



Pour diffusion immédiate

**Goodfood présente ses résultats du premier trimestre 2025 avec des ventes nettes de 35 millions de dollars, un bénéfice brut de 14 millions de dollars et un BAIIA ajusté<sup>1</sup> de 2 millions de dollars.**

- *Les ventes nettes se sont élevées à 35 millions de dollars au premier trimestre 2025, avec une marge brute<sup>2</sup> atteignant 39,6 % pour un bénéfice brut de 14 millions de dollars.*
- *Perte nette de 2 millions de dollars, marge du BAIIA ajusté<sup>1</sup> de 4.7% et BAIIA ajusté<sup>1</sup> de 2 millions de dollars pour le trimestre.*
- *Entrées de trésorerie liées aux activités d'exploitation de 2 millions de dollars et flux de trésorerie disponibles ajustés<sup>1</sup> de 2 millions de dollars pour le premier trimestre 2025.*
- *Solde de trésorerie sain de 21 millions de dollars après les liquidités déployées pour l'acquisition de Genuine Tea et le remboursement complet de l'emprunt à terme, avec une dette nette totale par rapport au BAIIA ajusté<sup>1</sup> de 2,64.*

**Montréal (Québec), 21 janvier 2025**

Goodfood Market Corp. (« **Goodfood** », « la **Société** », « **nous** » ou « **notre** ») (TSX : FOOD), un chef de file canadien des solutions de repas en ligne, a annoncé aujourd'hui ses résultats financiers pour le premier trimestre de l'exercice 2025 clos le 7 décembre 2024.

« Nous sommes heureux de continuer à produire un BAIIA ajusté<sup>1</sup> et des flux de trésorerie disponibles ajustés<sup>1</sup> positifs pour un autre trimestre, alors que nous naviguons dans un contexte difficile de demande des consommateurs au Canada. L'attention que nous portons aux efficacités opérationnelles, à la gestion disciplinée des coûts et à l'innovation en matière de produits nous a permis de maintenir la rentabilité du BAIIA ajusté<sup>1</sup> pour un huitième trimestre consécutif, en surmontant une conjoncture économique défavorable. Nous avons également atteint des flux de trésorerie disponibles ajustés<sup>1</sup> positifs lors de cinq des huit derniers trimestres, ce qui témoigne de l'engagement sans relâche de notre équipe à mettre en œuvre nos priorités stratégiques et à offrir une valeur à long terme à nos clients et à nos actionnaires. Nous restons convaincus que notre approche visant à améliorer l'expérience du client, à optimiser les économies unitaires et à nous concentrer sur des solutions de repas de haute qualité nous placera en bonne position pour la croissance future », a déclaré Jonathan Ferrari, chef de la direction de Goodfood.

« Vers la fin du trimestre, nous avons également conclu l'acquisition de Genuine Tea, marquant ainsi une étape importante dans notre évolution, alors que nous cherchons à diversifier nos offres et à bâtir un portefeuille de marques de prochaine génération qui trouvent un écho auprès des Canadiens. Combiné à notre investissement continu dans les capacités numériques et l'amélioration des produits afin d'améliorer l'acquisition et la fidélisation des clients, nous entamons 2025 en nous concentrant sur la génération de flux de trésorerie durables et la croissance », a conclu M. Ferrari.

---

<sup>1</sup> Il y a lieu de se reporter à la rubrique « Paramètres et mesures financières non conformes aux IFRS » du présent communiqué de presse pour une définition de ces mesures.

<sup>2</sup> La marge brute est définie comme le bénéfice brut divisé par les ventes nettes.

## RÉSULTATS D'EXPLOITATION – PREMIER TRIMESTRE DES EXERCICES 2025 ET 2024

Le tableau qui suit présente les composantes de l'état consolidé résumé intermédiaire 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	7 décemb re 2024	2 décemb re 2023	(en \$)		(en %)	
Ventes nettes	34 662	\$ 40 459	\$ (5 797)	\$ (14)	%	
Coût des marchandises vendues	20 941	24 530	(3 589)	(15)	%	
Bénéfice brut	13 721	\$ 15 929	\$ (2 208)	\$ (14)	%	
Marge brute	39,6	% 39,4	s. o.	0,2	p.	
Frais de vente, charges générales et administratives	12 396	14 488	(2 092)	(14)	%	
Amortissements	1 581	1 955	(374)	(19)	%	
Coûts de réorganisation et autres coûts connexes	–	3	(3)	(100)	%	
Charges financières nettes	1 431	1 456	(25)	(2)	%	
Perte nette, représentant le résultat global	(1 687)	\$ (1 973)	\$ 286	\$ (14)	%	
Perte de base et diluée par action	(0,02)	\$ (0,03)	\$ 0,01	\$ (33)	%	

