ventes nettes ont reculé par rapport à la période correspondante de l'exercice précédent sous l'effet surtout d'un changement au comportement des clients attribuable au retrait continu des restrictions de confinement, à la couverture vaccinale plus étendue, ainsi qu'à la conjoncture économique actuelle, facteur contrebalancé en partie par la croissance du nombre de clients actifs sur demande au quatrième trimestre de l'exercice 2022 par rapport au trimestre correspondant de l'exercice précédent.
- La contraction du bénéfice brut résulte essentiellement de la diminution des ventes nettes. L'augmentation de la marge brute est attribuable à la plus grande taille des paniers, à la diminution des crédits et des incitatifs, à la baisse des coûts des produits et aux coûts d'exécution moindres en pourcentage des ventes du fait de gains d'efficacité.
- Les frais de vente et charges générales et administratives ont diminué en raison surtout d'une baisse des dépenses de marketing et de la masse salariale du fait surtout des ventes nettes moindres et des initiatives de la Société liées au projet Blue Ocean. Les frais de vente et charges générales et administratives en pourcentage des ventes nettes ont diminué, passant de 47,2 % à 37,4 %.
- Les coûts de réorganisation et autres coûts connexes engagés au quatrième trimestre de l'exercice 2022 se composent essentiellement des coûts de réduction de la masse salariale et des honoraires de conseillers externes liés à l'exécution du projet Blue Ocean.

- La dépréciation des actifs non financiers comptabilisée au cours du quatrième trimestre de l'exercice 2022 était principalement attribuable à l'abandon de Goodfood Sur Demande et à d'autres initiatives liées au projet Blue Ocean essentiellement connexes à la fermeture d'installations.
- La hausse des amortissements résulte surtout de la comptabilisation des actifs au titre de droits d'utilisation liés aux nouveaux contrats de location visant des installations et aux améliorations locatives connexes.
- L'augmentation des charges financières nettes est principalement attribuable aux débentures convertibles de 30 millions de dollars émises en février 2022 et à la hausse des obligations locatives par rapport au trimestre correspondant de l'exercice précédent.
- La hausse de la perte nette affichée pour le quatrième trimestre de 2022 par rapport au trimestre correspondant de l'exercice précédent s'explique essentiellement par la dépréciation des actifs non financiers, une diminution des ventes nettes et une hausse des amortissements, contrebalancée en partie par une marge brute plus élevée et une diminution de la masse salariale et des dépenses de marketing.

RÉSULTATS D'EXPLOITATION – EXERCICES 2022 ET 2021

Le tableau suivant présente les composantes de l'état consolidé 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 périodes de 52 semaines closes les	3 septembre 2022	31 août 2021	(\$)	(%)
Ventes nettes	268 586 \$	379 234 \$	(110 648) \$	(29) %
Coût des marchandises vendues	200 531	263 140	(62 609)	(24) %
Bénéfice brut	68 055 \$	116 094 \$	(48 039) \$	(41) %
Marge brute	25,3 %	30,6 %	S. O.	(5,3) p.p.
Frais de vente et charges générales et administratives	115 956	136 257	(20 301)	(15) %
Amortissements	17 295	8 820	8 475	96 %
Dépréciation des actifs non financiers	46 085	–	46 085	S. O.
Coûts de réorganisation et autres coûts connexes	6 742	139	6 603	4 750 %
Charges financières nettes	5 233	2 170	3 063	141 %
Perte avant impôt sur le résultat	(123 256) \$	(31 292) \$	(91 964) \$	(294) %
(Recouvrement) charge d'impôt différé	(1 495)	500	(1 995)	S. O.
Perte nette, représentant le résultat global	(121 761) \$	(31 792) \$	(89 969) \$	(283) %
Perte par action, de base et diluée	(1,62) \$	(0,45) \$	(1,17) \$	(260) %

