



Pour diffusion immédiate

Goodfood annonce une marge brute au premier trimestre de 35,6 % et réaffirme ses attentes à l'égard d'un BAIIA ajusté¹ positif pour le prochain trimestre à la suite d'une amélioration annuelle de 85 % ce trimestre

- Les ventes nettes trimestrielles se sont établies à 47 millions de dollars, ce qui représente un recul de 39 % par rapport au trimestre correspondant de l'exercice précédent.
- La marge brute trimestrielle s'est établie à 35,6 %, ce qui représente un sommet. Il s'agit d'une amélioration de 11,6 % par rapport à la période correspondante de l'exercice précédent. La marge brute ajustée¹ s'est élevée à 36,9 %, exclusion faite de la dépréciation des stocks liée à l'abandon du service Goodfood Sur Demande.
- La perte nette trimestrielle s'est chiffrée à 12 millions de dollars, ce qui comprend des charges de 2 millions de dollars, soit une amélioration de 10 millions de dollars par rapport à la perte nette de 22 millions de dollars affichée pour la période correspondante de l'exercice précédent.
- La perte du BAIIA ajusté¹ a été de 2 millions de dollars pour le trimestre, ce qui constitue une amélioration de 85 % par rapport à la perte de 15 millions de dollars subie au cours de la période correspondante de l'exercice précédent.
- Les sorties de trésorerie liées aux activités d'exploitation se sont établies à 6 millions de dollars pour le trimestre, ce qui comprend un montant de 2 millions de dollars en trésorerie au titre des coûts de réorganisation et autres coûts connexes, contre des sorties de 19 millions de dollars pour la période correspondante de l'exercice précédent.
- Nous réaffirmons nos attentes à l'égard d'un BAIIA ajusté¹ positif pour le deuxième trimestre de l'exercice 2023, du fait de la vigueur constante prévue de la marge brute et des diminutions supplémentaires des frais de vente et charges générales et administratives.

Montréal (Québec), le 17 janvier 2023

Marché Goodfood 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 premier trimestre de l'exercice 2023 clos le 3 décembre 2022.

« Nous sommes encouragés de commencer notre nouvel exercice financier avec une forte marge brute, ce qui souligne l'exécution opérationnelle diligente du projet Blue Ocean. Pour la première fois dans l'histoire de Goodfood, notre marge brute a franchi la barre des 35 % avec de plus basses ventes nettes de 47 million de dollars qui sont le résultat de notre volonté d'attirer et retenir des clients qui requièrent moins d'incitatifs, menant à de meilleurs indicateurs de profitabilité. Si on ajoute à cela une discipline constante à l'égard de nos frais de vente et charges générales et administratives, la perte du BAIIA ajusté¹ a été de 2 millions de dollars au cours du trimestre à l'étude, comparativement à une perte de 15 millions de dollars au cours du trimestre correspondant de l'exercice précédent. Par ailleurs, nos sorties de trésorerie liées aux activités d'exploitation se sont chiffrées à 4 millions de dollars, comparativement à 17 millions de dollars pour le trimestre correspondant de l'exercice précédent, après ajustement pour tenir compte des coûts de réorganisation et autres coûts connexes, ce qui représente une importante amélioration par rapport à l'exercice précédent, traçant ainsi notre voie vers une croissance rentable et des flux de trésorerie positifs », a déclaré Jonathan Ferrari, chef de la direction de Goodfood.

« À l'aube du deuxième trimestre, alors que les dernières étapes prévues du projet Blue Ocean vont bon train, nous nous attendons à ce que la structure des coûts d'exploitation et des frais de vente et charges générales et administratives soit en place pour dégager, selon les attentes, un BAIIA ajusté¹ positif au deuxième trimestre de 2023, ce qui servira de fondement à une croissance rentable à long terme et à des flux de trésorerie positifs », a ajouté M. Ferrari. « Au cours de l'exercice, alors que notre structure de coûts visée est atteinte, nous mettrons l'accent sur la croissance en faisant passer l'expérience client à un niveau supérieur et, par le fait même, augmentant la valeur nos clients. Grâce à certaines initiatives, notamment un nouveau programme pour les clients privilégiés, des collaborations avec des restaurants et le lancement d'une nouvelle campagne de marketing attrayante qui mettra de l'avant un athlète canadien de renom au cours des prochains mois, nous croyons que nous sommes déjà bien avancés dans la mise en œuvre des éléments de base qui favoriseront une croissance rentable soutenue à long terme », a conclu M. Ferrari.

