



GURU ORGANIC ENERGY ANNONCE SES RÉSULTATS FINANCIERS DU TROISIÈME TRIMESTRE DE L'EXERCICE 2024

- **Priorité au retour à la rentabilité** : Réduction de 18,3 % de la perte nette à 6,8 M\$ pour les neuf premiers mois de 2024, contre 8,3 M\$ pour la même période de 2023; amélioration de 50,6 % par rapport à 2022, démontrant un engagement ferme en faveur de la réduction des coûts.
- **Situation financière solide** : 37,7 M\$ de trésorerie, d'équivalents de trésorerie et d'investissements à court terme, associés à des facilités de crédit inutilisées, permettant à GURU de disposer de ressources suffisantes pour atteindre la rentabilité et investir de manière sélective dans des opportunités de croissance.
- **Croissance des revenus et amélioration des marges** : Les revenus nets ont augmenté de 6,9 % pour atteindre 23,1 M\$ au cours des neuf premiers mois de 2024, contre 21,6 M\$ en 2023. La marge brute a augmenté de 11,6 % pour la même période, résultant en une marge brute de 54,8 % depuis le début de l'exercice (55,4 % au troisième trimestre), contre 52,5 % il y a un an, reflétant les efforts continus déployés en matière d'efficacité opérationnelle.
- **Accroissement de la part de marché au Québec** : Augmentation de la part de marché de plus d'un point de pourcentage à 18,3 % en unités au cours des neuf derniers mois par rapport à l'année précédente, renforçant la forte présence de GURU sur le marché québécois (selon Nielsen Québec et les canaux non suivis).
- **Lancements à venir aux États-Unis** : Lancement aux États-Unis de la gamme Zéro Sucre sur Amazon, dans certains clubs de fitness et chez certains détaillants avec Baies sauvages, Fraise melon d'eau et Pamplemousse rouge, marquant une étape importante dans l'expansion de la présence de GURU sur le marché en pleine croissance des boissons énergisantes sans sucre aux États-Unis.

Montréal (Québec), le 12 septembre 2024 - GURU Organic Energy Corp. (TSX: GURU) (« **GURU** » ou la « **Société** »), la première marque de boissons énergisantes biologiques au Canada¹, a annoncé aujourd'hui ses résultats pour le troisième trimestre clos le 31 juillet 2024. 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	
	2024	2023	2024	2023
	\$	\$	\$	\$
Revenus nets	7 940	8 878	23 087	21 602
Marge brute	4 402	4 545	12 648	11 331
Perte nette	(2 230)	(3 006)	(6 760)	(8 276)
Perte de base et diluée par action	(0,07)	(0,09)	(0,22)	(0,26)
BAIIA ajusté ²	(2 221)	(3 010)	(6 872)	(8 062)

Excellence opérationnelle et croissance stratégique

Solide performance dans le secteur au détail au Québec : Les innovations de GURU pour 2024, y compris Punch pêche mangue et Zéro Baies sauvages, ont continué à stimuler la croissance des ventes au Québec, capturant une part de marché combinée de 3,0 % au cours des quatre dernières semaines closes le 13 juillet 2024. La performance dans les clubs entrepôts du Québec est demeurée solide.

Élan de croissance du marché américain : La croissance des ventes dans le canal des magasins d'alimentation naturelle aux États-Unis (SPINS, à l'exclusion de Sprouts) est demeurée forte, avec une progression de +7 % au cours des 52 dernières semaines et de +8 % au cours des 12 dernières semaines, avec une accélération significative de +16 % chez Whole Foods au T3 par rapport à l'année précédente. En août, les ventes chez les principaux détaillants ont continué à croître fortement avec Bristol Farms (+71%), Erewhon (+35%) et les détaillants indépendants d'aliments naturels (+32%) menant la voie contre les grandes marques.

Forte progression des ventes en ligne : Croissance à deux chiffres des ventes en ligne, avec des ventes unitaires qui ont augmenté de 37 % sur Amazon.ca et de 45 % sur Amazon.com pour la période de neuf mois close le 31 juillet 2024, par rapport à l'année précédente. Performance record lors du Prime Day en juillet, dépassant le Prime Day de l'année dernière de 25 % sur Amazon.ca et de 76 % sur Amazon.com.

Initiatives stratégiques et leadership

Renforcement du conseil d'administration : La Société a renforcé son conseil d'administration avec la nomination de trois nouveaux membres indépendants – Jeff Church, Anne-Marie Laberge et Tyler Ricks. Ces nominations apportent au Conseil une vaste expérience et des antécédents professionnels diversifiés, contribuant ainsi à une meilleure planification stratégique et gouvernance de la Société.

Acquisition de talents pour la direction : GURU a renforcé son équipe de direction en nommant Shingly Lee au poste de vice-présidente du marketing. Cette embauche stratégique souligne l'engagement de la Société à dynamiser la croissance de la marque et du marché grâce à des stratégies de marketing innovantes.

