



GURU ORGANIC ENERGY LANCE SA CAMPAGNE DE MARKETING NATIONALE “RETOUR AU QUOTIDIEN”

- Cette troisième campagne nationale en 2022 vise à accroître la notoriété de la marque GURU au cours des prochaines six semaines dans les principaux centres urbains du Canada.
- Partenariat pour une cinquième année consécutive avec [Occupation Double](#), l'émission de télé-réalité la plus regardée au Québec.

Montréal (Québec), le 7 septembre 2022 – GURU Organic Energy Corp. (TSX : GURU) (« **GURU** » ou la « **Société** »), la première marque de boissons énergisantes biologiques au Canada, est heureuse d'annoncer le lancement de sa campagne de marketing nationale « Retour au quotidien », dont l'objectif vise à mettre en valeur les vertus énergisantes et les propriétés fonctionnelles naturelles de GURU, que ce soit au travail, à l'école, dans les sports ou dans la vie de tous les jours.

Bonne énergie
sous tous les
angles.

GURU BONNE ÉNERGIE
AU NATUREL



« Notre campagne Retour au quotidien vise à rejoindre les personnes qui ont besoin d'une Bonne Énergie en ce mois de septembre, avec le travail, l'université, la réalité quotidienne et les plaisirs de fin de semaine, » a déclaré Carl Goyette, président et chef de la direction de GURU. « Pour cette troisième campagne de marketing nationale de 2022, nous concentrerons nos efforts principalement sur les grands centres urbains, là où les résultats de notre précédente campagne Bonne énergie au naturel ont révélé les plus fortes augmentations d'achats de la part des consommateurs, et nous continuerons à cibler notre base de consommateurs aux valeurs progressistes qui sont soucieux de leur santé. »

« Nous sommes également ravis de participer à nouveau à Occupation Double, l'émission de télé-réalité la plus regardée au Québec et l'un de nos meilleurs partenaires médias au fil des ans. Cette année sera encore plus riche en événements pour les concurrents et les spectateurs, car l'émission sera tournée sur la charmante île de la Martinique. Nous sommes convaincus que ces plus récentes initiatives de marketing omnicanal renforceront la notoriété de notre marque au Canada et continueront à former des bases solides pour nos ambitions de croissance, » a ajouté M. Goyette.

Retour au quotidien dans les grandes villes et les campus universitaires du Canada

Cette campagne nationale, qui succède à la campagne estivale Bonne énergie au naturel de GURU, consistera principalement en du contenu numérique, de la publicité extérieure, des campagnes avec des influenceurs et des activations en magasin sur une période de six semaines dans les grands centres urbains de Montréal, Toronto, Calgary et Vancouver. De plus, comme l'année dernière, GURU sera présent sur les campus universitaires pour la rentrée scolaire avec des ambassadeurs de marque, des programmes d'échantillonnage, des concours sur les médias sociaux et des activations uniques dans 25 universités du Canada.

Occupation Double Martinique

À compter du 11 septembre, et pour la cinquième année consécutive, GURU participera à l'émission de télé-réalité Occupation Double. Cette année, pour la première fois, l'émission sera diffusée depuis l'île de la Martinique, dans les Caraïbes. Les boissons énergisantes GURU seront offertes aux concurrents et présentées tout au long de l'émission, y compris dans cinq aventures GURU pour les concurrents, qui porteront sur la gamme complète des boissons énergisantes GURU. De plus, GURU organisera des concours quotidiens permettant aux spectateurs de l'émission de gagner des prix, dont un approvisionnement d'un an de GURU, ainsi qu'un réfrigérateur GURU. Ce partenariat pluriannuel avec Occupation Double s'est avéré très efficace pour accroître la notoriété de la marque GURU au Québec.

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

Ce communiqué de presse contient des « énoncés prospectifs » au sens de la loi canadienne sur les valeurs mobilières applicables. 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. Les énoncés prospectifs sont généralement identifiés par l'utilisation de mots tels que « peut », « devrait », « pourrait », « s'attendre », « avoir l'intention », « estimer », « anticiper », « planifier », « prévoir », « croire » ou « continuer », bien que tous les énoncés prospectifs ne contiennent pas ces mots. 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 certain moment dans le contexte des développements historiques et futurs possibles, et le lecteur est donc averti que ces énoncés peuvent ne pas être appropriés à d'autres fins. Les énoncés prospectifs sont basés sur des hypothèses et sont soumis 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 les facteurs suivants, qui sont présentés plus en détail dans la section « Facteurs de risque » de la notice annuelle de la Société pour l'exercice clos le 31 octobre 2021, disponible sur SEDAR au www.sedar.com: la gestion de la croissance; la dépendance à l'égard du personnel clé; 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 dans les marchés financiers et d'autres changements défavorables dans les conditions économiques ou politiques générales, ainsi que la pandémie de la COVID-19 ou d'autres phénomènes macroéconomiques majeurs; les événements catastrophiques mondiaux ou régionaux; les fluctuations des taux de change des devises étrangères; les revenus nets provenant entièrement des boissons énergisantes; la concurrence accrue; les relations avec les co-emballeurs et les distributeurs et/ou leur capacité à fabriquer et/ou distribuer les produits de GURU; 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; les droits de propriété intellectuelle; le maintien de l'image de marque ou de la qualité des produits; le maintien des services à plein temps de la haute direction; 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; l'absence d'assurance d'une rentabilité continue ou d'un BAIIA positif; et les conflits d'intérêts. Certaines hypothèses ont été formulées lors de la préparation des énoncés prospectifs concernant la disponibilité des ressources en capital, la performance de l'entreprise, les conditions du marché et la demande des consommateurs. Par conséquent, tous les énoncés prospectifs contenus dans le présent communiqué de presse sont assortis des mises en garde susmentionnées, et il n'y a aucune garantie que les résultats ou les développements que nous prévoyons se réaliseront ou, même s'ils se réalisent en grande partie, qu'ils auront les conséquences ou les effets attendus sur notre activité, notre situation financière ou nos résultats d'exploitation. Sauf mention contraire ou indication contraire du contexte, les énoncés prospectifs contenus dans le présent communiqué de presse sont fournis à la date de celui-ci, et nous ne nous engageons pas à mettre à jour ou à modifier ces énoncés prospectifs, que ce soit à la suite de nouvelles informations, d'événements futurs ou autres, sauf si la loi applicable l'exige.