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

FAITS SAILLANTS FINANCIERS

RÉSULTATS D'EXPLOITATION – PREMIERS TRIMESTRES DE L'EXERCICE 2023 ET DE L'EXERCICE 2022

Le tableau qui suit 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 13 semaines closes les	3 décembre 2022	4 décembre 2021	(en \$)	(en %)
Ventes nettes	47 148 \$	77 821 \$	(30 673) \$	(39) %
Coût des marchandises vendues	30 389	59 173	(28 784)	(49) %
Bénéfice brut	16 759 \$	18 648 \$	(1 889) \$	(10) %
Marge brute	35,6 %	24,0 %	s. o.	11,6 p.p.
Frais de vente, charges générales et administratives	21 998	34 575	(12 577)	(36) %
Amortissements	3 769	2 940	829	28 %
Coûts de réorganisation et autres coûts connexes	1 119	1 812	(693)	(38) %
Charges financières nettes	1 570	904	666	74 %
Perte avant impôt sur le résultat	(11 697) \$	(21 583) \$	9 886 \$	46 %
Charge d'impôt différé	11	27	(16)	(59) %
Perte nette, représentant le résultat global	(11 708) \$	(21 610) \$	9 902 \$	46 %
Perte par action, de base et diluée	(0,16) \$	(0,29) \$	0,13 \$	45 %

ANALYSE DES VARIATIONS ENTRE LE PREMIER TRIMESTRE DE 2023 ET LE PREMIER TRIMESTRE DE 2022

- Les ventes nettes ont reculé par rapport à la période correspondante de l'exercice précédent sous l'effet de l'attention que porte la Société sur la prospection de clients et leur fidélisation, ce qui favorise une marge brute plus élevée, et de la modification du comportement des consommateurs, facteurs contrebalancés en partie par une augmentation de la valeur moyenne des commandes.
- La contraction du bénéfice brut résulte essentiellement de la diminution des ventes nettes, atténuée en partie par le recul du coût des aliments et des coûts de production en pourcentage du coût des ventes nettes du fait de gains d'efficacité et de la diminution des crédits et des incitatifs en pourcentage des ventes.
- Les frais de vente et charges générales et administratives ont diminué en raison surtout d'une baisse de la masse salariale et des dépenses de marketing du fait surtout des ventes nettes moindres et des initiatives de la Société dans le cadre du projet Blue Ocean. Les frais de vente et charges générales et administratives en pourcentage des ventes nettes ont augmenté, passant de 44,4 % à 46,7 %.
- Les coûts de réorganisation et autres coûts connexes engagés au premier trimestre de l'exercice 2023 se composent essentiellement d'une perte sur la sortie d'actifs non financiers et des coûts de réduction de la masse salariale, contrés en partie par un profit sur la résiliation de contrats de location.
- La hausse des amortissements résulte surtout de la capitalisation de charges d'amortissements des actifs au titre de droits d'utilisation au cours de la phase de construction des nouveaux contrats de location au premier trimestre de l'exercice 2022.
- L'augmentation des charges financières nettes est principalement attribuable aux débetures convertibles de 30 millions de dollars émises en février 2022.
- La baisse de la perte nette affichée pour le premier trimestre de 2023 par rapport au trimestre correspondant de l'exercice précédent s'explique essentiellement par une diminution de la masse salariale comptabilisée dans le coût des marchandises vendues et dans les frais de vente et charges générales et administratives et de la baisse des dépenses de marketing comptabilisées dans les frais de vente et charges générales et administratives, facteurs contrebalancés en partie par une marge brute moindre du fait surtout du repli des ventes.

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	
	3 décembre 2022	4 décembre 2021
Perte nette	(11 708) \$	(21 610) \$
Charges financières nettes	1 570	904
Amortissements	3 769	2 940
Charge d'impôt différé	11	27
BAIIA ¹	(6 358) \$	(17 739) \$
Charge liée aux paiements fondés sur des actions	2 293	1 353
Abandon de produits liés à l'offre sur demande	643	–
Coûts de réorganisation et autres coûts connexes	1 119	1 812
BAIIA ajusté ¹	(2 303) \$	(14 574) \$
Ventes nettes	47 148 \$	77 821 \$
Marge du BAIIA ajusté ¹ (%)	(4,9) %	(18,7) %

Pour le premier trimestre de 2023, la marge du BAIIA ajusté¹ s'est améliorée de 13,8 points de pourcentage par rapport à la période correspondante de 2022, 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 est attribuable à une baisse des dépenses de marketing, à une réduction de la masse salariale en raison de ventes nettes moindres et à des initiatives du projet Blue Ocean. L'amélioration de la marge du BAIIA ajusté¹ a été atténuée en partie par un recul 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. Notre marque agroalimentaire jouissant d'une excellente réputation auprès des Canadiens d'un océan à l'autre, nous concentrons nos efforts sur le développement de la marque Goodfood au moyen de nos solutions de repas, notamment des prêts-à-cuisiner, des plats préparés et une gamme alléchante de produits complémentaires Goodfood à découvrir, afin de mettre au point une expérience culinaire unique pour les clients.