Programme de rachat d'actions : Renouvellement de l'offre publique de rachat dans le cadre normal des activités, autorisant le rachat d'un maximum de 1 515 778 actions ordinaires jusqu'au 24 juillet 2025, soulignant la confiance de la Société dans sa stratégie de croissance à long terme.

Promotions spéciales pour aider les consommateurs à lutter contre l'inflation : Les consommateurs ont fait face à l'augmentation constante des coûts au cours des dernières années. Pour aider nos clients GURU à économiser tout en profitant de leur boisson énergisante naturelle préférée, à partir de demain et pour un temps limité, des paquets de 4 canettes de Punch aux fruits et de Punch pêche mangue seront offerts à prix réduit dans la majorité des épiceries du Québec. De plus, des caisses de 24 canettes de GURU Original seront disponibles dans les principaux clubs entrepôts du Québec au prix de 32,99 \$.

Reconnaissance en tant que Great Place to Work® : GURU a reçu la certification Great Place to Work®, ce qui témoigne de son engagement à favoriser un environnement de travail favorable et dynamique.

Citation

« Malgré une diminution des revenus nets au troisième trimestre, principalement en raison d'une réduction des expéditions et d'une baisse de la fréquentation des dépanneurs, nous avons enregistré une croissance des ventes au détail dans nos canaux clés. Nous avons notamment connu une croissance à deux chiffres dans nos canaux de vente au détail et non suivis au Québec, sur Amazon au Canada et aux États-Unis, et chez Whole Foods, tout en réalisant des progrès significatifs dans la réduction de notre perte nette. Face à ces défis, nous avons entrepris une revitalisation de nos emballages et de nos messages et renforcé notre équipe de marketing en mettant l'accent sur les stratégies numériques. Ces efforts visent à stimuler l'engagement des consommateurs et à favoriser la croissance future des ventes, » a déclaré Carl Goyette, président et chef de la direction de GURU.

« L'automne sera très actif pour GURU, avec le lancement aux États-Unis de notre gamme GURU Zéro Sucre sur Amazon, dans certains clubs de fitness et chez certains détaillants. Ce sera une excellente occasion pour GURU de faire rayonner sa marque GURU Zéro aux États-Unis, la seule boisson énergisante qui combine zéro sucre, zéro sucralose et zéro aspartame dans le segment des boissons sans sucre, qui représente maintenant 50 % de la catégorie des boissons énergisantes en Amérique du Nord estimée à plus de 20 milliards de dollars. Au Canada, nous procéderons à notre première tournée de produits vedettes dans l'un des principaux clubs entrepôts, en présentant notre gamme Punch dans les principaux emplacements du pays. Si cette initiative est fructueuse, elle pourrait déboucher sur de nouvelles opportunités dans ce canal majeur. »

« Au cours des prochains trimestres, notre objectif principal sera d'accélérer notre retour à la rentabilité, et nous sommes convaincus que nous disposons de ressources suffisantes pour atteindre cet objectif. Nous continuerons à déployer stratégiquement nos ressources et nos capitaux afin d'obtenir des résultats tangibles et un retour sur investissement, tout en restant profondément engagés auprès de nos consommateurs, en favorisant l'innovation et en privilégiant une croissance durable dans nos canaux clés, » a conclu M. Goyette.

Résultats des activités

Au T3 2024, les revenus nets se sont établis à 7,9 M\$, contre 8,9 M\$ pour le même trimestre en 2023. La baisse est principalement due aux activités canadiennes de GURU, légèrement compensée par la croissance des activités en ligne aux États-Unis. Les ventes au Canada ont diminué à 6,4 M\$, contre 7,5 M\$ au T3 2023, principalement en raison de la baisse des expéditions et du calendrier et de l'exécution des activités promotionnelles dans les bannières au détail. Les ventes aux États-Unis ont augmenté de 10,3 % pour atteindre 1,5 M\$, contre 1,4 M\$ au T3 2023, en raison de la croissance continue des ventes en ligne. Pour la période de neuf mois, les revenus nets ont augmenté de 6,9 % pour atteindre 23,1 M\$, contre 21,6 M\$ pour la même période en 2023, principalement en raison d'une meilleure performance dans les clubs entrepôts et des ventes en ligne aux États-Unis.

La marge brute s'est élevée à 4,4 M\$ au T3 2024, contre 4,5 M\$ au T3 2023. La marge brute, qui comprend les frais de distribution, de vente et de merchandising, a augmenté pour atteindre 55,4 % au T3 2024, contre 51,2 % pour la même période de l'année précédente. L'amélioration significative de la marge brute est due à la dynamique des prix, ainsi qu'à une réduction des coûts des intrants. Pour la période de neuf mois, la marge brute a totalisé 12,6 M\$, comparativement à 11,3 M\$ il y a un an. La marge brute pour la période de neuf mois était de 54,8 %, contre 52,5 % l'année dernière. Cette amélioration significative résulte principalement de la baisse du coût des intrants.