ANALYSE DES VARIATIONS ENTRE L'EXERCICE 2022 ET L'EXERCICE 2021

- Les ventes nettes ont reculé d'un exercice à l'autre sous l'effet surtout d'un changement au comportement des clients attribuable au retrait des restrictions de confinement et la couverture vaccinale plus étendue, ainsi qu'à la conjoncture économique actuelle, facteur contrebalancé en partie par la croissance du nombre de clients actifs du service Goodfood Sur Demande au cours de l'exercice 2022.
- La contraction du bénéfice brut et de la marge brute résulte essentiellement de la diminution des ventes nettes, ce qui a entraîné une diminution de l'effet de levier d'exploitation, de même que des pressions inflationnistes actuelles exceptionnelles, ces deux facteurs ayant une incidence sur les coûts des intrants, notamment le coût des aliments et de la main-d'œuvre, les coûts de production et les coûts de livraison. La hausse du coût des aliments s'explique surtout par l'expansion de notre offre de produits d'épicerie de marque privée. La hausse des coûts de production résulte principalement de

l'accroissement des coûts liés à la main-d'œuvre de production et de traitement des commandes en raison de l'inflation des salaires et d'une diminution de l'effet de levier d'exploitation.

- Les frais de vente et charges générales et administratives ont diminué en raison surtout d'une baisse des dépenses de marketing du fait surtout des ventes nettes moindres et des initiatives de la Société liées à la réorganisation, notamment le projet Blue Ocean, afin d'aligner les effectifs et les dépenses de marketing avec la base de ventes nettes actuelle, ce qui a eu une incidence principalement sur les résultats du second semestre de l'exercice 2022. Les frais de vente et charges générales et administratives exprimés en pourcentage des ventes nettes sont passés de 35,9 % à 43,2 %, en raison surtout d'une réduction de l'effet de levier des volumes et du calendrier de l'incidence du projet Blue Ocean sur les résultats au second semestre de l'exercice 2022.
- Les coûts de réorganisation et autres coûts connexes engagés au cours de l'exercice 2022 se composent essentiellement des coûts de réduction de la masse salariale et des honoraires de conseillers externes liés à l'exécution du projet Blue Ocean.
- La hausse des amortissements résulte surtout de la comptabilisation des actifs au titre de droits d'utilisation liés aux nouveaux contrats de location visant des installations et aux améliorations locatives connexes à mesure que la Société a augmenté son offre de produits d'épicerie et ses activités liées aux nouvelles installations partout au Canada avant la révision stratégique de sa stratégie qui a commencé au quatrième trimestre de l'exercice 2022.
- La dépréciation des actifs non financiers comptabilisée au quatrième trimestre de l'exercice 2022 était principalement liée à l'abandon de Goodfood Sur Demande et à d'autres initiatives du projet Blue Ocean principalement liées à la fermeture d'installations.
- L'augmentation des charges financières nettes s'explique surtout par l'augmentation du nombre de nouvelles installations de la Société à mesure qu'elle élargissait son offre de produits d'épicerie et que de nouvelles installations étaient mises en place partout au Canada, de même que par l'émission de débentures convertibles de 30 millions de dollars de la Société en février 2022.
- Un recouvrement d'impôt différé a été comptabilisé en raison de l'émission de débentures convertibles de 30 millions de dollars en février 2022.
- La hausse de la perte nette d'un exercice à l'autre s'explique essentiellement par une diminution des ventes nettes et de la marge brute ainsi que par la dépréciation des actifs non financiers mentionnée précédemment, de l'augmentation des amortissements et des coûts de réorganisation et autres coûts connexes plus élevés.

BAIIA¹, BAIIA ajusté¹ et marge du BAIIA ajusté¹

Le tableau suivant fait le rapprochement de la perte nette et du BAIIA¹, du BAIIA ajusté¹ et de la marge du BAIIA ajusté¹.

