



Pour diffusion immédiate

Goodfood présente ses résultats du quatrième trimestre et de l'exercice 2023, marqués par une marge brute et un BAIIA ajusté¹ annuels records, ce qui a contribué à une importante amélioration des flux de trésorerie liés aux activités d'exploitation

- Certains paramètres ont brisé des records annuels, comme en témoignent la marge brute de 38,8 %, en hausse de 13,5 % par rapport à l'exercice précédent, le BAIIA ajusté¹ positif de 5 millions de dollars, en hausse de 46 millions de dollars par rapport à l'exercice précédent, et les flux de trésorerie disponibles ajustés¹ de (5) millions de dollars, en hausse de 86 millions de dollars par rapport à l'exercice précédent.
- Les ventes nettes du quatrième trimestre se sont établies à 37 millions de dollars, ce qui représente un recul de 26 % par rapport au trimestre correspondant de l'exercice précédent, et une diminution de 5 millions de dollars par rapport au troisième trimestre de l'exercice 2023, mettant en évidence le ralentissement saisonnier durant les mois d'été.
- La marge brute pour le trimestre a augmenté pour s'établir à 38,2 %, ce qui représente une amélioration de 9,9 % d'un exercice à l'autre, tandis que le bénéfice brut s'est élevé à 14 millions de dollars, stable par rapport au trimestre correspondant de l'exercice précédent.
- La perte nette pour le trimestre s'est chiffrée à 4 millions de dollars, soit une augmentation de 54 millions de dollars par rapport au trimestre correspondant de l'exercice précédent.
- La marge du BAIIA ajusté¹ s'est établie à 1,9 % et le BAIIA ajusté¹ a été de 1 million de dollars pour le trimestre, ce qui constitue une amélioration de 4 millions de dollars par rapport au trimestre correspondant de l'exercice précédent.
- Les sorties de trésorerie liées aux activités d'exploitation ont totalisé 2 millions de dollars pour le trimestre, ce qui représente une amélioration de 11 millions de dollars par rapport au trimestre correspondant de l'exercice précédent.
- Les flux de trésorerie disponibles ajustés¹ se sont chiffrés à (1) million de dollars pour le trimestre, ce qui représente une amélioration de 11 millions de dollars par rapport au trimestre correspondant de l'exercice précédent.

Montréal (Québec), le 22 novembre 2023

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 2023 clos le 2 septembre 2023.

« Nous sommes heureux d'avoir démontré notre capacité à générer un BAIIA ajusté¹ à la rentabilité constante au cours de l'exercice 2023. Grâce aux améliorations opérationnelles et à l'optimisation continue des prix, notre marge brute a atteint 38,2 % au quatrième trimestre et un niveau record de 38,8 % pour l'exercice, ce qui a donné lieu à un BAIIA ajusté¹ annuel record de 5 millions de dollars et à une nette amélioration des flux de trésorerie », a déclaré Jonathan Ferrari, chef de la direction de Goodfood. « Nous sommes particulièrement fiers de notre structure de coûts allégée qui, même face aux fluctuations saisonnières au cours des mois d'été, a contribué à l'obtention d'une marge du BAIIA ajusté¹ positive ce trimestre, ce qui témoigne de la discipline et des efforts de nos équipes », a ajouté M. Ferrari.

« À l'approche de l'exercice 2024, nous sommes ravis d'avoir clos un troisième trimestre consécutif en affichant un BAIIA ajusté¹ positif ainsi que d'importantes améliorations des flux de trésorerie, ce qui souligne la résilience et la capacité de générer des bénéfices de Goodfood. Nos efforts sont maintenant tournés vers des initiatives de croissance rentable centrées sur le renforcement et la croissance continue de notre proposition de valeur pour les clients grâce à une gamme de prêts-à-cuisiner dont la taille et la pertinence ont été rehaussées et à des investissements visant à améliorer l'offre numérique, ce qui permettra aux clients de trouver plus facilement ce qu'ils désirent sur notre menu et dans l'offre de produits complémentaires. Grâce à ces initiatives de croissance, aux nouvelles économies par unité et aux améliorations apportées à notre structure de coûts, nous sommes bien positionnés pour continuer d'accroître les flux de trésorerie et de créer une valeur importante pour les actionnaires », a conclu Jonathan Ferrari.

