

Goodfood annonce ses résultats du deuxième trimestre, notamment un bénéfice net positif et un BAIIA ajusté¹ de 3 millions de dollars grâce à l'exécution réussie du plan de redressement

- Les ventes nettes du deuxième trimestre se sont établies à 42 millions de dollars, ce qui représente un recul de 43 % par rapport au trimestre correspondant de l'exercice précédent, du fait de l'attention que nous portons sur les clients à valeur élevée ce qui favorise de plus grandes économies par unité.
- La marge brute trimestrielle s'est établie à 40,7 %, ce qui représente un sommet. Il s'agit d'une amélioration de 16,7 % par rapport à la période correspondante de l'exercice précédent.
- Le bénéfice net trimestriel s'est chiffré à 0,1 million de dollars, soit une amélioration de 21 millions de dollars par rapport à la période correspondante de l'exercice précédent.
- La marge du BAIIA ajusté¹ positive s'est établie à 7,2 % et le BAIIA ajusté¹ a été de 3 millions de dollars pour le trimestre, ce qui constitue une amélioration de 17 millions de dollars par rapport à la perte de 14 millions de dollars affichée au cours de la période correspondante de l'exercice précédent.
- Les sorties au titre des flux de trésorerie disponibles ajustés¹ ont totalisé 2 millions de dollars au cours du deuxième trimestre, soit une amélioration de 25 millions de dollars par rapport à la période correspondante de l'exercice précédent.
- Nous confirmons nos attentes à l'égard d'un BAIIA ajusté¹ positif pour le troisième trimestre de l'exercice 2023, grâce au redressement de notre structure de coûts en raison des initiatives de réduction des coûts, maintenant avec l'accent sur la croissance.

Montréal (Québec), le 12 avril 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 deuxième trimestre de l'exercice 2023 clos le 4 mars 2023.

« Nous sommes heureux d'avoir tenu nos engagements visant à dégager un BAIIA ajusté¹ positif pour le trimestre à l'étude, ce qui est soutenu par une marge brute structurelle plus élevée. Ces résultats mettent en lumière l'exécution réussie en ce qui a trait au redressement de notre efficacité opérationnelle et à l'amélioration constante de notre structure de coût, ce qui a permis d'afficher une solide performance financière. Pour la première fois dans l'histoire de Goodfood, notre marge brute a franchi la barre des 40 %. Les ventes nettes, qui se sont établies à 42 millions de dollars, ont reculé en raison surtout de l'attention que nous portons sur la prospection et la fidélisation de clients à valeur élevée pour lesquels les besoins sont moindres en matière d'incitatifs, ce qui favorise de plus grandes économies par unité. Si on ajoute à cela une discipline constante à l'égard de nos frais de vente et charges générales et administratives, le BAIIA ajusté¹ a été de 3 millions de dollars au cours du trimestre à l'étude, comparativement à une perte de 14 millions de dollars au cours du trimestre correspondant de l'exercice précédent », a déclaré Jonathan Ferrari, chef de la direction de Goodfood.

« À l'aube du troisième trimestre, nous sommes encouragés par nos niveaux de rentabilité et l'amélioration des flux de trésorerie qui en découle. De fait, les sorties au titre des flux de trésorerie disponibles ajustés¹ ont totalisé 2 millions de dollars au cours du deuxième trimestre, soit une amélioration de 25 millions de dollars », a ajouté M. Ferrari. « Ayant atteint notre structure simplifiée en ce qui a trait au bilan et au niveau de rentabilité, ceci nous permet de mettre l'accent sur la croissance rentable. Nous avons mis en place des initiatives clés orientées vers le client, notamment un nouveau programme de récompenses, des collaborations avec des restaurants et le lancement de nos nouveaux repas Keto et Paléo, le tout appuyé par notre nouvelle campagne de marketing attrayante mettant en vedette le capitaine des Canadiens de Montréal, Nick Suzuki. Nous nous sommes également engagés à accroître davantage notre engagement envers la durabilité au moyen de multiples initiatives que nous vous invitons à lire dans notre [lettre ouverte Be Good-er](#). Le fait que nous ayons réussi à redresser notre structure de coûts et que nous portions maintenant notre attention sur la croissance nous permet de croire que nous sommes déjà bien avancés dans la mise en œuvre des éléments de base qui favoriseront une croissance rentable soutenue à long terme et de la valeur pour nos actionnaires », 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.