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

	Pour les périodes de 13 semaines closes les		Pour les périodes de 52 semaines closes les	
	3 septembre	31 août	3 septembre	31 août
	2022	2021	2022	2021
Perte nette	(58 408) \$	(22 123) \$	(121 761)	(31 792) \$
Charges financières nettes	1 677	524	5 233	2 170
Amortissements	4 853	2 176	17 295	8 820
Charge (recouvrement) d'impôt différé	39	97	(1 495)	500
BAIIA¹	(51 839) \$	(19 326) \$	(100 728) \$	(20 302) \$
Charge liée aux paiements fondés sur des actions	1 472	1 587	5 986	4 857
Abandon de produits liés à l'offre sur demande	1 194	–	1 194	–
Dépréciation des actifs non financiers	46 085	–	46 085	–
Coûts de réorganisation et autres coûts connexes	1 160	–	6 742	139
BAIIA ajusté¹	(1 928) \$	(17 739) \$	(40 721) \$	(15 306) \$
Ventes nettes	50 357 \$	79 358 \$	268 586 \$	379 234 \$
Marge du BAIIA ajusté¹ (%)	(3,8) %	(22,4) %	(15,2) %	(4,0) %

Pour le quatrième trimestre de 2022, la marge du BAIIA ajusté¹ s'est améliorée de 18,6 points de pourcentage par rapport à la période correspondante de 2021 du fait surtout d'une progression robuste de la marge brute ajustée et de la diminution des frais de vente et charges générales et administratives, ce qui s'est traduit par une baisse des dépenses de marketing et une réduction de la masse salariale attribuable aux initiatives du projet Blue Ocean, facteurs contrés en partie par des ventes nettes moindres.

Pour la période de 52 semaines close le 3 septembre 2022, la marge du BAIIA ajusté¹ a diminué de 11,2 points de pourcentage par rapport à la période correspondante de 2021, en raison principalement de la réduction de la base de ventes. La diminution des ventes découle d'un changement au comportement des clients attribuable aux incidences postérieures à la COVID-19 et à la conjoncture économique actuelle, contrebalancés en partie par la croissance de notre base de clients actifs de l'offre sur demande par rapport à l'exercice 2021. Une diminution de la marge brute a contribué à la baisse de la marge du BAIIA ajusté¹ du fait surtout d'un recul des ventes nettes, ce qui a mené à une diminution de l'effet de levier d'exploitation, et de l'écart de temps entre les vagues de pressions inflationnistes à l'égard de tous les coûts des intrants et les hausses subséquentes des prix. En outre, la baisse de la marge du BAIIA ajusté¹ peut s'expliquer principalement par l'augmentation de la masse salariale en pourcentage des ventes nettes résultant de l'expansion de l'équipe de direction, ainsi que des fonctions administratives connexes nécessaires afin de mettre en place l'infrastructure physique et numérique de traitement des commandes sur demande, y compris ses gammes de produits pour soutenir l'offre Goodfood Sur Demande de la Société, et des dépenses de marketing en pourcentage des ventes nettes.

PERSPECTIVES FINANCIÈRES

La mission de Goodfood est de créer des expériences qui suscitent de la joie et qui aident notre communauté à vivre plus longtemps sur une planète plus saine. À titre de marque agroalimentaire qui jouit d'une excellente réputation auprès des Canadiens d'un océan à l'autre, Goodfood concentre ses efforts sur le développement de sa marque au moyen de ses solutions de repas, notamment des prêts-à-cuisiner, des plats préparés et une gamme alléchante de produits complémentaires Goodfood à découvrir.

1. Consulter les sections à la fin de ce communiqué de presse traitant des mesures financières non conformes aux IFRS, des clients actifs.