¹ Consulter la section à la fin de ce communiqué de presse traitant des mesures financières non conformes aux IFRS.

RÉSULTATS D'EXPLOITATION – QUATRIÈME TRIMESTRE DES EXERCICES 2023 ET 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	2 septembre 2023	3 septembre 2022	(en \$)	(en %)
Ventes nettes	37 228 \$	50 357 \$	(13 129) \$	(26) %
Coût des marchandises vendues	23 007	36 099	(13 092)	(36) %
Bénéfice brut	14 221 \$	14 258 \$	(37) \$	(0) %
Marge brute	38,2 %	28,3 %	s. o.	9,9 p.p.
Frais de vente et charges générales et administratives	13 793	18 851	(5 058)	(27) %
Amortissements	2 006	4 853	(2 847)	(59) %
Dépréciation des actifs non financiers	–	46 085	(46 085)	s. o.
Coûts de réorganisation et autres coûts connexes	812	1 160	(348)	(30) %
Charges financières nettes	1 299	1 677	(378)	(23) %
Perte avant impôt sur le résultat	(3 689) \$	(58 368) \$	54 679 \$	94 %
Charge d'impôt différé	–	39	(39)	s. o.
Perte nette, représentant le résultat global	(3 689) \$	(58 407) \$	54 718 \$	94 %
Perte de base et diluée par action	(0,05) \$	(0,78) \$	0,73 \$	94 %

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

- Le recul des ventes nettes s'explique surtout par la diminution du nombre de clients actifs, contrebalancée en partie par une augmentation de la valeur moyenne des commandes attribuable à la taille plus importante des paniers et aux ajustements des prix de vente. La diminution du nombre de clients actifs s'explique principalement par l'attention que porte la Société sur la prospection de clients et leur fidélisation, ce qui favorise une marge brute plus élevée, et par la modification du comportement des consommateurs.
- Le bénéfice brut est demeuré stable par rapport au trimestre correspondant de l'exercice précédent, en raison essentiellement d'une amélioration des coûts afférents aux aliments, à la production et à la livraison en pourcentage des ventes nettes du fait de gains d'efficacité ainsi que des ajustements des prix de vente, contrebalancés par un repli des ventes nettes.
- 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 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 diminué, passant de 37,4 % à 37,1 %.
- La baisse des amortissements s'explique avant tout par la diminution des immobilisations corporelles et des actifs au titre de droits d'utilisation liés aux initiatives du projet Blue Ocean.
- La baisse des coûts de réorganisation et autres coûts connexes découle essentiellement de la diminution des honoraires de conseillers externes et des coûts de réduction de la masse salariale étant donné que la Société a achevé ses initiatives du projet Blue Ocean au quatrième trimestre de l'exercice 2023.
- La diminution des charges financières nettes est principalement attribuable à la baisse des charges d'intérêts sur la dette et des obligations locatives attribuable à la réduction du solde de la dette et à la diminution des obligations locatives en lien avec les initiatives de Blue Ocean, facteurs contrebalancés en partie par la hausse des charges d'intérêts sur les débetures, la Société ayant émis des débetures convertibles en février 2023.

- La perte nette a considérablement diminué malgré le recul des ventes nettes par rapport au trimestre correspondant de l'exercice précédent. Cette amélioration est attribuable essentiellement à la dépréciation des actifs non financiers au cours de l'exercice 2022, à la baisse des coûts afférents aux aliments, à la production et à la livraison ainsi qu'à la diminution de la masse salariale et des dépenses de marketing comptabilisées dans les frais de vente et charges générales et administratives.