RÉSULTATS D'EXPLOITATION – DEUXIÈME 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	4 mars 2023	5 mars 2022	(en \$)	(en %)
Ventes nettes	42 043 \$	73 377 \$	(31 334) \$	(43) %
Coût des marchandises vendues	24 929	55 782	(30 853)	(55) %
Bénéfice brut	17 114 \$	17 595 \$	(481) \$	(3) %
Marge brute	40,7 %	24,0 %	s. o.	16,7 p.p.
Frais de vente, charges générales et administratives	15 531	33 163	(17 632)	(53) %
Amortissements	2 856	4 282	(1 426)	(33) %
(Profits) coûts de réorganisation et autres (profits) coûts connexes	(2 769)	1 293	(4 062)	(314) %
Charges financières nettes	1 470	1 056	414	39 %
Bénéfice (perte) avant impôt sur le résultat	26 \$	(22 199) \$	22 225 \$	(100) %
Recouvrement d'impôt différé	(72)	(1 559)	1 487	(95) %
Bénéfice net (perte nette), représentant le résultat global	98 \$	(20 640) \$	20 738 \$	(100) %
Bénéfice (perte) de base et dilué(e) par action	– \$	(0,28) \$	0,28 \$	(100) %

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

- Le recul des ventes nettes s'explique surtout par l'attention que porte la Société sur la prospection de clients et leur fidélisation, ce qui favorise une marge brute plus élevée, en raison notamment des besoins moindres en matière de crédits et d'incitatifs, par la modification du comportement des consommateurs ainsi que par la décision prise par la Société de mettre fin à l'offre sur demande. La diminution des ventes nettes a été contrebalancée 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 une amélioration des coûts afférents aux aliments, à la production et à l'emballage en pourcentage 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 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 45,2 % à 36,9 %.
- 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 de réorganisation et autres profits connexes engagés au deuxième trimestre de l'exercice 2023 comprennent un profit sur la résiliation de contrats de location contrebalancé en partie par des coûts de réduction de la masse salariale.
- L'augmentation des charges financières nettes est principalement attribuable aux débetures convertibles de 30 millions de dollars de la Société émise en février 2022, contrebalancée en partie par la baisse des intérêts sur la dette et des obligations locatives attribuable à la réduction du solde de la dette et à la diminution des obligations locatives dans la foulée des initiatives de Blue Ocean.
- Le bénéfice net s'est établi à 0,1 million de dollars au cours du deuxième trimestre de 2023 par rapport à une perte nette de 20,6 millions de dollars au cours du trimestre correspondant de l'exercice précédent. L'amélioration est attribuable essentiellement à une diminution de la masse salariale comptabilisée dans le coût des marchandises vendues et dans les frais de vente et charges générales et administratives de même qu'au recul des coûts des aliments et à la baisse des dépenses de marketing, facteurs contrebalancés en partie par une marge brute moindre du fait surtout du repli des ventes.

RÉSULTATS D'EXPLOITATION – PÉRIODE CUMULÉE DES EXERCICES 2023 ET 2022

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 26 semaines closes les	4 mars 2023	5 mars 2022	(en \$)	(en %)
Ventes nettes	89 191 \$	151 198 \$	(62 007) \$	(41) %
Coût des marchandises vendues	55 318	114 955	(59 637)	(52) %
Bénéfice brut	33 873 \$	36 243 \$	(2 370) \$	(7) %
Marge brute	38,0 %	24,0 %	s. o.	14,0 p.p.
Frais de vente, charges générales et administratives	37 529	67 738	(30 209)	(45) %
Amortissements	6 625	7 222	(597)	(8) %
(Profits) coûts de réorganisation et autres (profits) coûts connexes	(1 650)	3 105	(4 755)	(153) %
Charges financières nettes	3 040	1 960	1 080	55 %
Perte avant impôt sur le résultat	(11 671) \$	(43 782) \$	32 111 \$	73 %
Recouvrement d'impôt différé	(61)	(1 532)	1 471	96 %
Perte nette, représentant le résultat global	(11 610) \$	(42 250) \$	30 640 \$	73 %
Perte de base et diluée par action	(0,15) \$	(0,56) \$	0,41 \$	73 %

ANALYSE DES VARIATIONS ENTRE LA PÉRIODE CUMULÉE DE 2023 ET LA PÉRIODE CUMULÉE DE 2022

- Le recul des ventes nettes s'explique surtout par l'attention que porte la Société sur la prospection de clients et leur fidélisation, ce qui favorise une marge brute plus élevée, en raison notamment des besoins moindres en matière de crédits et d'incitatifs, par la modification du comportement des consommateurs ainsi que par la décision prise de mettre fin à l'offre sur demande. La diminution des ventes nettes a été contrebalancée 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 une baisse des coûts 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 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 44,8 % à 42,1 %.
- 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 de réorganisation et autres profits connexes engagés 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.
- 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 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, de la baisse des coûts des aliments et des dépenses de marketing moindres, facteurs contrebalancés en partie par une marge brute moindre du fait surtout du repli des ventes.

