



GURU ORGANIC ENERGY COMPLÈTE SA TRANSITION STRATÉGIQUE DE DISTRIBUTION AU CANADA AVEC UNE MARGE RECORD RÉCENTE ET UNE VOIE CLAIRE VERS LA RENTABILITÉ AU T2 2025

Faits saillants clés :

- **Lancement du modèle de distribution directe au Canada** – tous les principaux détaillants sont confirmés. De plus, des distributeurs et des agences marketing de premier plan sont mobilisés pour exécuter en magasin et accélérer la croissance.
- **Réduction de la perte nette de 46,5 %** – la perte nette au T2 a été réduite de près de moitié à 1,4 M\$, comparativement au même trimestre l'an dernier, démontrant l'accélération vers le retour à la rentabilité, alors que la transition de la distribution canadienne progresse et l'innovation alimente l'élan de la marque.
- **Maintien d'une situation financière solide** – trésorerie de 25,3 M\$ (25,2 M\$ au T1 2025 et 28,2 M\$ au T2 2024) et aucune dette.
- **Progression de la marge brute pour atteindre 59,7 %** – reflétant une discipline continue en matière de prix et l'efficacité de la chaîne d'approvisionnement.
- **L'élan de l'innovation prend de l'ampleur** – les nouvelles saveurs Zéro, incluant Limonade glacée, a surpassé les attentes et généré une forte demande des consommateurs, même pendant la transition canadienne.
- **Ventes aux États-Unis en hausse de 38,9 % (en excluant les rotations dans des clubs-entrepôts au T2 2024)** – la forte vitesse des ventes et le succès des innovations ont continué à stimuler la croissance aux États-Unis au T2 2025.
- **Rotations de formats variés Zéro confirmées chez des clubs-entrepôts** – confirmation de rotations au Canada et aux États-Unis au T4 2025, soulignant le soutien solide des détaillants et l'élan continu des innovations.

Montréal (Québec), le 12 juin 2025 – 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 deuxième trimestre et la période de six mois clos le 30 avril 2025. 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 30 avril		Six mois clos le 30 avril	
	2025	2024	2025	2024
	\$	\$	\$	\$
Revenus nets	6 496	8 001	14 191	15 147
Marge brute	3 879	4 465	8 458	8 247
Perte nette	(1 429)	(2 673)	(2 713)	(4 529)
Perte de base et diluée par action	(0,05)	(0,09)	(0,09)	(0,15)
BAlIA ajusté ²	(1 207)	(2 685)	(2 264)	(4 650)

¹ Nielsen: période de 52 semaines se terminant le 19 avril 2025, 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.

Citation de Carl Goyette, président et chef de la direction

« Au T2, nous avons démontré que les bases de nos activités sont solides et s'améliorent, notamment dans nos canaux de croissance clés aux États-Unis, à savoir les canaux de vente en ligne et les canaux de vente au détail haut de gamme. Nous avons accru notre marge de manière significative, réduit de moitié notre perte BAIIA et constaté un engouement soutenu des consommateurs pour notre gamme Zéro, tant au Canada qu'aux États-Unis. »

« En fait, Limonade glacée a non seulement surpassé GURU Original au cours des premières semaines, mais elle est également devenue notre produit le plus performant dans la principale chaîne de dépanneurs du Québec – preuve que nos innovations en matière d'énergie propre séduisent les consommateurs. »

« Bien que le T2 a été marqué par des vents contraires temporaires importants liés à la fin de notre entente avec le distributeur exclusif au Canada, cette transition nous permet déjà d'exercer un meilleur contrôle de la marque, d'améliorer la qualité de notre exécution et de saisir des opportunités de croissance à long terme. »

« Nous avons sécurisé notre présence auprès de tous les grands détaillants canadiens et nous avons commencé à travailler avec nos nouveaux partenaires, en élargissant notre portée auprès des épiceries traditionnelles, mais aussi dans les magasins de sport, de plein air et d'aliments naturels. »