Les ventes de prêts-à-cuisiner ont atteint plus de 1 milliard de dollars au Canada au sein du secteur canadien de l'épicerie, lequel est évalué à plus de 144 milliards de dollars; environ 8,4 % des ménages sont abonnés à un service de prêts-à-cuisiner (se reporter à la notice annuelle pour obtenir des renseignements supplémentaires). Nous croyons que la volonté des consommateurs de simplifier la préparation des repas, de même que leur désir de vivre à la maison des expériences culinaires nourrissantes qui suscitent de la joie tout en réduisant le gaspillage alimentaire constituent une occasion de croissance dans le secteur de la livraison d'aliments en ligne. Selon un taux de pénétration des ménages futur de 20 % au Canada, le marché des plans de repas hebdomadaires, qui comprend les prêts-à-cuisiner, les plats préparés et les produits complémentaires, pourrait se chiffrer à environ 3 milliards de dollars au cours des prochaines années et Goodfood est en excellente position pour conquérir une part importante de ce marché.

Investir dans des stratégies de marketing rationnelles et très ciblées afin de conquérir de nouveaux clients, accroître la fréquence des commandes et grossir la taille des paniers au moyen de ventes croisées efficaces occupe l'avant-plan des objectifs à court et à long terme de Goodfood. Toutefois, les efforts de la Société portent actuellement sur le BAIIA ajusté¹ et les flux de trésorerie pour les prochains trimestres tout en continuant d'investir dans une proposition de valeur pour les clients qui nous permettra d'afficher une croissance rentable pour les années à venir. Nous avons mis en place le projet Blue Ocean afin de stimuler la rentabilité et nous avons entrepris la plupart des initiatives proposées :

- Simplification des ingrédients du fait de la réduction des sources d'approvisionnement en ingrédients qui ont été ramenés de 400 à moins de 200;
- Alignement de la main-d'œuvre à la taille de la Société, ce qui a mené à une réduction importante de l'effectif;
- Resserrement de notre présence géographique, ce qui a mené au regroupement de la production dans deux installations, à Montréal et à Calgary;
- Compression des dépenses d'investissement;
- Hausse des prix des prêts-à-cuisiner et des produits complémentaires.

Ces initiatives, de même que l'arrêt des activités sur demande annoncé récemment ont une incidence positive sur la performance financière de l'entreprise. Pour le premier trimestre de 2023, grâce à la demande stable générée par nos abonnements hebdomadaires et à l'amélioration des marges, nous prévoyons des ventes nettes d'environ 46 à 48 millions de dollars et une marge brute qui se situe entre 32 % et 34 %. Vers la fin du premier trimestre de l'exercice 2023, nous avons poursuivi la réduction des frais de vente et charges générales et administratives au moyen d'une diminution de l'effectif et de la renégociation de contrats pour ainsi aligner notre structure de coûts avec notre nouveau modèle d'exploitation. Par conséquent, nous réaffirmons nos attentes d'afficher de nouveau un BAIIA ajusté¹ positif pour le premier semestre de 2023 et de poursuivre notre croissance par la suite.

Malgré les récentes difficultés (se reporter aux rubriques « Base de présentation » et « Gestion du capital » du rapport de gestion publié aujourd'hui, y compris l'incertitude significative entourant la capacité de poursuivre notre exploitation), notre attention portée à la rentabilité et aux flux de trésorerie a commencé à donner des résultats et, tout comme nos efforts incessants pour cultiver nos relations avec la clientèle, cela demeure notre priorité première pour continuer à progresser. L'équipe de Goodfood est entièrement tournée vers le développement de la marque millénaire la plus appréciée au Canada.

TENDANCES ET CARACTÈRE SAISONNIER DES ACTIVITÉS

Les ventes nettes et les charges sont touchées par le caractère saisonnier des activités. Au cours de la saison des Fêtes et de la saison estivale, la Société s'attend généralement à une baisse de ses ventes nettes étant donné qu'une plus haute proportion de ses clients choisit de suspendre la livraison de leur panier. La Société s'attend généralement à ce que le nombre de clients actifs¹ soit plus modeste au cours de ces périodes. Lors des périodes de temps doux, la Société prévoit que les coûts d'emballage soient plus élevés du fait de l'emballage supplémentaire nécessaire pour maintenir la fraîcheur et la qualité de la nourriture. La Société s'attend aussi à ce que le coût des aliments subisse l'incidence favorable de la disponibilité des produits pendant les périodes au cours desquelles la température est plus clémente.

