



GURU ORGANIC ENERGY ANNONCE SES RÉSULTATS FINANCIERS DU QUATRIÈME TRIMESTRE ET DE L'EXERCICE 2022

- **Hausse de +33 % des achats des consommateurs (ventes au détail enregistrées) au T4 2022¹, suite aux campagnes nationales « Bonne énergie au naturel » et « Retour au quotidien », et hausse de 31 % pour l'exercice 2022.**
- **Revenus nets de 29,1 M\$ pour l'exercice 2022, contre 30,2 M\$ pour l'exercice précédent. Le principal facteur ayant affecté la performance de la Société au cours de l'exercice 2022 est le changement de son modèle d'affaires au Canada au T4 2021. Depuis, son nouveau partenaire de distribution fournit de nombreux services en échange d'un prix réduit. Cette réduction a eu un impact négatif de 5,3 M\$ sur les revenus nets de l'exercice 2022. De plus, les revenus nets du T4 2021 incluaient l'impact de la commande initiale estimé à 2,7 M\$.**
- **Succès continu de la stratégie à long terme de GURU avec une croissance de 15 % des expéditions au cours de l'exercice 2022, par rapport à l'année précédente, en excluant la commande initiale.**
- **Marge brute de 52,1 % au T4 2022, contre 51,0 % au T4 2021, et de 54,0 % pour l'exercice 2022 contre 59,2 % pour l'exercice 2021, reflétant le changement du modèle d'affaires au Canada.**
- **Le BAIIA ajusté² a affiché une perte de 4,0 M\$ au T4 2022, soit une amélioration de 1,7 M\$ par rapport à une perte de 5,7 M\$ au T4 2021.**
- **Situation financière solide avec plus de 56 M\$ de trésorerie, d'équivalents de trésorerie, d'investissements à court terme et de facilités de crédit non utilisées, reflétant une gestion prudente du bilan.**

Montréal (Québec), le 26 janvier 2023 – GURU Organic Energy Corp. (TSX: GURU) (« **GURU** » ou la « **Société** »), la première marque de boissons énergisantes biologiques au Canada, a annoncé aujourd'hui ses résultats pour le quatrième trimestre et l'exercice clos le 31 octobre 2022. Tous les montants sont exprimés en dollars canadiens, sauf indication contraire.

Faits saillants financiers

(en milliers de dollars, sauf données par action)

	Trois mois clos le 31 octobre		Douze mois clos le 31 octobre	
	2022	2021	2022	2021
Revenus nets	6 783	8 466	29 081	30 191
Marge brute	3 533	4 314	15 693	17 883
Perte nette	(3 871)	(5 982)	(17 565)	(9 844)
Perte de base et diluée par action	(0,12)	(0,18)	(0,54)	(0,32)
BAIIA ajusté ²	(3 958)	(5 678)	(17 212)	(8 745)

« Au cours de la dernière année, nous avons réalisé ce que nous avons planifié de faire depuis que nous sommes devenus une société publique, c'est-à-dire entamer notre expansion sur le marché canadien et investir, pour la première fois, dans d'importantes campagnes de marketing nationales avec le soutien d'un partenaire disposant d'un réseau de distribution inégalé. Nos boissons énergisantes biologiques

différenciées sont maintenant distribuées dans plus de 96 % des dépanneurs et stations-service et 77 % des épiceries, pharmacies et magasins à grande surface³ à travers le Canada, et des progrès constants sont enregistrés au niveau de la notoriété de notre marque à l'échelle nationale, de la vélocité des ventes et de la croissance des parts de marché, » a déclaré Carl Goyette, président et chef de la direction de GURU.

« Comme nous l'avions prévu et planifié, le changement de notre modèle d'affaires et les investissements réalisés dans le cadre de nos activités d'expansion ont eu un impact sur notre performance financière à court terme. Nous croyons fermement que ces initiatives porteront fruit à long terme, alors que nous approchons de la fin de notre période de transition au début de 2023. Le quatrième trimestre a subi l'impact le plus important de cette transition, principalement en raison de facteurs non récurrents, notamment l'essentiel de la commande initiale effectuée au T4 2021, la rationalisation du portefeuille de boissons afin de nous concentrer sur nos boissons énergisantes principales, et le report intentionnel du lancement de notre prochaine innovation à un moment plus stratégique, soit au T2 de l'exercice suivant.