RÉSULTATS D'EXPLOITATION – EXERCICES 2023 ET 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 52 semaines closes les	2 septembre 2023	3 septembre 2022	(en \$)	(en %)
Ventes nettes	168 558 \$	268 586 \$	(100 028) \$	(37) %
Coût des marchandises vendues	103 178	200 531	(97 353)	(49) %
Bénéfice brut	65 380 \$	68 055 \$	(2 675) \$	(4) %
Marge brute	38,8 %	25,3 %	s. o.	13,5 p.p.
Frais de vente et charges générales et administratives	65 867	115 956	(50 089)	(43) %
Amortissements	10 837	17 295	(6 458)	(37) %
Dépréciation des actifs non financiers	–	46 085	(46 085)	s. o.
(Profits) coûts de réorganisation et autres (profits) coûts connexes	(468)	6 742	(7 210)	(107) %
Charges financières nettes	5 668	5 233	435	8 %
Perte avant impôt sur le résultat	(16 524) \$	(123 256) \$	106 732 \$	(87) %
Recouvrement d'impôt différé	(61)	(1 495)	1 434	(96) %
Perte nette, représentant le résultat global	(16 463) \$	(121 761) \$	105 298 \$	(86) %
Perte de base et diluée par action	(0,22) \$	(1,62) \$	1,40 \$	(86) %

ANALYSE DES VARIATIONS ENTRE L'EXERCICE 2023 ET L'EXERCICE 2022

- Le recul des ventes nettes s'explique surtout par la diminution du nombre de clients actifs et la décision prise par la Société de mettre fin à l'offre sur demande, contrebalancées en partie par une augmentation de la valeur moyenne des commandes attribuable aux ajustements des prix de vente et à l'accent mis sur l'offre de repas prêts à cuisiner. La diminution du nombre de clients actifs s'explique principalement par l'attention que porte la Société sur la prospection de clients et leur fidélisation, ce qui favorise une marge brute plus élevée, et par la modification du comportement des consommateurs.
- La contraction du bénéfice brut résulte essentiellement de la diminution des ventes nettes, atténuée en partie par une baisse des coûts de production et des coûts des aliments en pourcentage du coût des ventes nettes du fait de gains d'efficience.
- 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 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 diminué, passant de 43,2 % à 39,1 %.
- La baisse des amortissements s'explique avant tout par la diminution des immobilisations corporelles et des actifs au titre de droits d'utilisation liés aux initiatives du projet Blue Ocean.
- Les (profits) coûts de réorganisation et autres (profits) coûts connexes pour l'exercice 2023 sont composés essentiellement d'un profit sur la résiliation de contrats de location contrebalancé en partie par la sortie d'actifs non financiers et des coûts de réduction de la masse salariale, tandis que pour l'exercice 2022, les coûts sont composés essentiellement des honoraires de conseillers externes relativement au plan de réorganisation de la Société.

- L'augmentation des charges financières nettes est principalement attribuable aux débentures convertibles de 30 millions de dollars émises en février 2023, compensée en partie par la baisse des charges d'intérêts sur les obligations locatives dans le cadre des initiatives du projet Blue Ocean.
- La perte nette a considérablement diminué malgré le recul des ventes nettes par rapport à la période correspondante de l'exercice précédent. Cette amélioration s'explique essentiellement par la réduction des frais de vente et charges générales et administratives du fait des initiatives de réduction des coûts ainsi que par l'amélioration de la marge brute résultant de l'amélioration de l'efficacité opérationnelle. De plus, la diminution de la perte nette est attribuable à l'importante réduction de la dépréciation des actifs non financiers.

PARAMÈTRES ET MESURES FINANCIÈRES NON CONFORMES AUX IFRS

BÉNÉFICE BRUT AJUSTÉ¹ ET MARGE BRUTE AJUSTÉE¹

Le rapprochement du bénéfice brut et du bénéfice brut ajusté¹ et de la marge brute ajustée¹ est le suivant.