1. Consulter les sections à la fin de ce communiqué de presse traitant des mesures financières non conformes aux IFRS, des clients actifs.

TÉLÉCONFÉRENCE

Goodfood tiendra une conférence téléphonique le 2 décembre 2022 à 8 h, heure de l'Est, pour discuter de ces résultats. Les personnes intéressées peuvent se joindre à la téléconférence en composant le 1-416-764-8658 (pour les participants de Toronto et d'outre-mer) ou le 1-888-886-7786 (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/fr/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 1-877-674-7070 et en entrant le mot de passe pour la rediffusion 151101#. L'enregistrement sera accessible à compter de 11 h, heure de l'Est, le 2 décembre 2022 jusqu'à 23 h 59, heure de l'Est, le 9 décembre 2022.

Une version complète du rapport de gestion et des états financiers consolidés pour les quatrièmes trimestres clos le 3 septembre 2022 et le 31 août 2021 et pour les exercices 2022 et 2021 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 pour le quatrième trimestre clos le 3 septembre 2022.

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

- Bénéfice brut ajusté et marge brute ajustée : Le bénéfice brut ajusté se définit comme la marge brute excluant l'incidence de l'abandon des produits liés à Goodfood Sur Demande dans le cadre des initiatives du projet Blue Ocean de la Société. La marge brute ajustée correspond au pourcentage du bénéfice brut ajusté par rapport aux ventes nettes. La Société utilise le bénéfice brut ajusté et la marge brute ajustée pour évaluer sa performance d'une période à l'autre, exclusion faite de la variation attribuable aux éléments décrits ci-dessus. Le bénéfice brut ajusté et la marge brute ajustée sont des mesures financières non conformes aux IFRS. Nous estimons que ces paramètres constituent des mesures utiles de la performance financière pour évaluer les tendances sous-jacentes dans nos activités courantes.
- BAIIA, BAIIA ajusté et marge du BAIIA ajusté : Le BAIIA est défini comme le bénéfice net ou la perte nette, compte non tenu des charges financières nettes, des amortissements et de la charge d'impôt. Le BAIIA ajusté se définit comme étant le BAIIA, exclusion faite de la charge liée aux paiements fondés sur des actions, de l'incidence de l'abandon des produits liés au service Goodfood Sur Demande, de la dépréciation des actifs non financiers et des coûts de réorganisation et autres coûts connexes aux termes du projet Blue Ocean. La marge du BAIIA ajusté se définit comme le pourcentage du BAIIA ajusté sur les ventes nettes. Le BAIIA, le BAIIA ajusté et la marge du BAIIA ajusté sont des mesures financières non conformes aux IFRS. Nous estimons que le BAIIA, le BAIIA ajusté et la marge du BAIIA ajusté sont des mesures de rendement financier utiles pour évaluer la capacité de la Société de saisir les opportunités de croissance de façon rentable, de financer ses activités courantes et de rembourser sa dette à long terme. Ces mesures permettent également de faire des comparaisons avec des sociétés dont la structure du capital est différente.

- • Le total de la (dette) trésorerie nette est une mesure non conforme aux IFRS qui mesure le total de la trésorerie de la Société après la déduction du total de sa dette. Le total de la trésorerie comprend la trésorerie et les équivalents de trésorerie. Le total de la dette comprend la partie courante et la partie non courante de la dette ainsi que la composante passif des débetures convertibles. Nous estimons que le total de la (dette) trésorerie nette est une mesure utile pour évaluer la situation financière globale de la Société.
- Le total de la (dette) trésorerie nette par rapport au total de la structure du capital est une mesure non conforme aux IFRS qui correspond au total de la (dette) trésorerie nette par rapport au total de la structure du capital. Le total de la structure du capital est évalué comme le total de la dette majoré des capitaux propres. Nous estimons que ce ratio financier non conforme aux IFRS est une mesure utile pour évaluer le levier financier de la Société.