« Tout comme notre parcours vers la croissance au Québec, le développement de notre marque au Canada demandera du temps et des efforts soutenus. En mettant l'accent sur des campagnes de marketing ciblées et une exécution disciplinée des activités de vente au détail, nous prévoyons que cela se traduira par un retour à la croissance des ventes nettes pour l'exercice 2023, après la fin de notre période de transition. Avec un partenaire de classe mondiale, une marque authentique et un bilan robuste, nous sommes en bonne position pour poursuivre notre stratégie de croissance et autofinancer nos efforts de marketing afin d'atteindre nos objectifs de croissance et devenir la principale boisson énergisante organique disponible sur le marché canadien, tout en continuant à développer la notoriété de notre marque aux États-Unis, en particulier sur le marché californien, » a conclu M. Goyette.

Résultats des activités

Les données relatives aux achats des consommateurs au Canada ont montré une forte augmentation de 33 % au T4 2022 et de 31 % pour l'exercice 2022 par rapport aux mêmes périodes l'an dernier, reflétant ainsi la demande croissante pour les boissons énergisantes biologiques GURU auprès des consommateurs à l'échelle du Canada. Compte tenu du changement du modèle d'affaires et de la commande initiale du distributeur de détail canadien exclusif de la Société au T4 2021, la croissance des ventes aux consommateurs ne s'est pas traduite par une croissance des revenus au T4 et à l'exercice 2022. Cependant, la Société s'attend à ce que la période de transition prenne fin après le T1 2023.

En raison des facteurs mentionnés ci-dessus, les revenus nets du quatrième trimestre se sont élevés à 6,8 M\$, contre 8,5 M\$ au même trimestre de l'exercice précédent. La commande initiale liée à l'entente de distribution canadienne a augmenté les revenus nets du T4 2021 d'environ 2,7 M\$, rendant ainsi les comparaisons d'un trimestre à l'autre moins pertinentes.

Sur le plan marketing, après avoir mené sa plus grande campagne canadienne à ce jour, « Bonne énergie au naturel », la Société a lancé sa troisième campagne nationale de l'année, « Retour au quotidien », qui visait à faire bénéficier les consommateurs urbains progressistes dans tout le Canada d'une Bonne Énergie, tout au long de l'automne.

En excluant un escompte de prix unique de 0,4 M\$ accordé à un club-entrepôt, la performance de la Société aux États-Unis s'est maintenue au cours du quatrième trimestre. GURU a conservé la première place des boissons énergisantes dans le secteur des magasins naturels en Californie et vise à étendre son réseau de distribution dans cet État, avec le déploiement continu de GURU Guayusa Punch Tropical dans des bannières américaines ciblées. Selon SPINS⁴, qui mesure les ventes au détail des boissons énergisantes GURU aux États-Unis par les consommateurs américains, GURU a connu une croissance de 13 % en Californie au T4 2022 par rapport au T4 2021, démontrant la vigueur continue du marché américain. Le segment des ventes en ligne a continué d'afficher une forte performance en termes de chiffre d'affaires au quatrième trimestre et une meilleure rentabilité grâce à la réduction des investissements dans l'acquisition de consommateurs.

La marge brute s'est élevée à 3,5 M\$, contre 4,3 M\$ au T4 2021. La marge brute s'est élevée à 3,5 M\$, contre 4,3 M\$ au T4 2021. La marge brute, qui comprend les frais de distribution, de vente et de marchandisage, dont une partie était, au cours des neuf premiers mois de 2021, classée dans les frais de vente, charges générales et administratives, a augmenté à 52,1 % au T4 2022, contre 51,0 % pour la même période l'an dernier. L'amélioration de la marge brute est due aux initiatives de fixation des prix, qui ont compensé la hausse des coûts des produits due aux pressions inflationnistes sur les coûts des intrants et du transport. Pour l'exercice 2022, la marge brute s'est élevée à 15,7 M\$, comparativement à 17,9 M\$ l'an dernier. La marge brute pour la période s'est établie à 54,0 %, contre 59,2 % l'an dernier. Cette baisse est due au changement de modèle de distribution, de vente et de marchandisage de la Société au Canada, en vigueur à partir du T4 2021.