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 26 semaines closes les	
	4 mars 2023	5 mars 2022	4 mars 2023	5 mars 2022
Bénéfice brut	17 114 \$	17 595 \$	33 873 \$	36 243 \$
Abandon de produits liés à l'offre sur demande	631	–	1 274	–
Bénéfice brut ajusté ¹	17 745 \$	17 595 \$	35 147 \$	36 243 \$
Ventes nettes	42 043 \$	73 377 \$	89 191 \$	151 198 \$
Marge brute	40,7 %	24,0 %	38,0 %	24,0 %
Marge brute ajustée ¹ (en pourcentage)	42,2 %	24,0 %	39,4 %	24,0 %

Pour la période de 13 semaines close le 4 mars 2023, le bénéfice brut ajusté¹ a augmenté de 0,2 million de dollars du fait surtout d'une diminution des coûts des marchandises vendues. L'augmentation de 18,2 % de la marge brute ajustée¹ s'explique surtout par l'amélioration des coûts afférents aux aliments, à la production et à l'emballage en pourcentage des coûts des ventes nettes du fait de gains d'efficacité dans le cadre du projet Blue Ocean ainsi que de la diminution des crédits et des incitatifs en pourcentage des ventes. La diminution des crédits et des incitatifs découle en partie de l'attention portée par la Société sur la prospection et la fidélisation de clients pour lesquels les efforts en matière d'incitatifs sont moindres. La marge brute ajustée améliorée a été atténuée en partie par un recul des ventes nettes.

Pour la période de 26 semaines close le 4 mars 2023, le bénéfice brut ajusté¹ a diminué de 1,1 million de dollars en raison 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 l'emballage. La hausse de 15,4 % de la marge brute ajustée¹ est attribuable à la baisse des coûts afférents aux aliments, à la production et à l'emballage en pourcentage du coût des ventes nettes du fait de gains d'efficacité liés au projet Blue Ocean, ainsi qu'à la diminution des crédits et des incitatifs en pourcentage des ventes. La diminution des crédits et des incitatifs découle en partie de l'attention portée par la Société sur la prospection et la fidélisation de clients pour lesquels les efforts en matière d'incitatifs sont moindres.

BAIIA¹, BAIJA AJUSTÉ¹ ET MARGE DU BAIJA AJUSTÉ¹

Le tableau suivant fait le rapprochement de la perte nette et du BAIJA¹, du BAIJA ajusté¹ et de la marge du BAIJA ajusté¹.

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

	Pour les périodes de 13 semaines closes les		Pour les périodes de 26 semaines closes les	
	4 mars 2023	5 mars 2022	4 mars 2023	5 mars 2022
Bénéfice net (perte nette)	98 \$	(20 640) \$	(11 610) \$	(42 250) \$
Charges financières nettes	1 470	1 056	3 040	1 960
Amortissements	2 856	4 282	6 625	7 222
Recouvrement d'impôt différé	(72)	(1 559)	(61)	(1 532)
BAIIA ¹	4 352 \$	(16 861) \$	(2 006) \$	(34 600) \$
Charge liée aux paiements fondés sur des actions	794	1 984	3 087	3 337
Abandon de produits liés à l'offre sur demande	631	–	1 274	–
(Profits) coûts de réorganisation et autres (profits) coûts connexes	(2 769)	1 293	(1 650)	3 105
BAIJA ajusté ¹	3 008 \$	(13 584) \$	705 \$	(28 158) \$
Ventes nettes	42 043 \$	73 377 \$	89 191 \$	151 198 \$
Marge du BAIJA ajusté ¹ (en pourcentage)	7,2 %	(18,5) %	0,8 %	(18,6) %

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

Pour la période de 13 semaines close le 4 mars 2023, la marge du BAIIA ajusté¹ s'est améliorée de 25,7 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 réduction de la masse salariale et à d'autres initiatives du projet Blue Ocean. L'amélioration de la marge du BAIIA ajusté¹ a été atténuée en partie par un recul des ventes nettes.

Pour la période de 26 semaines close le 4 mars 2023, la marge du BAIIA ajusté¹ s'est améliorée de 19,4 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 du projet Blue Ocean. L'amélioration de la marge du BAIIA ajusté¹ a été atténuée en partie par un recul des ventes nettes.

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 disponibles et des flux de trésorerie disponibles ajustés.