(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	
	2 septembre 2023	3 septembre 2022	2 septembre 2023	3 septembre 2022
Bénéfice brut	14 221 \$	14 256 \$	65 380 \$	68 055 \$
Abandon de produits liés à l'offre sur demande	–	1 194	1 273	1 194
Bénéfice brut ajusté	14 221 \$	15 450 \$	66 653 \$	69 249 \$
Ventes nettes	37 228 \$	50 357 \$	168 558 \$	268 586 \$
Marge brute	38,2 %	28,3 %	38,8 %	25,3 %
Marge brute ajustée (en pourcentage)	38,2 %	30,7 %	39,5 %	25,8 %

Pour la période de 13 semaines close le 2 septembre 2023, le bénéfice brut ajusté¹ a diminué de 1,2 million de dollars par rapport au trimestre correspondant de l'exercice précédent, en dépit du repli de 13,1 millions de dollars des ventes nettes, ce qui est essentiellement attribuable aux gains d'efficacité opérationnelle qui ont baissé les coûts afférents aux aliments et à la production, ainsi qu'aux ajustements des prix de vente effectués au cours de l'exercice. L'augmentation de 7,5 points de pourcentage de la marge brute ajustée¹ s'explique surtout par l'amélioration des coûts afférents aux aliments, à la production et à la livraison en pourcentage des ventes nettes du fait de gains d'efficacité découlant des initiatives de réduction des coûts de la Société. La marge brute ajustée¹ améliorée a été atténuée en partie par un recul des ventes nettes.

Pour la période de 52 semaines close le 2 septembre 2023, le bénéfice brut ajusté¹ a diminué de 2,6 millions de dollars par rapport à l'exercice précédent, en dépit du repli de 100,0 millions de dollars des ventes nettes. Cette baisse résulte principalement du recul des ventes nettes, contrebalancé en partie par la baisse des coûts des marchandises vendues, notamment des coûts afférents aux aliments, à la production et à la livraison. La hausse de 13,7 points de pourcentage de la marge brute ajustée¹ est attribuable à la baisse des coûts afférents aux aliments, à la production et à la livraison en pourcentage du coût des ventes nettes du fait de gains d'efficacité découlant des initiatives de réduction des coûts de la Société, ainsi qu'aux ajustements des prix de vente effectués au cours de l'exercice.

¹ Consulter la section à la fin de ce communiqué de presse traitant des mesures financières non conformes aux IFRS.

BAIIA¹, BAIIA AJUSTÉ¹ ET MARGE DU BAIIA AJUSTÉ¹

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

(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	
	2 septembre 2023	3 septembre 2022	2 septembre 2023	3 septembre 2022
Perte nette	(3 689) \$	(58 407) \$	(16 463) \$	(121 761) \$
Charges financières nettes	1 299	1 677	5 668	5 233
Amortissements	2 006	4 853	10 837	17 295
Charge (recouvrement) d'impôt différé	–	39	(61)	(1 495)
BAIIA	(384) \$	(51 838) \$	(19) \$	(100 728) \$
Charge liée aux paiements fondés sur des actions	278	1 472	3 909	5 986
Abandon de produits liés à l'offre sur demande	–	1 194	1 273	1 194
Dépréciation des actifs non financiers	–	46 085	–	46 085
Coûts (profits) de réorganisation et autres coûts (profits) connexes	812	1 160	(468)	6 742
BAIIA ajusté	706 \$	(1 927) \$	4 695 \$	(40 721) \$
Ventes nettes	37 228 \$	50 357 \$	168 558 \$	268 586 \$
Marge du BAIIA ajusté (en pourcentage)	1,9 %	(3,8) %	2,8 %	(15,2) %

Pour la période de 13 semaines close le 2 septembre 2023, la marge du BAIIA ajusté¹ s'est améliorée de 5,7 points de pourcentage par rapport à la période correspondante de 2022, du fait surtout d'une progression robuste de la marge brute ajustée¹ et de la diminution des frais de vente et charges générales et administratives, ce qui est attribuable à une réduction de la masse salariale et à d'autres initiatives de réduction des coûts. L'amélioration de la marge du BAIIA ajusté¹ a été atténuée en partie par un recul des ventes nettes.

Pour la période de 52 semaines close le 2 septembre 2023, la marge du BAIIA ajusté¹ s'est améliorée de 18,0 points de pourcentage par rapport à la période correspondante de 2022, du fait surtout d'une progression robuste de la marge brute ajustée¹ et de la diminution des frais de vente et charges générales et administratives, ce qui est attribuable avant tout à une réduction de la masse salariale et à d'autres initiatives de réduction des coûts. L'amélioration de la marge du BAIIA ajusté¹ a été atténuée en partie par un recul des ventes nettes.