Les frais de vente, charges générales et administratives, qui comprennent les dépenses d'exploitation, de vente, de marketing et d'administration, se sont élevés à 7,8 M\$ au T4 2022, contre 10,3 M\$ pour la même période l'an dernier. Les frais de vente et de marketing ont représenté 5,5 M\$ des 7,8 M\$ de frais généraux, charges générales et administratives au T4 2022, alors que la Société a continué à investir dans des campagnes de vente et de marketing ciblées au cours du trimestre, notamment la campagne nationale « Retour au quotidien » et l'émission de télé-réalité « Occupation Double » au Québec jusqu'au 20 octobre 2022. Pour l'exercice 2022, les frais de vente, charges générales et administratives se sont élevés à 34,1 M\$, contre 27,8 M\$ l'an dernier.

Le BAIIA ajusté² s'est chiffré à (4,0) M\$, comparativement à (5,7) M\$ l'an dernier. L'amélioration du BAIIA ajusté est principalement due à l'augmentation des marges brutes et à la diminution des frais de vente et de marketing. Le BAIIA ajusté pour l'exercice 2022 s'est chiffré à (17,2) M\$, contre (8,7) M\$ en 2021.

La perte nette au quatrième trimestre s'est chiffrée à 3,9 M\$ ou 0,12 \$ par action (de base et diluée), contre une perte nette de 6,0 M\$ ou 0,18 \$ par action (de base et diluée) pour la même période l'an dernier. La baisse de la perte nette reflète l'amélioration des marges et la diminution des coûts associés aux activités de marketing de la marque et de commercialisation sur le terrain. La perte nette de l'exercice 2022 s'est élevée à 17,6 M\$, ou 0,54 \$ par action (de base et diluée), contre une perte nette de 9,8 M\$, ou 0,32 \$ par action (de base et diluée), l'an dernier.

Au 31 octobre 2022, la Société disposait de 46,3 M\$ de trésorerie, d'équivalents de trésorerie et d'investissements à court terme, ainsi que de facilités de crédit non utilisées libellées en \$CA et en \$US totalisant 10 M\$.

¹ Nielsen: derniers 22 mois, période se terminant le 29 octobre 2022 – All Channels, Canada.

² Veuillez vous référer à la section « Mesure financière non conforme aux PCGR » pour des informations supplémentaires sur le rapprochement de la perte nette et du BAIIA ajusté à la fin du présent communiqué.

³ Nielsen: dernières 4 semaines, période se terminant le 2 octobre 2022 – All Channels, Canada.

⁴ SPINS IRI data, Total Natural and Multi-Outlet (MULO) channels, période se terminant le 30 octobre 2022.

Téléconférence

GURU tiendra une téléconférence pour discuter de ses résultats du quatrième trimestre et de l'exercice 2022 aujourd'hui, le 26 janvier 2023 à 10h00 (HE). Voici les informations nécessaires pour accéder à la téléconférence :

- Par webdiffusion: <https://edge.media-server.com/mmc/p/qhvu7z77>
- Par téléphone: 1-833-630-1956 (sans frais) ou le 1-412-317-1837 (international)
- Une rediffusion de la webdiffusion sera disponible sur le site web de GURU jusqu'au 26 janvier 2024.

À propos des produits GURU

Toutes les boissons énergisantes GURU sont conçues à base de plantes, riches en caféine naturelle, sans édulcorants, sans colorants ni arômes artificiels et sans agents de conservation. En outre, toutes les boissons sont biologiques, végétaliennes et sans gluten – et leur goût est tout simplement incroyable.

À propos de GURU

GURU Organic Energy Corp. (TSX: GURU) est une entreprise dynamique à croissance rapide qui fut la première compagnie au monde à lancer en 1999, la toute première boisson énergisante naturelle conçue à partir de plantes. La Société commercialise des boissons énergisantes biologiques au Canada et aux États-Unis par l'intermédiaire d'un réseau de distribution estimé à plus de 25 000 points de vente et par l'entremise de guruenergy.com et d'Amazon. GURU a su bâtir une marque inspirante avec une liste d'ingrédients naturels et biologiques. Ses boissons offrent aux consommateurs une bonne énergie qui ne vient jamais au détriment de leur santé. La Société s'est engagée à réaliser sa mission visant à faire le ménage de l'industrie des boissons énergisantes au Canada et aux États-Unis. Pour plus d'informations, rendez-vous sur www.guruenergy.com ou suivez-nous [@guruenergie](https://www.instagram.com/guruenergie) sur Instagram et [@guruenergy](https://www.facebook.com/guruenergy) sur Facebook.