CLIENTS ACTIFS

Un client actif est un client qui a passé une commande au cours des trois derniers mois. Les clients actifs comprennent les clients qui ont passé une commande 1) reçue dans le cadre de notre plan d'abonnement de repas hebdomadaires, un client actif abonné; et 2) reçue par le biais de notre service de livraison le lendemain, le jour même, ou moins, un client actif sur demande. Pour plus de certitude, les clients actifs ne sont comptabilisés qu'une seule fois, même s'ils peuvent avoir commandé différents produits et passé plusieurs commandes au cours d'un trimestre. Bien que la mesure des clients actifs ne constitue ni une mesure financière conforme aux IFRS ni une mesure financière non conforme aux IFRS, et que, par conséquent, elle ne figure 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 clients actifs est utile pour les investisseurs puisqu'il reflète les ventes nettes futures potentielles qui seront générées. La Société présente le nombre de clients actifs à l'ouverture et à la clôture de la période, arrondi en milliers.

Un client actif abonné et un client actif sur demande doivent être évalués de façon indépendante, car un client de la plateforme de la Société peut être considéré à la fois comme un client actif abonné et comme un client actif sur demande. Par exemple, cette situation peut se produire lorsqu'un client a passé une commande sur demande au cours des trois mois précédant la date d'évaluation pertinente et qu'il a un compte d'abonné qui n'a pas été annulé à cette date ou avant.

Par suite de la suppression du service Goodfood Sur Demande dans le cadre du projet Blue Ocean, la Société ne fera plus la distinction à titre de clients actifs entre les clients actifs abonnés et les clients actifs sur demande au cours des trimestres ultérieurs.

À PROPOS DE MARCHÉ GOODFOOD

Goodfood (TSX : FOOD) est une marque canadienne de premier plan issue du monde numérique et qui offre des solutions de repas et permet la livraison de ces repas et de produits complémentaires frais facilitant pour les clients à l'échelle du Canada la dégustation de délicieux mets à la maison chaque jour. L'équipe de Goodfood travaille au développement de la marque de produits alimentaires millénaire la plus appréciée au Canada avec pour mission de créer des expériences qui suscitent de la joie et qui aident notre communauté à vivre plus longtemps sur une planète plus saine. Les clients de Goodfood ont accès à des produits uniques frais et délicieux ainsi qu'à des prix exclusifs rendus possibles grâce à son équipe culinaire de classe mondiale ainsi qu'à ses infrastructures et technologies sans intermédiaire. Nous avons à cœur de créer un lien entre nos fermes et fournisseurs partenaires et les cuisines de nos clients tout en éliminant le gaspillage de nourriture et les frais généraux de vente au détail onéreux. Les bureaux administratifs de la Société sont établis à Montréal (Québec). La Société dispose aussi d'installations de production situées au Québec et en Alberta.

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

Pour de plus amples renseignements : Investisseurs et médias

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

Roslane Auameur
Vice-président, Développement des affaires
(855) 515-5191
IR@makegoodfood.ca

INFORMATION PROSPECTIVE

Le présent communiqué de presse comporte des déclarations prospectives au sens des lois sur les valeurs mobilières applicables au Canada, y compris entre autres des informations sur nos objectifs et les stratégies que nous mettons en œuvre pour les réaliser, de même que des renseignements quant à nos croyances, nos plans, nos attentes, nos perspectives, nos hypothèses, nos estimations, et nos intentions, y compris, mais sans s'y limiter, les énoncés compris à la rubrique « Perspectives financières » du rapport de gestion. On reconnaît les déclarations prospectives à l'utilisation de mots ou d'expressions tels que « s'attendre à », « avoir l'intention de », « estimer », « envisager », « prévoir », « croire » ou « poursuivre », ainsi qu'à l'emploi du futur ou du conditionnel, la formulation négative de ces mots et expressions, y compris des références à des hypothèses, bien que ce ne soit pas toutes les déclarations prospectives qui englobent ces mots et expressions. Les déclarations prospectives ont pour but d'aider le lecteur à comprendre la Société, ses activités, son exploitation, ses perspectives et les risques qu'elle encourt à un moment donné dans le contexte des tendances passées, de la conjoncture actuelle et d'événements futurs possibles; par conséquent, le lecteur est avisé que cette information pourrait ne pas se prêter à d'autres fins.

