



GURU ORGANIC ENERGY ANNONCE SES RÉSULTATS FINANCIERS DU TROISIÈME TRIMESTRE DE L'EXERCICE 2023

- **Performance trimestrielle record en termes de revenus nets, soutenue par l'augmentation de la vélocité des ventes et les résultats solides du lancement de Théanine Punch aux fruits au Canada, une autre innovation classée numéro 1.¹**
- **Revenus nets du T3 2023 en hausse de 15 % pour atteindre un record de 8,9 M\$, contre 7,7 M\$ au T3 2022.**
- **Marges solides maintenues, avec une marge brute de 4,5 M\$, contre 4,2 M\$ au T3 2022.**
- **Diminution significative de la perte nette à 3,0 M\$ ou (0,09 \$) par action au T3 2023, par rapport à une perte nette de 6,5 M\$ ou (0,20 \$) par action au T3 2022.**
- **Le BAIIA ajusté² a affiché une perte de 3,0 M\$ au T3 2023, contre une perte de 6,5 M\$ au T3 2022.**
- **Situation financière robuste avec 48,7 M\$ en trésorerie et équivalents de trésorerie, et en facilités de crédit non utilisées, reflétant une gestion prudente du bilan.**
- **En préparation pour le lancement de Théanine Punch aux fruits aux États-Unis en décembre, conjointement avec une nouvelle innovation savoureuse à dévoiler.**

Montréal (Québec), le 14 septembre 2023 - GURU Organic Energy Corp. (TSX: GURU) (« **GURU** » ou la « **Société** »), la première marque de boissons énergisantes biologiques au Canada³, a annoncé aujourd'hui ses résultats pour le troisième trimestre clos le 31 juillet 2023. 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		Neuf mois clos le	
	31 juillet		31 juillet	
	2023	2022	2023	2022
Revenus nets	8 878	7 730	21 602	22 299
Marge brute	4 544	4 238	11 331	12 161
Perte nette	(3 006)	(6 530)	(8 276)	(13 694)
Perte de base et diluée par action	(0,09)	(0,20)	(0,26)	(0,42)
BAIIA ajusté ²	(3 010)	(6 492)	(8 062)	(13 254)

« Le T3 a été le meilleur trimestre de GURU à ce jour, avec des revenus nets record de 8,9 M\$ et une réduction significative de la perte nette, alors que nous continuons à nous concentrer sur la croissance efficace de nos activités grâce à des investissements ciblés en marketing et à l'amélioration de l'exécution en magasin avec notre partenaire de distribution exclusif au Canada. L'augmentation de la vélocité des ventes, principalement dans les grands centres urbains canadiens, ainsi que notre nouveau GURU Punch aux fruits, ont continué à alimenter notre croissance, » a déclaré Carl Goyette, président et chef de la direction de GURU Organic Energy.

« Les activités américaines ont également affiché des résultats positifs, grâce à une meilleure exécution en ligne au cours du trimestre et à une performance record lors du Amazon Prime Day en juillet dernier. Notre programme de rotation avec l'un des principaux clubs-entrepôts en Californie s'est extrêmement bien déroulé et pourrait déboucher sur de nouvelles opportunités à l'avenir. GURU Punch Tropical est devenu la boisson énergisante GURU n°1 aux États-Unis, confirmant la popularité croissante de nos innovations à saveur de punch auprès des consommateurs. C'est dans cet esprit que nous lancerons avec beaucoup d'enthousiasme GURU Punch aux fruits aux États-Unis, conjointement avec une nouvelle innovation à dévoiler, d'ici la fin de l'année.

« Le T4 a commencé en force avec de nouveaux gains dans le secteur de l'épicerie au Canada par l'intermédiaire de notre partenaire de distribution, augmentant ainsi la distribution de nos boissons énergisantes dans les épiceries. Le mois de septembre verra également le début d'un programme de rotation au Québec avec l'un des principaux clubs-entrepôts. Le quatrième trimestre continuera d'être actif avec la commandite de The Amazing Race Canada, notre défi Bonne Énergie au Naturel et les activités sur les campus universitaires.

« Dans l'ensemble, nous sommes satisfaits de la progression générée par notre stratégie ciblée et nos activités de marketing, ainsi que des résultats positifs de nos dernières innovations de saveurs, Punch Tropical et Punch aux fruits. Forts de nos apprentissages passés et de notre solide position financière, nous croyons être sur la bonne voie pour accroître la part de marché de GURU, tout en continuant d'améliorer notre performance financière au cours des prochains trimestres grâce à une croissance efficace de nos activités, » a ajouté M. Goyette.

La Société annonce également avoir convenu d'un commun accord avec Rajaa Grar comme quoi elle ne fera plus partie de la Société en tant que cheffe des revenus. GURU souhaite à Rajaa la meilleure des chances dans ses nouveaux projets et la remercie pour les services qu'elle a rendus à la Société.