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 hebdomadaire des repas, de même que leur désir de vivre à la maison des expériences culinaires nourrissantes qui suscitent de la joie et de l'enthousiasme 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.

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

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 réalisé 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, ont eu et devraient continuer d'avoir une incidence positive sur la performance financière de l'entreprise. La demande pour les prêts-à-cuisiner, stimulée par nos abonnements hebdomadaires, s'est stabilisée et notre marge brute a poursuivi son amélioration pour atteindre un sommet de 36,9 % après ajustement pour tenir compte de la dépréciation des stocks, ce qui représente une augmentation de 1 290 points de base par rapport à la marge brute de 24,0 % affichée au trimestre correspondant de l'exercice précédent.

De plus, 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. Ces éléments, jumelés à des ventes nettes stables et à une marge brute solide, nous permettent de réaffirmer notre volonté d'afficher de nouveau, comme prévu, un BAIIA ajusté¹ positif pour le deuxième trimestre de 2023.

Malgré les récentes difficultés (se reporter aux rubriques « Base de présentation » et « Gestion du capital » du rapport de gestion, y compris l'incertitude significative entourant notre capacité de poursuivre notre exploitation), notre attention portée à la rentabilité et aux flux de trésorerie continue à donner des résultats, comme en témoigne l'amélioration constante du BAIIA ajusté¹ et, tout comme nos efforts incessants pour cultiver nos relations avec la clientèle, cela demeure notre priorité absolue. L'équipe de Goodfood est entièrement tournée vers le développement et la croissance 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 et des clients actifs.

TÉLÉCONFÉRENCE

Goodfood tiendra une conférence téléphonique le 17 janvier 2023 à 8 h, heure de l'Est, pour discuter de ces résultats. Les personnes intéressées peuvent se joindre à la téléconférence en composant le 1-416-764-8646 (pour les participants de Toronto et d'outre-mer) ou le 1-888-396-8049 (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 024494#. L'enregistrement sera accessible à compter de 11 h, heure de l'Est, le 17 janvier 2023 jusqu'à 8 h 00, heure de l'Est, le 24 janvier 2023.

Une version complète du rapport de gestion et des états financiers consolidés pour les premiers trimestres clos le 3 décembre 2022 et le 4 décembre 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 premier trimestre clos le 3 décembre 2022.

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

- 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 apprécier le degré d'efficacité de la Société à l'égard de l'utilisation de ses ressources pour servir ses clients de même que pour évaluer les tendances sous-jacentes dans nos activités courantes, exclusion faite de la variation attribuable à l'incidence des initiatives stratégiques comme les éléments décrits ci-dessus, et facilitent la comparaison entre les périodes de présentation.
- 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 la dépréciation des stocks au titre 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 du 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. Nous estimons également que ces paramètres constituent des mesures utiles de la performance financière pour évaluer les tendances sous-jacentes dans nos activités courantes, exclusion faite de la variation attribuable à l'incidence des éléments décrits ci-dessus, et facilitent la comparaison entre les périodes de présentation.

- 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 et sa capacité de rembourser sa dette. 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 un paramètre utile pour évaluer le levier financier de la Société. Pour un rapprochement de ces mesures financières non conformes aux IFRS et de la mesure financière conforme aux IFRS la plus comparable, il y a lieu de se reporter à la rubrique « Situation de trésorerie et sources de financement » du rapport de gestion.
- Pour un rapprochement de ces mesures financières non conformes aux IFRS et des mesures financières conformes aux IFRS les plus comparables, il y a lieu de se reporter aux rubriques « Paramètres et mesures financières non conformes aux IFRS – Rapprochement » et « Situation de trésorerie et sources de financement » du rapport de gestion.

CLIENTS ACTIFS

Un client actif est un client qui a passé une commande au cours des trois derniers mois. 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.

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

INFORMATIONS PROSPECTIVES

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 : des antécédents limités en matière d'exploitation, des flux de trésorerie négatifs liés aux activités d'exploitation, les pertes nettes, le risque lié à la poursuite de son exploitation, l'industrie alimentaire, y compris l'inflation actuelle dans le secteur, les incidences de la pandémie de la 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.

De plus, les ventes nettes et les résultats d'exploitation pourraient être affectés par l'évolution de la conjoncture économique globale au Canada et par des pressions inflationnistes persistantes, ainsi que par les conséquences que pourraient avoir ces facteurs sur les dépenses discrétionnaires des consommateurs. La crainte d'une récession imminente, les hausses de taux d'intérêt, l'incertitude à l'égard de la pandémie de COVID-19, les perturbations constantes dans la chaîne d'approvisionnement et l'augmentation des coûts des intrants devraient avoir une incidence importante continue sur notre situation économique, ce qui pourrait peser de manière significative sur notre situation financière, nos résultats d'exploitation et nos flux de trésorerie.

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.