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 7,0 M\$ au T3 2024,

contre 8,1 M\$ pour la même période l'an dernier. Les frais de vente et de marketing ont diminué à 4,0 M\$, contre 5,7 M\$ au T3 2023, en raison du calendrier des frais de vente pour les activités promotionnelles en magasin et de l'efficacité des activités de marketing. Les frais généraux et administratifs ont augmenté à 3,0 M\$, contre 2,4 M\$ au T3 2023, principalement en raison de facteurs opérationnels, ainsi que des coûts associés à la nomination de nouveaux membres au conseil d'administration et à l'embauche d'une nouvelle dirigeante. Pour la période de neuf mois, les frais de vente, charges générales et administratives, se sont élevés à 20,6 M\$, contre 20,8 M\$ il y a un an. La baisse est principalement attribuable à des mesures efficaces de contrôle des coûts découlant de la réduction des dépenses de vente et de marketing au T3 2024.

La perte nette s'est chiffrée à 2,2 M\$, ou (0,07) \$ par action, au T3 2024, comparativement à une perte nette de 3,0 M\$, ou (0,09) \$ par action, pour le même trimestre de l'exercice précédent. L'amélioration de la perte nette reflète la baisse des frais de vente et de marketing encourus au T3 2024. La perte nette pour la période de neuf mois s'est élevée à 6,8 M\$, ou (0,22) \$ par action en 2024, comparativement à une perte nette de 8,3 M\$ ou (0,26) \$ par action pour la même période de l'année précédente.

Le BAIIA ajusté² a affiché une perte de 2,2 M\$ au T3 2024, contre une perte de 3,0 M\$ pour le même trimestre en 2023. La diminution de la perte du BAIIA ajusté durant ce trimestre s'explique par la baisse des frais de vente et de marketing, tout en maintenant une marge brute relativement stable. Le BAIIA ajusté pour les neuf premiers mois de l'année s'est traduit par une perte de 6,9 M\$ en 2024, contre une perte de 8,1 M\$ en 2023. L'amélioration de la perte du BAIIA ajusté pour la période est due à l'augmentation des revenus nets et de la marge brute, associée à une baisse des dépenses.

Au 31 juillet 2024, la Société disposait de 27,7 M\$ de trésorerie, d'équivalents de trésorerie et d'investissements à court terme, 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 13 juillet 2024, Tous les canaux, 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.

Téléconférence

GURU tiendra une téléconférence pour discuter de ses résultats du troisième trimestre aujourd'hui, le 12 septembre 2024 à 10h00 (HE). Les participants peuvent accéder à l'appel comme suit:

- Par webdiffusion: <https://edge.media-server.com/mmc/p/zetyuiay>
- 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 31 octobre 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 environ 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 www.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

Francois Kalos

francois.kalos@guruenergy.com

Informations prospectives

Le présent communiqué de presse contient des « informations prospectives » au sens de la législation canadienne applicable en matière de valeurs mobilières. Ces informations prospectives 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 informations prospectives sont identifiées 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 toutes les informations prospectives ne contiennent pas ces termes et expressions. Les informations prospectives sont fournies 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 informations peuvent ne pas être appropriées à d'autres fins. Les informations prospectives sont fondées sur un certain nombre d'hypothèses et sont assujetties 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 informations prospectives. 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 2023: 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; la consolidation des détaillants, des grossistes et des distributeurs et position dominante des principaux acteurs; le respect des lois sur la confidentialité des données et la protection des données personnelles; la gestion des lancements de nouveaux produits; la révision des réglementations sur les déclarations publicitaires, 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 informations prospectives. Bien que les informations prospectives contenues dans le présent document soient fondées sur ce que la direction estime être des hypothèses raisonnables à la date à laquelle elles ont été formulées, les investisseurs sont mis en garde contre le risque d'accorder une confiance excessive à ces informations, car les résultats réels peuvent varier par rapport aux informations prospectives. Certaines hypothèses ont été formulées lors de la préparation des informations prospectives concernant la disponibilité des ressources en capital, les performances commerciales, les conditions du marché et la demande des clients. Par conséquent, toutes les informations prospectives contenues dans le présent document sont assorties 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 informations prospectives contenues dans le présent document sont fournies à la date du présent document, et la direction ne s'engage pas à mettre à jour ou à modifier ces informations prospectives 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

	Trois mois clos le 31 juillet		Neuf mois clos le 31 juillet	
	2024	2023	2024	2023
(En milliers de dollars canadiens)	\$	\$	\$	\$
Perte nette	(2 230)	(3 006)	(6 760)	(8 276)
Revenus financiers nets	(371)	(512)	(1 164)	(1 259)
Amortissement des immobilisations corporelles et incorporelles	227	312	690	857
Impôt sur le résultat	17	13	21	32
Charge de rémunération fondée sur des actions	136	183	341	584
BAIIA ajusté	(2 221)	(3 010)	(6 872)	(8 062)

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.