Résultats des activités

Les revenus nets du troisième trimestre ont augmenté de 15 % pour atteindre un record de 8,9 M\$, contre 7,7 M\$ pour le même trimestre l'an dernier. Cette croissance est due à la hausse de la vélocité des ventes au Canada et à la campagne de marketing estivale de la Société. Au Canada, les ventes du T3 2023 ont augmenté de 11 % pour atteindre 7,5 M\$, contre 6,7 M\$ au T3 2022. Les ventes aux États-Unis ont augmenté de plus de 38 % durant le trimestre pour atteindre 1,4 M\$ contre 1,0 M\$ au T3 2022, principalement en raison de l'optimisation des ventes en ligne et d'un meilleur rendement des activités promotionnelles réduites dans tous les canaux. Selon SPINS³, qui mesure les ventes au détail des boissons énergisantes GURU aux États-Unis, GURU a connu une croissance de 11 % dans les magasins d'aliments naturels au cours des 52 dernières semaines par rapport à l'année précédente, ce qui montre la vigueur continue du marché cible actuel de GURU aux États-Unis. Pour la période de neuf mois, les revenus nets se sont établis à 21,6 M\$, contre 22,3 M\$ pour la même période en 2022.

La marge brute s'est élevée à 4,5 M\$, contre 4,2 M\$ au T3 2022. La marge brute, qui comprend les frais de distribution, de vente et de merchandising, s'est chiffrée à 51,2 % au T3 2023, contre 54,8 % pour la même période l'an dernier. La diminution de la marge brute est principalement due à la hausse des coûts des marchandises vendues et à une activité promotionnelle accrue. Pour la période de neuf mois, la marge brute a totalisé 11,3 M\$, contre 12,2 M\$ il y a un an. La marge brute pour la période de neuf mois était de 52,5 %, contre 54,0 % l'an dernier.

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 8,1 M\$ au T3 2023,

contre 11,0 M\$ pour la même période l'an dernier. Les frais de vente et de marketing ont diminué à 5,7 M\$, contre 8,5 M\$ au T3 2022, la Société ayant adopté une approche plus ciblée de ses investissements dans les campagnes de vente et de marketing au cours de l'exercice en cours. Les charges générales et administratives ont diminué à 2,4 M\$, contre 2,5 M\$ au T3 2022, en raison des mesures de contrôle des coûts. Pour la période de neuf mois, les frais de vente, charges générales et administratives se sont élevés à 20,8 M\$, contre 26,3 M\$ il y a un an, principalement en raison de la baisse des dépenses de vente et de marketing.

La perte nette pour le troisième trimestre s'est chiffrée à 3,0 M\$, ou (0,09) \$ par action, contre une perte nette de 6,5 M\$, ou (0,20) \$ par action pour la même période l'an dernier. La baisse de la perte nette reflète principalement la diminution des coûts associés aux activités de marketing de la marque et de commercialisation sur le terrain pour la période. La perte nette pour la période de neuf mois a totalisé 8,3 M\$ en 2023, ou (0,26) \$ par action, par rapport à une perte nette de 13,7 M\$ ou (0,42) \$ par action pour la même période l'an dernier.

Le BAIIA ajusté² s'est traduit par une perte de 3,0 M\$ au T3 2023, contre une perte de 6,5 M\$ pour le même trimestre l'an dernier. L'amélioration de la perte du BAIIA ajusté pour le trimestre est principalement due à la baisse des frais de vente et de marketing durant la période. Le BAIIA ajusté pour les neuf premiers mois de l'exercice s'est soldé par une perte de 8,1 M\$ en 2023, contre une perte de 13,3 M\$ en 2022.

Au 31 juillet 2023, la Société disposait de 38,7 M\$ en trésorerie et équivalents de trésorerie, ainsi que des facilités de crédit libellées en dollars canadiens et américains non utilisées totalisant 10 M\$.

¹ Nielsen: période de 52 semaines se terminant le 15 juillet 2023, All Channels, Canada vs la même période l'an dernier.

² Veuillez vous référer à la section « Mesures non conformes aux PCGR et autres mesures financières » à la fin du communiqué.

³ SPINS IRI data, période de 52 semaines se terminant le 16 juillet 2023, Total Natural channels vs la même période l'an dernier.

Téléconférence

GURU tiendra une téléconférence pour discuter de ses résultats du troisième trimestre aujourd'hui, le 14 septembre 2023 à 10h00 (HE). Les participants peuvent accéder à l'appel comme suit:

- Par webdiffusion: <https://edge.media-server.com/mmc/p/u7pn2h86>
- 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 14 septembre 2024.

À propos des produits GURU

Les boissons énergisantes GURU sont conçues à partir d'une courte liste d'ingrédients actifs à base de plantes, dont la caféine naturelle, sans sucralose ni aspartame. Ces ingrédients soigneusement sélectionnés sont incorporés dans des mélanges uniques qui poussent votre corps à aller plus loin et votre esprit à être plus vif.