Les déclarations prospectives sont fondées sur un certain nombre d'hypothèses et elles peuvent comporter un certain nombre de risques et d'incertitudes, dont la plupart sont indépendants de notre volonté et qui peuvent faire en sorte que les résultats réels diffèrent sensiblement de ceux qui sont présentés dans de telles déclarations prospectives. Ces risques et incertitudes comprennent notamment les facteurs de risque suivants dont il est question plus en détail à la rubrique « Facteurs de risque » de la notice annuelle de la Société pour la période de 52 semaines close le 3 septembre 2022 disponible sur le site de SEDAR à l'adresse www.sedar.com : les antécédents limités en matière d'exploitation, les flux de trésorerie négatifs liés aux activités d'exploitation et la perte nette, le risque lié à la continuité de l'exploitation, l'industrie alimentaire, notamment les niveaux d'inflation actuels du secteur, les répercussions de la pandémie de COVID-19 et l'apparition de variants de la COVID-19, 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, l'entreposage et la livraison de denrées périssables, la responsabilité associée aux produits, les activités syndicales, les tendances en matière de regroupement, la possession et la protection de la propriété intellectuelle, l'évolution du secteur d'activité, la dépendance à l'égard de la direction, l'incapacité d'attirer et de fidéliser des employés clés pouvant entraver la capacité de la Société à exercer efficacement ses activités et à atteindre ses objectifs financiers, les facteurs pouvant avoir un impact sur l'atteinte des cibles de croissance, l'incapacité de réagir efficacement à l'évolution des tendances de consommation, 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, l'incapacité de l'infrastructure de TI de la Société à soutenir les exigences des activités de la Société, les interruptions ou les failles en matière de sécurité en ligne et les attaques par déni de service, 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. Cette liste de risques susceptibles d'avoir une incidence sur les déclarations prospectives de la Société n'est pas exhaustive. D'autres risques que la Société ne connaît pas à l'heure actuelle ou qu'elle ne juge pas importants pourraient aussi faire en sorte que les résultats réels diffèrent sensiblement de ceux qui sont exprimés dans ses déclarations prospectives. Bien que les déclarations prospectives contenues dans les présentes soient fondées sur des hypothèses que nous considérons comme étant raisonnables, les lecteurs sont priés de ne pas s'y fier indûment puisque les résultats réels peuvent être différents de ces déclarations. Lors de la préparation des déclarations prospectives, certaines hypothèses ont été posées concernant la disponibilité des sources de financement, le rendement de l'entreprise, la conjoncture et la demande des clients. En outre, les informations et les attentes énoncées dans le présent rapport de gestion pourraient changer de manière importante du fait qu'elles sont assujetties à la durée et à la gravité de la pandémie de COVID-19 et l'apparition de variants de la COVID-19 ainsi que leur 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, toutes les déclarations prospectives contenues dans les présentes sont visées par les mises en garde qui précèdent et rien ne garantit que les résultats ou les événements prévus se réaliseront ou, même s'ils sont essentiellement réalisés, qu'ils auront les conséquences et les effets prévus sur nos activités, notre situation financière ou nos résultats d'exploitation. Sauf indication contraire, ou si le contexte ne l'exige autrement, les déclarations prospectives ne sont valides qu'à la date où elles sont faites, et nous déclinons toute obligation de les mettre à jour ou de les réviser pour tenir compte de nouveaux renseignements, des événements futurs ou autrement, sauf si la loi nous y oblige.