### ANALYSE DES VARIATIONS ENTRE LE PREMIER TRIMESTRE DE 2025 ET LE PREMIER TRIMESTRE DE 2024

- Le recul des ventes nettes s'explique par la diminution du nombre de clients actifs, ce qui a réduit le nombre de commandes, et la hausse des crédits et des incitatifs par rapport au trimestre correspondant de l'exercice précédent. Cette diminution 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 ainsi que de l'augmentation des crédits et des incitatifs par rapport au trimestre correspondant de l'exercice précédent. La diminution a été contrebalancée en partie par une baisse du coût des aliments, des coûts de la main-d'œuvre et des coûts de livraison. La marge brute a augmenté légèrement de 0,2 point de pourcentage du fait de gains d'efficience à l'égard du coût des marchandises vendues.
- Les frais de vente et charges générales et administratives ont diminué en raison surtout d'une baisse des dépenses de marketing et de la masse salariale. Les frais de vente et charges générales et administratives en pourcentage des ventes nettes sont demeurés stables à 35,8 % par rapport au trimestre correspondant de l'exercice précédent.
- La légère amélioration de la perte nette est essentiellement attribuable à une réduction des frais de vente et charges générales et administratives, de même qu'à des gains d'efficience opérationnelle, qui ont donné lieu à une réduction des coûts de production et d'expédition. Cette amélioration a été contrebalancée en grande partie par la baisse des ventes nettes.

## PARAMÈTRES ET MESURES FINANCIÈRES NON CONFORMES AUX IFRS – RAPPROCHEMENT

### BAIIA<sup>1</sup>, BAIIA AJUSTÉ<sup>1</sup> ET MARGE DU BAIIA AJUSTÉ<sup>1</sup>

Le rapprochement de la perte nette et du BAIIA, du BAIIA ajusté et de la marge du BAIIA ajusté est le suivant.  
(en milliers de dollars canadiens, sauf les données en pourcentage)

	Pour les périodes de 13 semaines closes les			
	7 décembre 2024		2 décembre 2023	
Perte nette	(1 687)	\$	(1 973)	\$
Charges financières nettes	1 431		1 456	
Amortissements	1 581		1 955	
BAIIA	1 325	\$	1 438	\$
Charge liée aux paiements fondés sur des actions	219		13	
Coûts de réorganisation et autres coûts connexes	–		3	
Coûts d'acquisition	99		–	
BAIIA ajusté	1 643	\$	1 454	\$
Ventes nettes	34 662	\$	40 459	\$
Marge du BAIIA ajusté (en pourcentage)	4,7	%	3,6	%

Pour la période de 13 semaines close le 7 décembre 2024, la marge du BAIIA ajusté s'est accrue de 1,1 % par rapport au trimestre correspondant de l'exercice précédent, du fait surtout d'une diminution des frais de vente et charges générales et administratives en raison des dépenses de marketing moindres. Dans l'ensemble, le BAIIA ajusté a progressé de 0,2 million de dollars au cours du trimestre par rapport au trimestre correspondant de l'exercice précédent.

### FLUX DE TRÉSORERIE DISPONIBLES<sup>1</sup> ET FLUX DE TRÉSORERIE DISPONIBLES AJUSTÉS<sup>1</sup>

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)

	Pour les périodes de 13 semaines closes les			
	7 décembre 2024		2 décembre 2023	
Entrées nettes de trésorerie liées aux activités d'exploitation	2 189	\$	3 837	\$
Entrées d'immobilisations corporelles	(188)		(32)	
Entrées d'immobilisations incorporelles	(174)		(128)	
Flux de trésorerie disponibles	1 827	\$	3 677	\$
Paiements versés aux fins de la réorganisation et autres coûts connexes	–		330	
Paiements liés aux coûts d'acquisition	27		–	
Flux de trésorerie disponibles ajustés	1 854	\$	4 007	\$

Pour la période de 13 semaines close le 7 décembre 2024, les flux de trésorerie disponibles ajustés ont reculé de 2,2 millions de dollars par rapport à la période correspondante de l'exercice précédent, du fait surtout d'une

<sup>1</sup> Il y a lieu de se reporter à la rubrique « Paramètres et mesures financières non conformes aux IFRS » du présent communiqué de presse pour une définition de ces mesures.

variation défavorable des éléments hors trésorerie du fonds de roulement d'exploitation à la suite d'une variation défavorable des créiteurs et charges à payer attribuable à des paiements aux fournisseurs plus élevés, ainsi qu'aux débiteurs et autres montants à recevoir sous l'effet du calendrier des remboursements d'impôt. En outre, au premier trimestre de l'exercice 2025, la Société a engagé davantage de dépenses d'investissement en raison des travaux obligatoires de mise en conformité avec les normes anti-incendie dans l'installation de Montréal.