À propos de GURU Organic Energy

GURU Organic Energy Corp. (TSX: GURU) est une entreprise dynamique à croissance rapide et la première au monde à lancer une boisson énergisante naturelle conçue à partir de plantes en 1999. 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 www.guruenergy.com et d'Amazon. GURU a su bâtir une marque inspirante avec une liste d'ingrédients naturels et biologiques, y compris de la caféine naturelle, sans sucralose ni aspartame, qui offre 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 investors.guruenergy.com ou suivez-nous [@guruenergydrink](https://www.instagram.com/guruenergydrink) sur Instagram, [@guruenergy](https://www.facebook.com/guruenergy) sur Facebook et [@guruenergydrink](https://www.tiktok.com/@guruenergydrink) sur TikTok.

Pour de plus amples renseignements, veuillez contacter :

GURU Organic Energy

Investisseurs

Carl Goyette, président et chef de la direction
Ingy Sarraf, cheffe 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 aux objectifs et aux stratégies de la Société pour atteindre ces objectifs, ainsi que des informations relatives aux convictions, plans, attentes, anticipations, estimations et intentions de la direction. 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 du contrôle de la direction, 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 la direction a rendu 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.sedarplus.ca. D'autres risques et incertitudes dont la direction n'a pas connaissance actuellement ou que la direction considère 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 la direction estime 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 anticipés par la direction se concrétiseront ou, même s'ils se concrétisent en grande partie, qu'ils auront les conséquences ou les effets escomptés sur les activités de la Société, sa situation financière ou ses 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 la direction ne s'engage 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.

Mesures non conformes aux PCGR et autres mesures financières

Le présent communiqué de presse comprend certaines mesures financières non conformes aux PCGR et d'autres mesures financières supplémentaires pour aider à évaluer la performance financière de GURU. Ces mesures n'ont pas de signification normalisée prescrite par les normes internationales d'information financière (« IFRS »). La méthode utilisée par la direction pour calculer ces mesures peut différer des méthodes utilisées par d'autres émetteurs et, par conséquent, les définitions de ces mesures non conformes aux PCGR de GURU peuvent ne pas être comparables à des mesures similaires présentées par d'autres émetteurs. Les investisseurs sont avertis que les mesures financières non conformes aux PCGR ne doivent pas être interprétées comme une alternative aux mesures IFRS.

BAIIA ajusté

Le BAIIA ajusté est défini comme le bénéfice net ou la perte nette avant l'impôt sur le revenu, les charges financières nettes (revenus financiers nets), l'amortissement et la charge de rémunération fondée sur des actions. Cette mesure est une mesure financière non conforme aux PCGR et n'est pas une mesure du bénéfice ou des flux de trésorerie, ni une mesure de la situation financière reconnue par les IFRS. En tant que tel, il ne doit pas être interprété comme une alternative au « bénéfice net », tel que déterminé conformément aux normes IFRS, comme une alternative aux « flux de trésorerie provenant des activités d'exploitation » en tant que mesure de la liquidité et des flux de trésorerie ou comme un indicateur de la performance ou de la situation financière de la Société.

L'exclusion des charges financières nettes élimine l'impact sur le bénéfice des activités non opérationnelles, et l'exclusion de l'amortissement et de la rémunération à base d'actions élimine l'impact non monétaire de ces éléments. La direction estime que le BAIIA ajusté est une mesure utile de la performance financière sans la variation causée par les impacts des éléments exclus décrits ci-dessus, car il fournit une indication de la capacité de la Société à saisir les occasions de croissance d'une manière rentable et à financer ses activités courantes. L'exclusion de ces éléments ne signifie pas qu'ils sont nécessairement non récurrents. La direction estime que cette mesure, en plus des mesures conventionnelles préparées conformément aux normes IFRS, permet aux investisseurs d'évaluer les résultats d'exploitation, les performances sous-jacentes et les perspectives d'avenir 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 intervenants 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 tels qu'ils sont présentés selon les normes IFRS.

Rapprochement de la perte nette et du BAIIA ajusté

	Périodes de trois mois closes le		Périodes de neuf mois closes le	
	31 juillet 2023	31 juillet 2022	31 juillet 2023	31 juillet 2022
(En milliers de dollars canadiens)	\$	\$	\$	\$
Perte nette	(3 006)	(6 530)	(8 276)	(13 694)
Revenus financiers nets	(512)	(294)	(1 259)	(521)
Amortissement des immobilisations corporelles et incorporelles	312	234	857	643
Impôt sur le résultat	13	17	32	57
Charge de rémunération fondée sur des actions	183	81	584	261
BAIIA ajusté	(3 010)	(6 492)	(8 062)	(13 254)

Ventes au détail enregistrées

Cet indicateur représente le nombre total de produits de la Société qui ont été « enregistrés » pour être achetés par les consommateurs finaux dans les points de vente au détail au cours de la période concernée. La direction estime que cet indicateur fournit des informations pertinentes, car il sert d'indicateur des ventes réelles aux consommateurs finaux et d'indicateur potentiel de la croissance ou des ventes futures potentielles.