Pour de plus amples renseignements, veuillez contacter :

GURU Organic Energy

Investisseurs

Carl Goyette, président et chef de la direction
Ingy Sarraf, chef de la direction financière
514-845-4878
investors@guruenergy.com

Médias

Lyla Radmanovich
PELICAN PR
514-845-8763
media@rppelican.ca

Énoncés prospectifs

Le présent communiqué de presse contient des « énoncés prospectifs » au sens de la législation canadienne applicable en matière de valeurs mobilières. Ces énoncés prospectifs comprennent, sans s'y limiter, des informations relatives à nos objectifs et aux stratégies pour atteindre ces objectifs, ainsi que des informations relatives à nos convictions, plans, attentes, anticipations, estimations et intentions. Ces énoncés prospectifs sont identifiés par l'utilisation de termes et d'expressions tels que « peut », « devrait », « pourrait », « s'attendre », « avoir l'intention », « estimer », « anticiper », « planifier », « croire » ou « continuer », la forme négative de ces termes et une terminologie similaire, y compris des références à des hypothèses, bien que tous les énoncés prospectifs ne contiennent pas ces termes et expressions. Les énoncés prospectifs sont fournis dans le but d'aider le lecteur à comprendre la Société et ses activités, ses opérations, ses perspectives et ses risques à un moment précis, dans le contexte des développements historiques et futurs possibles, et le lecteur est donc prévenu que ces énoncés peuvent ne pas être appropriés à d'autres fins. Les énoncés prospectifs sont fondés sur un certain nombre d'hypothèses et sont assujettis à un certain nombre de risques et d'incertitudes, dont plusieurs sont hors de notre contrôle, ce qui pourrait faire en sorte que les résultats réels diffèrent sensiblement de ceux qui sont divulgués ou sous-entendus dans ces énoncés prospectifs. Ces risques et incertitudes comprennent, sans s'y limiter, les facteurs de risque suivants, qui sont examinés plus en détail sous la rubrique « FACTEURS DE RISQUE » de la notice annuelle pour l'exercice clos le 31 octobre 2022: la gestion de la croissance; la dépendance à l'égard du personnel clé; la dépendance à l'égard des clients clés; les changements dans les préférences des consommateurs; les changements importants dans la réglementation gouvernementale; les critiques à l'égard des produits de boissons énergisantes et/ou du marché des boissons énergisantes; le ralentissement économique et l'incertitude continue sur les marchés financiers et d'autres changements défavorables dans les conditions économiques ou politiques générales, ainsi que la pandémie de la COVID-19, la guerre en Ukraine et les développements géopolitiques, les pressions inflationnistes mondiales ou d'autres phénomènes macroéconomiques majeurs; les événements catastrophiques mondiaux ou régionaux; les fluctuations des taux de change des devises étrangères; l'inflation; les revenus provenant entièrement des boissons énergisantes; l'augmentation de la concurrence; les relations avec les co-emballeurs et les distributeurs et/ou leur capacité à fabriquer et/ou distribuer les produits de GURU; la demande pour les produits de GURU est plutôt saisonnière; les relations avec les clients existants; l'évolution du marché de la vente au détail; l'augmentation des coûts et/ou les pénuries de matières premières et/ou d'ingrédients et/ou de carburant et/ou les coûts de co-emballage; l'incapacité à estimer avec précision la demande pour ses produits; les antécédents de flux de trésorerie négatifs et l'absence d'assurance d'une rentabilité continue ou d'un BAIIA positif; le rachat d'actions ordinaires; les droits de propriété intellectuelle; le maintien de l'image de marque ou de la qualité des produits; la rétention des services à plein temps des hauts dirigeants; les changements climatiques; les litiges; les systèmes de technologie de l'information; la fluctuation des résultats d'exploitation trimestriels; les risques associés à l'entente de distribution avec PepsiCo; le traitement comptable des bons de souscription de PepsiCo; les conflits d'intérêts, ainsi que les autres facteurs de risque mentionnés dans d'autres documents que nous avons rendus publics, y compris ceux déposés de temps à autre auprès des autorités canadiennes en valeurs mobilières et qui sont disponibles sur SEDAR à l'adresse www.sedar.com. D'autres risques et incertitudes dont nous n'avons pas connaissance actuellement ou que nous considérons actuellement comme négligeables pourraient également faire en sorte que les résultats réels diffèrent sensiblement de ceux qui sont divulgués ou sous-entendus dans ces énoncés prospectifs. Bien que les énoncés prospectifs contenus dans le présent document soient fondés sur ce que nous estimons être des hypothèses raisonnables à la date à laquelle ils ont été formulés, les investisseurs sont mis