## RATIO DU TOTAL DE LA DETTE NETTE SUR LE BAIIA AJUSTÉ<sup>1</sup>

(en milliers de dollars canadiens, sauf les données sur les ratios)

	7 décembre 2024	2 décembre 2023
Dettes	– \$	2 075 \$
Débiteures convertibles, composante passif, y compris la tranche courante	45 683	42 597
Total de la dette	45 683	44 672
Trésorerie et équivalents de trésorerie	21 263	24 862
Total de la dette nette	24 420	19 810
BAIIA ajusté (quatre derniers trimestres) <sup>1</sup>	9 252	8 452
Ratio du total de la dette nette sur le BAIIA ajusté <sup>1</sup>	2,64	2,34

Le total de la dette nette de la Société a augmenté de 4,6 millions de dollars et le ratio du total de la dette nette sur le BAIIA ajusté s'est établi à 2,64 contre un ratio de 2,34 pour l'exercice précédent. Cette augmentation découle avant tout de la réduction de la trésorerie et des équivalents de trésorerie attribuable au remboursement complet de l'emprunt à terme, de l'acquisition de Genuine Tea et de l'accroissement de la valeur actualisée nette des débiteures convertibles à l'approche de l'échéance, contrebalancée en partie par les meilleurs résultats au cours des quatre derniers trimestres.

## 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, afin de mettre au point une expérience culinaire unique pour les clients.

Nous sommes d'avis qu'il y a encore des possibilités de croissance des ventes de prêts-à-cuisiner auprès des ménages canadiens, comme l'illustrent des études du secteur effectuées en 2024 qui estiment que la croissance des ventes de prêts-à-cuisiner auprès des ménages canadiens atteindra 4,2 % d'ici 2029 (en hausse par rapport au taux actuel de 3,5 %), ce qui comprend un taux de croissance annuel composé (« TCAC ») d'un peu moins de 10 % jusqu'en 2029 (se reporter à la notice annuelle de 2024 de Goodfood pour obtenir des renseignements supplémentaires).

Avant d'intensifier nos efforts pour conquérir une part importante du marché canadien des solutions de repas, nous continuons de mettre l'accent sur l'augmentation des flux de trésorerie. Nous sommes satisfaits d'avoir présenté un BAIIA ajusté<sup>1</sup> positif pour maintenant huit trimestres consécutifs, lequel a totalisé 9,3 millions de dollars pour les quatre plus récents trimestres. La constance du BAIIA ajusté<sup>1</sup> a permis une amélioration importante des flux de trésorerie disponibles ajustés<sup>1</sup>, qui ont été positifs au cours de cinq des huit derniers trimestres. Ces résultats placent Goodfood dans une position lui permettant de financer sa croissance à même les flux de trésorerie générés en interne.

Dans le but d'accroître la clientèle de la Société, nous devons générer des économies de coûts en matière

<sup>1</sup> Il y a lieu de se reporter à la rubrique « Paramètres et mesures financières non conformes aux IFRS » du présent communiqué de presse pour une définition de ces mesures.

d'acquisition de clients. 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 de plus de 10 % nos coûts d'acquisition des clients d'un exercice à l'autre et d'améliorer la rentabilité ainsi que les économies par unité liées aux clients.

Pour obtenir une plus grande part des dépenses d'alimentation des Canadiens, nous avons amélioré grandement la variété des produits puisqu'il s'agit d'un facteur d'accroissement de la fréquence des commandes. 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, la morue sauvage, le bison, la truite arc-en-ciel élevée de façon durable, la dinde hachée et les repas paléo et keto ainsi qu'aux partenariats avec des restaurants de première catégorie et des chefs renommés, nous prévoyons offrir une plus grande sélection de repas alléchants à nos clients afin de susciter une croissance constante de la fréquence des commandes. Par ailleurs, afin d'attirer des clients de plus en plus soucieux d'obtenir un bon rapport qualité-prix, nous avons lancé un nouveau plan économique offert à partir de 9,99 \$ la portion, et nous mettons à l'essai différentes options pour modifier les plans de repas afin de permettre à un plus grand nombre de clients d'apprécier nos délicieux repas.

Ainsi, la valeur des paniers assemblés par nos clients continue aussi d'augmenter par rapport à l'exercice précédent, et nous élaborons un ensemble différencié de prêts-à-cuisiner, de plats prêts-à-manger et de produits d'épicerie complémentaires 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 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 voulons compenser également les émissions de carbone liées aux livraisons 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. (Se reporter à la notice annuelle de 2024 de Goodfood pour obtenir de plus amples renseignements sur le partenariat de Goodfood avec Carbonzero et son inventaire des émissions de gaz à effet de serre pour l'exercice 2023).