« Avec un modèle simplifié, des partenaires mobilisés et un cap stratégique clair, nous amorçons la seconde moitié de l'année avec élan – et une confiance totale en notre capacité à générer une croissance durable et à accomplir notre mission de nettoyer l'industrie des boissons énergisantes. »

Performance résiliente durant un trimestre de transition stratégique

GURU a enregistré des revenus nets de 6,5 M\$ au T2 2025, contre 8,0 M\$ au T2 2024. L'élan de croissance par rapport à l'an dernier a été en grande partie freiné par: des rotations d'un montant de 1,4 M\$ dans des clubs-entrepôts aux États-Unis l'an dernier qui ne se sont pas répétées cette année, et des manques temporaires importants de commandes et d'expéditions au Canada au T2 précédent la date de fin de l'entente de GURU avec son ancien distributeur exclusif au Canada. Ces manques ont entraîné une perturbation à court terme de la disponibilité des produits chez certains détaillants, et ne devraient pas se prolonger ou se reproduire au cours des prochains trimestres.

En excluant les rotations dans des clubs-entrepôts, les ventes aux États-Unis ont progressé de 38,9 % à taux de change constant, soutenues par des gains de vitesse, les innovations et une traction croissante sur les canaux de vente en ligne et au détail haut de gamme.

Lancement du modèle direct stimulé par les innovations au Canada

Malgré une baisse temporaire significative des expéditions, la demande des consommateurs au Canada est restée forte. Le lancement de GURU Zéro Baies sauvages, Pamplemousse rose et Limonade glacée au T2 a généré une forte demande – Limonade glacée, en particulier, a surpassé les produits existants au cours des premières semaines de lancement dans une grande chaîne de dépanneurs. De plus, le T3 2025 verra le lancement de Zéro Fraise melon chez les détaillants du Québec et en ligne au Canada.

Le 22 mai, GURU est passé à un modèle de distribution directe au Canada, reprenant le contrôle de l'exécution des ventes au détail et des investissements stratégiques. De nouvelles ententes ont été conclues avec tous les principaux détaillants, et les activations en magasin ont débuté par l'entremise de partenaires de vente et de marketing de premier plan.

Progression de la croissance aux États-Unis à travers les canaux

Au T2, GURU a poursuivi son élan aux États-Unis (+38,9 % excluant les rotations dans les clubs-entrepôts l'an dernier), le plus grand marché de boissons énergisantes au monde et un moteur de croissance clé pour la Société.

Sur Amazon U.S., le mois de mars a connu un record mensuel des ventes, soutenu par une campagne de vente printanière réussie. Plus important encore, le taux de réachat a atteint des niveaux records, renforçant l'attachement des consommateurs à la marque et leur fidélité croissante dans l'environnement concurrentiel du commerce électronique.

Dans le commerce au détail, les ventes combinées dans le canal des aliments naturels et chez Whole Foods ont augmenté en moyenne de 26 % d'une année sur l'autre³, Whole Foods ayant affiché deux mois records. Les innovations ont continué à progresser, GURU Zéro Baies sauvages surpassant le lancement de Punch tropical l'an dernier et devenant l'un des lancements les plus réussis de la marque aux États-Unis à ce jour.

Cette vélocité accrue, combinée à l'amélioration des comportements de réachat et à la force d'innovation, place GURU en position pour poursuivre une expansion rentable aux États-Unis.

Vers la rentabilité

GURU a continué à mettre en œuvre sa stratégie de discipline financière au T2 2025, en réalisant :

- La deuxième perte nette trimestrielle la plus faible depuis le T2 2021 - réduction de 46,5 % de la perte nette d'une année sur l'autre.
- Une diminution de 55,0 % de la perte du BAIIA ajusté, la meilleure amélioration trimestrielle depuis le T2 2021.
- La marge brute la plus élevée jamais enregistrée par la Société depuis le début de la distribution exclusive au Canada.

Ces améliorations reflètent l'impact positif de la discipline en matière de prix, de la rationalisation des investissements en marketing et de l'efficacité de l'exécution pendant la période de transition de la distribution au Canada.