en garde contre le risque d'accorder une confiance excessive à ces énoncés, car les résultats réels peuvent varier par rapport aux énoncés prospectifs. Certaines hypothèses ont été formulées lors de la préparation des énoncés prospectifs concernant la disponibilité des ressources en capital, les performances commerciales, les conditions du marché et la demande des clients. Par conséquent, tous les énoncés prospectifs contenus dans le présent document sont assortis de la mise en garde qui précède, et rien ne garantit que les résultats ou les développements que nous anticipons se concrétiseront ou, même s'ils se concrétisent en grande partie, qu'ils auront les conséquences ou les effets escomptés sur nos activités, notre situation financière ou nos résultats d'exploitation. Sauf mention contraire ou indication contraire du contexte, les énoncés prospectifs contenus dans le présent document sont fournis à la date du présent document, et nous ne nous engageons pas à mettre à jour ou à modifier ces énoncés prospectifs à la suite de nouvelles informations, d'événements futurs ou autres, sauf si la loi applicable l'exige.

Mesure financière non conforme aux PCGR

BAIIA ajusté

Le BAIIA ajusté est une mesure financière non conforme aux PCGR. Le BAIIA ajusté est défini comme le bénéfice net ou la perte nette avant les dépenses liées à l'acquisition inversée de Mira X, l'impôt sur le revenu, les charges financières nettes, l'amortissement et la charge de rémunération fondée sur des actions. L'exclusion des dépenses liées à l'acquisition inversée de Mira X élimine l'impact sur le bénéfice des coûts qui ne devraient pas se reproduire à court terme. L'exclusion des charges financières nettes élimine l'impact sur les bénéfices des activités non opérationnelles, et l'exclusion de l'amortissement et de la charge de rémunération fondée sur des actions élimine l'impact non monétaire de ces éléments. Nous estimons que le BAIIA ajusté est une mesure utile de la performance financière sans la variation causée par l'impact des éléments décrits ci-dessus, car il fournit une indication de la capacité de la Société à saisir les occasions de croissance de manière rentable, à financer ses activités courantes et à assurer le service de la dette à long terme. Le fait d'exclure ces éléments ne signifie pas qu'ils sont nécessairement non récurrents. La direction estime que cette mesure financière non conforme aux PCGR, en plus des mesures conventionnelles préparées conformément aux normes IFRS, permet aux investisseurs d'évaluer les résultats d'exploitation, la performance sous-jacente et les perspectives futures de la Société d'une manière similaire à celle de la direction. Bien que le BAIIA ajusté soit fréquemment utilisé par les analystes financiers, les prêteurs et d'autres personnes dans leur évaluation des entreprises, il présente des limites en tant qu'outil analytique et ne doit pas être considéré isolément ou comme un substitut à l'analyse des résultats de la Société présentés selon les normes IFRS.

Rapprochement de la perte nette et du BAIIA ajusté

	Périodes de trois mois closes le		Périodes de douze mois closes le	
	31 octobre 2022	31 octobre 2021	31 octobre 2022	31 octobre 2021
(En milliers de dollars canadiens)	\$	\$	\$	\$
Perte nette	(3 871)	(5 982)	(17 565)	(9 844)
Coûts de mise en place de l'entente de distribution nationale canadienne	-	56	-	203
Charges liées à l'acquisition inversée de Mira X	-	(4)	-	108
Charges financières nettes (revenus financiers nets)	(357)	(48)	(878)	49
Amortissement des immobilisations corporelles et incorporelles	234	178	877	515
Impôt sur le résultat	(37)	10	20	(231)
Charge de rémunération fondée sur des actions	73	112	334	455
BAIIA ajusté	(3 958)	(5 678)	(17 212)	(8 745)