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

	Pour les périodes de 13 semaines closes les		Pour les périodes de 26 semaines closes les	
	4 mars	5 mars	4 mars	5 mars
	2023	2022	2023	2022
Sorties nettes de trésorerie liées aux activités d'exploitation	(4 417) \$	(13 692) \$	(10 492) \$	(32 614) \$
Entrées d'immobilisations corporelles	(3)	(13 924)	(689)	(24 734)
Entrées d'immobilisations incorporelles	(494)	(1 015)	(620)	(2 019)
Flux de trésorerie disponibles ¹	(4 914) \$	(28 631) \$	(11 801) \$	(59 367) \$
Paiements au titre de l'abandon de produits liés à l'offre sur demande	127	–	127	–
Paiements versés aux fins de la réorganisation et autres coûts connexes	2 576	1 293	4 694	2 979
Flux de trésorerie disponibles ajustés ¹	(2 211) \$	(27 338)	(6 980)	(56 388)

Pour la période de 13 semaines close le 4 mars 2023, les flux de trésorerie disponibles ajustés¹ se sont améliorés de 24,9 millions de dollars par rapport à la période correspondante de 2022, du fait surtout du bénéfice net généré en 2023 comparativement à une perte nette au cours de la période correspondante de 2022, et de la diminution des entrées d'immobilisations corporelles puisque la mise en service des nouvelles installations a pris fin au cours de l'exercice 2022. Les sorties nettes de trésorerie liées aux activités d'exploitation comprennent un montant de 2,7 millions de dollars au titre des coûts de réorganisation et autres coûts connexes comme les charges liées aux fermetures d'installations et les coûts de réduction de la masse salariale ainsi que des coûts au titre de l'abandon de produits d'épicerie sur demande.

Pour la période de 26 semaines close le 4 mars 2023, les flux de trésorerie disponibles ajustés¹ se sont améliorés de 46,8 millions de dollars par rapport à la période correspondante de 2022, du fait surtout d'une baisse de la perte nette, de la diminution des entrées d'immobilisations corporelles puisque la mise en service des nouvelles installations a pris fin au cours de l'exercice 2022 et du produit sur la sortie d'actifs non financiers reçu essentiellement au cours du premier trimestre de 2023. Les sorties nettes de trésorerie liées aux activités d'exploitation comprennent un montant de 4,8 millions de dollars au titre des coûts de réorganisation et autres coûts connexes comme les charges liées aux fermetures d'installations et les coûts de réduction de la masse salariale ainsi que des coûts au titre de l'abandon de produits d'épicerie sur demande.

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

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 environ 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 bonne position pour conquérir une part importante de ce marché.

Afin de conquérir une part importante du marché des solutions de repas, Goodfood a mis sur pied des initiatives attrayantes qui visent à attirer un plus large éventail de clients, ce qui permettra de générer davantage de commandes et de grossir la taille des paniers. Pour attirer de nouveaux clients et accroître leur fidélisation, nous investissons dans notre offre numérique – notre application mobile et notre plateforme web – afin d'améliorer le taux de conversion et la fidélisation. En plus de notre plateforme pour la clientèle actualisée, nous visons également à ce que nos idées novatrices en matière de produits jouent un rôle de premier plan dans notre croissance. Nous collaborons avec quelques-uns des plus grands restaurants et les meilleurs chefs au Canada afin de créer des recettes uniques, disponibles uniquement aux clients de Goodfood. Pour accroître le taux de pénétration des ménages, nous repensons notre offre de produits et nos canaux de distribution, que ce soit par l'ajout potentiel d'une plus grande variété de produits prêts-à-manger, par la proposition de rabais et par l'établissement de partenariats de distribution. Nos efforts portent maintenant sur la croissance de nos activités de manière rentable. Pour y arriver, nos équipes mettent à exécution celles dont le rendement est le plus élevé.

Pour optimiser la portée de nos initiatives attrayantes, nous investissons dans des stratégies de marketing rationnelles, fondées sur les données et très ciblées afin de conquérir de nouveaux clients grâce à des paramètres de rentabilité solides, d'accroître la fréquence des commandes et de grossir la taille des paniers au moyen de ventes croisées efficaces. Maintenant que nous avons atteint nos objectifs d'afficher de nouveau un BAIIA ajusté¹ positif et des flux de trésorerie améliorés, l'amélioration de ces deux paramètres pour les prochains trimestres et exercices sera vraisemblablement fonction de la progression du chiffre d'affaires. C'est d'ailleurs pourquoi nous mettons l'accent sur les initiatives visant la plateforme, les produits et le marketing.

Malgré les récentes difficultés (se reporter à la rubrique « Base de présentation » du rapport de gestion, y compris l'incertitude significative entourant notre capacité de poursuivre notre exploitation), 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, lequel est maintenant positif. 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.

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

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 12 avril 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 463513#. L'enregistrement sera accessible jusqu'au 19 avril 2023.

Une version complète du rapport de gestion et des états financiers consolidés pour les deuxièmes trimestres clos le 4 mars 2023 et le 5 mars 2022 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 4 mars 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 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.

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

- 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. 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. 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 à la rubrique « Paramètres et mesures financières non conformes aux IFRS – Rapprochement » du présent rapport de gestion.
- 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-après. 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 à la rubrique « Paramètres et mesures financières non conformes aux IFRS – Rapprochement » du présent 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

Roslane Auameur
Chef de la direction financière
(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 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 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.