¹ Consulter la section à la fin de ce communiqué de presse traitant des mesures financières non conformes aux IFRS.

FLUX DE TRÉSORERIE DISPONIBLES¹ ET FLUX DE TRÉSORERIE DISPONIBLES AJUSTÉS¹

Le tableau qui suit présente un rapprochement des flux de trésorerie liés aux activités d'exploitation nets, des flux de trésorerie disponibles¹ et des flux de trésorerie disponibles ajustés¹.

(en milliers de dollars canadiens)

	Pour les périodes de 13 semaines closes les		Pour les périodes de 52 semaines closes les	
	2 septembre 2023	3 septembre 2022	2 septembre 2023	3 septembre 2022
Sorties nettes de trésorerie liées aux activités d'exploitation	(1 958) \$	(13 114) \$	(9 350) \$	(58 981) \$
Entrées d'immobilisations corporelles	(18)	(4 807)	(716)	(35 880)
Entrées d'immobilisations incorporelles	(197)	(41)	(1 019)	(2 561)
Flux de trésorerie disponibles	(2 173) \$	(17 962) \$	(11 085) \$	(97 422) \$
Paiements au titre de l'abandon de produits liés à l'offre sur demande	7	–	319	–
Paiements versés aux fins de la réorganisation et autres coûts connexes	1 047	6 319	6 275	6 319
Flux de trésorerie disponibles ajustés	(1 119) \$	(11 643) \$	(4 491) \$	(91 103) \$

Pour la période de 13 semaines close le 2 septembre 2023, les flux de trésorerie disponibles ajustés¹ se sont améliorés de 10,5 millions de dollars par rapport à la période correspondante de 2022, du fait surtout d'une baisse de la perte nette principalement attribuable à une réduction de la masse salariale et à d'autres initiatives de réduction des coûts ainsi qu'à la diminution des dépenses d'investissement, puisque la mise en service des nouvelles installations a pris fin au cours de l'exercice 2022 et que l'attention a été portée sur des projets de maintenance et de technologie au cours de l'exercice 2023.

Pour la période de 52 semaines close le 2 septembre 2023, les flux de trésorerie disponibles ajustés¹ se sont améliorés de 86,6 millions de dollars par rapport à la période correspondante de 2022, du fait surtout d'une baisse de la perte nette principalement attribuable à une réduction de la masse salariale et à d'autres initiatives de réduction des coûts ainsi qu'à la diminution des dépenses d'investissement, puisque la mise en service des nouvelles installations a pris fin au cours de l'exercice 2022 et que l'attention a été portée sur des projets de maintenance et de technologie au cours de l'exercice 2023.

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.

Le marché des solutions de repas en ligne poursuit sa croissance rapide et les ventes de prêts-à-cuisiner sont maintenant estimées à environ 1,4 milliard de dollars américains au Canada au sein du secteur canadien de l'épicerie, lequel est évalué à 123 milliards de dollars canadiens, soit un taux de pénétration d'à peine 4,8 % des ménages (se reporter à la notice annuelle pour en savoir plus). Nous sommes d'avis que les possibilités de croissance des ventes de prêts-à-cuisiner auprès des ménages canadiens sont encore grandes, comme l'illustre une étude du secteur qui estime que la croissance du marché canadien des prêts-à-cuisiner représentera un TCAC de 16 % entre 2023 et 2027, pour un marché atteignant 2,5 milliards de dollars américains. 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

¹ Consulter la section à la fin de ce communiqué de presse traitant des mesures financières non conformes aux IFRS.

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.