En plus de cibler ces principaux piliers de croissance du chiffre d'affaires, nous considérons de plus en plus d'autres avenues de croissance, notamment les acquisitions. En novembre 2024, nous avons réalisé notre première acquisition, Genuine Tea, une société de premier plan de thé artisanal de troisième vague caractérisée par une croissance et des marges intéressantes. Cette acquisition jette les bases de notre portefeuille de marques de nouvelle génération.

Notre exécution stratégique visant à générer de la rentabilité et des flux de trésorerie continue de nous positionner pour la croissance et la rentabilité, comme en témoigne l'amélioration constante du BAIIA ajusté<sup>1</sup> 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 du portefeuille de marques millénariales de nouvelle génération la plus appréciée au Canada.

---

<sup>1</sup> Il y a lieu de se reporter à la rubrique « Paramètres et mesures financières non conformes aux IFRS » du présent rapport de gestion pour une définition de ces mesures.

## 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 actifs soit plus modeste au cours de ces périodes. Lors des périodes de temps particulièrement rude ou 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.

## TÉLÉCONFÉRENCE

---

Goodfood tiendra une conférence téléphonique le 21 janvier 2025 à 8 h, heure de l'Est, pour discuter de ces résultats. Les personnes intéressées peuvent se joindre à la téléconférence en composant le 1-800-717-1738 (pour les participants de Toronto et d'outre-mer) ou le 1-514-400-3792 (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>.

Si vous êtes dans l'impossibilité d'y participer, vous pourrez avoir accès à un enregistrement de la conférence téléphonique en composant le 1-888-660-6264 et en entrant le mot de passe pour la rediffusion 84605#. L'enregistrement sera accessible jusqu'au 28 janvier 2025.

Une version complète du rapport de gestion et des états financiers consolidés pour les périodes de 13 semaines closes le 7 décembre 2024 sera publiée au <https://www.sedarplus.ca/> plus tard aujourd'hui.

## PARAMÈTRES ET MESURES FINANCIÈRES NON CONFORMES AUX IFRS

---

Certains paramètres et certaines mesures 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. Les mesures financières non conformes aux IFRS constituent des renseignements additionnels en complément des mesures conformes aux IFRS et permettent de mieux comprendre les résultats d'exploitation de la Société de notre point de vue. 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 les périodes de 13 semaines closes le 7 décembre 2024.

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

- 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.

- 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 et de la reprise de dépréciation des actifs non financiers et des coûts de réorganisation et autres (profits) coûts connexes aux termes des initiatives de réduction des coûts et des coûts d'acquisition. La marge du BAIIA ajusté se définit comme le pourcentage du BAIIA ajusté sur les ventes nettes. Le BAIIA, le BAIIA ajusté et la marge du BAIIA ajusté sont des mesures financières non conformes aux IFRS. Nous estimons que le BAIIA, le BAIIA ajusté et la marge du BAIIA ajusté sont des mesures de rendement financier utiles pour évaluer la capacité de la Société de saisir les opportunités de croissance de façon rentable, de financer ses activités courantes et de rembourser sa dette. 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 entrées ou des sorties nettes de trésorerie liées aux activités d'exploitation diminuées des entrées d'immobilisations corporelles et incorporelles. Cette mesure permet à la Société d'évaluer sa solidité financière et sa 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 et des coûts d'acquisition. 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.
- Le ratio du total de la dette nette sur le BAIIA ajusté (aussi appelé levier net) correspond au total de la dette nette divisé par le BAIIA ajusté des quatre derniers trimestres. Le total de la dette nette comprend la dette et la composante passif des débiteures convertibles diminuées de la trésorerie et des équivalents de trésorerie. Le BAIIA ajusté des quatre derniers trimestres est obtenu en additionnant le BAIIA ajusté réel du trimestre à l'étude et des trois trimestre précédents. La Société est d'avis que le ratio du total de la dette nette sur le BAIIA ajusté est une mesure utile pour évaluer sa capacité à gérer la dette et les liquidités.
- 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.

## 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  
IR@makegoodfood.ca

Jennifer Stahlke  
Chef de la direction clientèle  
media@makegoodfood.ca

## INFORMATION PROSPECTIVE

---

Le présent rapport de gestion 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 53 semaines close le 7 septembre 2024 disponible sur le site de SEDAR+ à l'adresse [www.sedarplus.ca](http://www.sedarplus.ca) et dans la section « Événements et présentations » de notre site Web [www.makegoodfood.ca/fr/investisseurs](http://www.makegoodfood.ca/fr/investisseurs) : des antécédents en matière de flux de trésorerie liés aux activités d'exploitation négatifs, 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 médias sociaux, 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 conjoncture économique générale et les niveaux de revenu disponible, 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, le changement climatique et les risques liés à l'environnement, l'échec d'obtenir notre certification B Corp ou le retrait de notre certification B Corp, 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, et les enjeux environnementaux, sociaux et de gouvernance (« ESG »). 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.

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.