Perspectives pour l'exercice 2025

Au cours du second semestre, GURU se concentrera sur la réalisation d'une croissance rentable :

- En élargissant sa gamme de produits Zéro dans les canaux de vente au détail haut de gamme, des aliments naturels et en ligne.
- En mettant en œuvre son nouveau modèle de distribution directe au Canada.
- En maintenant une discipline en matière de prix et un contrôle rigoureux des coûts afin de faire croître les marges.

Dans ce contexte favorable, la Société a obtenu deux rotations de formats variés chez des clubs-entrepôts pour le T4 2025 au Canada et aux États-Unis, confirmant ainsi l'attrait commercial grandissant de la gamme Zéro.

Résultats d'exploitation

Sommaire du T2

GURU a connu un autre trimestre marqué par l'expansion de sa marge et une gestion rigoureuse des dépenses :

- La marge brute a atteint 59,7 % au T2, contre 55,8 % au T2 2024.

³ Données SPINS IRI, période de 12 semaines se terminant le 20 avril 2025, canal naturel total excluant Sprouts, vs. la même période l'année précédente, et les données WHOLE FOODS MARKET, période de 12 semaines se terminant le 20 avril 2025 vs. la même période l'année précédente.

- Les frais de vente, généraux et administratifs ont diminué de 26,2 % par rapport à l'an dernier, en raison de la baisse des dépenses de marketing et de promotion.
- La perte nette a reculé à 1,4 M\$, contre 2,7 M\$ au T2 2024.
- La perte du BAIIA ajusté s'est améliorée de 55,0 % pour s'établir à 1,2 M\$.

Résultats cumulés depuis le début de l'exercice

Pour la période de six mois terminée le 30 avril 2025 :

- Les revenus nets ont totalisé 14,2 M\$, contre 15,1 M\$ en 2024. En excluant l'impact de la rotation dans des clubs-entrepôts aux États-Unis, les revenus nets ont augmenté de 3,2 %.
- Le bénéfice brut a augmenté de 2,6 % pour atteindre 8,5 M\$.
- La marge brute est passée de 54,4 % à 59,6 %.
- La perte nette s'est améliorée de 40,1 % pour s'établir à 2,7 M\$.
- La perte du BAIIA ajusté a diminué de 51,3 % pour s'établir à 2,3 M\$.

Téléconférence et webdiffusion

GURU tiendra une téléconférence pour discuter de ses résultats du deuxième trimestre de l'exercice 2025 aujourd'hui, le 12 juin 2025 à 10h00 (HE). Les participants peuvent accéder à l'appel comme suit :

- Par webdiffusion : <https://edge.media-server.com/mmc/p/9xbgzdhc>
- 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 30 juin 2025.

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 édulcorants artificiels, 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

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 2024: 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 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 BAIJA 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 modifications aux politiques gouvernementales et aux règlements du commerce international; la résiliation de l'entente de distribution avec PepsiCo et le retour à un modèle de distribution directe; le traitement comptable des bons de souscription émis à 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; le recours au marketing de tiers, y compris les célébrités et les influenceurs; 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.

BAlIA ajusté

Le BAlIA 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, la charge de rémunération fondée sur des actions et les frais de restructuration. 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, de la rémunération à base d'actions et des frais de restructuration élimine l'impact non monétaire de ces éléments. La direction estime que le BAlIA 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 BAlIA 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 BAlIA ajusté

(En milliers de dollars canadiens)	Trois mois clos le 30 avril		Six mois clos le 30 avril	
	2025	2024	2025	2024
Perte nette	(1 429)	(2 673)	(2 713)	(4 529)
Revenus financiers nets	(222)	(355)	(450)	(793)
Amortissement des immobilisations corporelles et incorporelles	212	230	487	463
Impôt sur le résultat	21	31	45	4
Charge de rémunération fondée sur des actions	211	82	367	205
BAlIA ajusté	(1 207)	(2 685)	(2 264)	(4 650)