Avant d'intensifier nos efforts pour conquérir une part importante du marché des solutions de repas, nous avons mis et continuons de mettre l'accent sur l'amélioration et l'augmentation des flux de trésorerie. Nous sommes satisfaits d'avoir présenté un BAIIA ajusté¹ positif pour maintenant trois trimestres consécutifs et un exercice complet et suscité une amélioration des flux de trésorerie disponibles ajustés¹ de 87 millions de dollars pour l'exercice considéré, en plus d'avoir enregistré des flux de trésorerie disponibles ajustés¹ positifs au troisième trimestre, lesquels se sont élevés à 4 millions de dollars. L'amélioration du BAIIA ajusté¹ et des flux de trésorerie disponibles ajustés¹ en raison de la baisse des ventes nettes met en évidence la discipline de coûts dont nous avons fait preuve en améliorant notre efficacité opérationnelle et en réduisant les frais de vente et charges générales et administratives. Cette progression place Goodfood dans une position idéale pour tourner son attention vers la croissance et pour financer cette croissance à même les flux de trésorerie générés en interne.

Au cours de l'exercice 2024, Goodfood mettra l'emphase sur des principaux piliers de croissance pour stimuler l'augmentation du chiffre d'affaires et, surtout, celle de la rentabilité et des flux de trésorerie : 1) la croissance de la clientèle, 2) l'accroissement de la fréquence des commandes, 3) l'augmentation de la taille des paniers, et 4) continuer à améliorer nos pratiques en matière de durabilité.

Dans le but d'accroître la clientèle de la Société, la première étape consiste à générer des économies de coûts en matière d'acquisition de clients afin de permettre l'ajout de clients à la plateforme de Goodfood chaque semaine sans investissement supplémentaire. Au cours des derniers mois, nous avons analysé en profondeur nos canaux d'acquisition et y avons apporté des ajustements importants. Nous avons également effectué et continuons d'effectuer des investissements dans notre offre numérique afin de rehausser l'expérience client en réduisant la friction et en facilitant l'utilisation. En combinaison avec les réactivations d'anciens membres de Goodfood, ces initiatives nous ont permis de réduire substantiellement les coûts d'acquisition des clients au quatrième trimestre et d'améliorer la rentabilité ainsi que les économies par unité liées aux clients, comme en fait foi la progression constante de la capacité et de la rentabilité liées aux ventes réalisées auprès des clients.

La variété des produits est un des principaux facteurs susceptibles d'accroître la fréquence des commandes. En plus d'avoir lancé notre programme pour les clients privilégiés, qui récompense nos clients ayant une haute fréquence de commande, nous avons augmenté la diversité des recettes et des ingrédients que nous offrons afin de proposer plus de choix, dans le but d'améliorer les taux de commandes. Grâce à des produits *Better-for-You* comme les poitrines de poulet biologiques, le bœuf haché maigre biologique, le bison, la truite arc-en-ciel élevée de façon durable et les repas paléo et keto ainsi qu'aux partenariats avec des restaurants de première catégorie, nous prévoyons offrir une plus grande sélection de repas alléchants à nos clients afin de susciter une croissance constante de la fréquence des commandes.

La valeur des paniers assemblés par nos clients continue aussi d'augmenter, et nous élaborons un ensemble différencié de prêts-à-cuisiner, de plats prêts-à-manger et de produits complémentaires d'épicerie afin d'offrir aux Canadiens une option de solutions de repas en ligne emballante et d'obtenir une part grandissante de leurs dépenses d'alimentation. De plus, nous avons élargi et continuons d'élargir le choix de protéines que nous offrons à nos clients avec le lancement des ventes incitatives et le lancement prochain de la personnalisation à même nos recettes de prêts-à-cuisiner, ce qui permettra aux clients d'échanger ou de doubler les protéines incluses dans les recettes qu'ils ont choisies. Grâce à ces initiatives, nous visons à offrir aux clients un éventail d'options pour rendre leurs repas meilleurs et pour augmenter facilement la taille de leurs paniers.

Nous cherchons également continuellement à améliorer nos initiatives en matière de durabilité en privilégiant des options respectueuses de la planète. Non seulement nous proposons des ingrédients parfaitement portionnés qui contribuent à réduire le gaspillage alimentaire, mais nous cherchons également constamment à simplifier notre chaîne d'approvisionnement en éliminant les intermédiaires, de la ferme à la table de cuisine. Cette année, nous compensons également les émissions de carbone liées aux livraisons

¹ Consulter la section à la fin de ce communiqué de presse traitant des mesures financières non conformes aux IFRS.

et introduisons des innovations en matière d'emballage qui nous ont permis de supprimer l'équivalent de 2,4 millions de sacs en plastique par an de nos livraisons. Notre objectif est clair, construire une entreprise qui aide nos clients à mener une vie plus saine sur une planète plus saine.

En plus de cibler ces principaux piliers de croissance du chiffre d'affaires, nous mettons actuellement à l'essai la possibilité d'établir des partenariats multicanaux susceptibles d'aider Goodfood à rejoindre plus de clients et d'accroître sa résilience.

Compte tenu des mesures que nous avons prises, notre exécution stratégique visant à générer de la rentabilité et des flux de trésorerie continue à donner des résultats, comme en témoigne l'amélioration constante du BAIIA ajusté¹ et des flux de trésorerie. Une croissance rentable, de concert avec nos efforts incessants pour cultiver nos relations avec la clientèle, 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.

TÉLÉCONFÉRENCE

Goodfood tiendra une conférence téléphonique le 22 novembre 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 1-416-764-8658 (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://www2.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 955532#. L'enregistrement sera accessible jusqu'au 29 novembre 2023.

Une version complète du rapport de gestion et des états financiers consolidés pour les quatrième trimestres clos le 2 septembre 2023 et le 3 septembre 2022 sera publiée au www.sedarplus.ca 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 l'exercice 2023.

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

¹ Consulter la section à la fin de ce communiqué de presse traitant des mesures financières non conformes aux IFRS.

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, de l'amortissement et de l'impôt sur le résultat. 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 (profits) coûts de réorganisation et autres (profits) 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 occasions de croissance de façon rentable, de financer ses activités courantes et de rembourser sa dette. 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.
- Les flux de trésorerie disponibles s'entendent des sorties ou entrées nettes de trésorerie liées aux activités d'exploitation diminuées des entrées d'immobilisations corporelles et incorporelles. Cette mesure permet à la Société d'évaluer la solidité financière et la situation de trésorerie ainsi que la quantité de trésorerie générée et disponible pour investir dans des occasions de croissance, financer ses activités courantes et rembourser sa dette. Elle permet également de faire des comparaisons avec des sociétés dont la structure du capital est différente. Les flux de trésorerie disponibles ajustés s'entendent des flux de trésorerie disponibles, exclusion faite des paiements en trésorerie effectués au titre des coûts liés aux activités de réorganisation. La Société est d'avis que les flux de trésorerie disponibles ajustés sont une mesure utile pour faire des comparaisons avec des sociétés dont la structure du capital est différente puisqu'elle fait abstraction de la variation attribuable à l'incidence des éléments décrits ci-dessus. Nous estimons également que ce paramètre constitue une mesure utile de la performance financière et de la performance à l'égard de la situation de trésorerie 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 facilite la comparaison entre les périodes de présentation.
- 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 le paramètre des clients actifs ne constitue ni une mesure financière conforme aux IFRS ni une mesure financière non conforme aux IFRS, et que, par conséquent, il 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. Goodfood a à cœur de créer un lien entre ses fermes partenaires et fournisseurs et les cuisines de ses 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

Roslane Aouameur
Chef de la direction financière
(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 court 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 2 septembre 2023 disponible sur le site de SEDAR+ à l'adresse www.sedarplus.ca : des antécédents limités en matière d'exploitation, des flux de trésorerie négatifs liés aux activités d'exploitation, le risque lié à la poursuite de son exploitation, l'industrie alimentaire, y compris l'inflation actuelle dans le secteur, la dette et l'incidence de celle-ci sur la situation financière, les besoins futurs en capitaux, 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, les centres de distribution et les réseaux de logistique, 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 et les failles en matière de sécurité en ligne, la fiabilité des centres de données, la conformité aux modalités de licences de logiciels ouverts, le risque d'exploitation et le risque assuré, la gestion de la croissance, le nombre restreint et la gamme de produits, les conflits d'intérêts, les litiges, les coûts et la disponibilité des aliments, 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, ainsi que l'incapacité à maintenir des normes élevées en matière de responsabilité sociale pourraient entacher notre réputation et avoir des effets défavorables sur nos activités. 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, 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.