

Rapid Nutrition PLC

Mise à Jour Semestrielle 2025

1. Résumé Exécutif

2. Réalisations Clés au S1 2025

2.1 Croissance des Abonnements

2.2 Finalisation des Obligations Convertibles

3. Développement de la Marque et des Marchés

3.1 Campagne de Marque

3.2 Commandes Internationales

3.3 Progrès sur le Marché Chinois

4. Initiatives Stratégiques en Cours et Plan de Croissance S2

4.1 Refonte de la Plateforme eCommerce

4.2 Expansion de la Gamme de Produits

5. Perspectives

6. Téléchargements

7. Contact

1. Résumé Exécutif

Rapid Nutrition PLC (Euronext Growth : ALRPD), une entreprise internationale spécialisée dans la santé et le bien-être, est heureuse de présenter sa mise à jour d'entreprise pour la période de six mois se terminant le 30 juin 2025. Le premier semestre a été marqué par des progrès significatifs dans les opérations commerciales, le développement de la marque, la visibilité sur les marchés mondiaux et la gestion financière — établissant une base solide pour une croissance continue au second semestre.

2. Réalisations Clés au S1 2025

2.1 La Croissance des Abonnements Génère des Revenus Prédicibles et à Haute Marge

La marque phare de la société, SystemLS, continue de se développer via son modèle d'abonnement mensuel, créant des flux de revenus prévisibles et améliorant la gestion des flux de trésorerie. Cette base renforce la planification des stocks et soutient la stratégie de la société visant à construire une valeur client à long terme.

* La croissance mensuelle moyenne des abonnements au S1 a atteint 34,5 %, avec des pics dépassant les 300 % au fil des mois.

* Les abonnements représentent désormais un canal de revenus essentiel et un moteur clé de levier opérationnel pour le S2 et au-delà.

La direction reste concentrée sur l'expansion de cette base de revenus récurrents comme priorité stratégique.

2.2 Renforcement des Fondations Financières par la Finalisation des Obligations Convertibles

Au cours de la période, Rapid Nutrition a achevé la conversion complète de toutes les obligations convertibles émises dans le cadre de son plan de financement précédent. Cette opération a été finalisée bien avant l'échéance prévue et reflète une gestion financière prudente et une confiance dans les opérations.

Cette finalisation anticipée améliore la flexibilité stratégique à court terme, renforce la transparence financière et permet à la société de se concentrer sur la création de valeur à long terme.

3. Développement de la Marque et des Marchés

3.1 Campagne de Marque Stratégique : Créer une Connexion Authentique avec les Consommateurs

Dans un marché dominé par les régimes à court terme et le marketing de type "solution miracle", Rapid Nutrition a lancé une campagne vidéo percutante mettant en vedette le coach bien-être Sean Alami. Cette campagne vise à faire écho aux luttes réelles auxquelles de nombreuses personnes sont confrontées — manque d'énergie, fatigue émotionnelle, perte de confiance — en encourageant des changements de santé durables et fondés sur des preuves.

SystemLS est présenté non pas comme une solution magique, mais comme un allié bien-être concret pour ceux qui recherchent une transformation durable.

La campagne vient renforcer la participation de SystemLS à une étude clinique d'envergure aux États-Unis, comme annoncé précédemment. Cette combinaison de témoignages personnels et de validation scientifique renforce la crédibilité de la marque et la confiance des consommateurs.

3.2 Visibilité Croissante de la Marque à l'International

Suite à une récente campagne de marketing numérique, la société reçoit désormais des commandes clients provenant de nouveaux marchés internationaux, notamment :

- **Canada**
- **Royaume-Uni**
- **Belgique**
- **Suisse**
- **Japon**

Cette activité démontre la visibilité et l'attrait croissants de la marque SystemLS à l'échelle mondiale, en particulier dans les régions où la demande en nutrition végétale et à étiquette propre augmente.

Pour soutenir cette croissance, la société est en discussion pour établir une infrastructure de distribution et d'exploitation en Europe afin de mieux répondre à la demande internationale.

3.3 Traction sur le Marché Chinois : Renforcement de la Marque via Douyin

Rapid Nutrition poursuit sa progression en Chine via la plateforme Douyin (TikTok Chine), où les livestreams des KOL, les vidéos courtes et les campagnes média payantes montrent des résultats de conversion encourageants.

Le rapport de performance de mai, désormais disponible sur le site web de la société, détaille ces résultats positifs et présente la feuille de route stratégique pour renforcer davantage la présence sur ce marché clé.

4. Initiatives Stratégiques en Cours et Plan de Croissance pour le S2

4.1 Refonte de la Plateforme eCommerce pour Stimuler la Croissance D2C

La société finalise la refonte complète de sa plateforme eCommerce, rapid-nutrition.com, afin de mieux soutenir les ventes directes aux consommateurs à l'échelle mondiale et de répondre à la demande internationale (finalisation prévue pour août 2025).

Améliorations clés :

- Expérience utilisateur optimisée sur mobile et desktop
- Parcours de conversion et narration optimisés
- Intégration complète du portefeuille de marques :
 - **SystemLS**
 - **Azurene**
 - **Produits bien-être tiers sélectionnés**

Cette plateforme constitue un pilier central de la stratégie numérique de la société au S2.

4.2 Expansion de la Gamme de Produits pour Répondre aux Tendances Mondiales

Face à la croissance des besoins en santé et bien-être, Rapid Nutrition lancera une série de nouveaux produits au S2, notamment :

- **Nouvelles saveurs de protéines SystemLS** pour élargir le choix consommateur
- **Barres santé riches en protéines**, lancées en Chine
- **Possibles extensions de gamme pour la marque Azurene**, incluant :
 - Soutien respiratoire et immunitaire
 - Soulagement de la fatigue oculaire liée aux écrans et amélioration de la circulation
 - Soulagement des tensions musculaires et récupération
 - Formulation naturelle contre la toux

Ces ajouts soutiennent la vision de la société : proposer des solutions bien-être fondées sur la science et adaptées au mode de vie.

5. Perspectives

Rapid Nutrition aborde le second semestre 2025 avec une base opérationnelle renforcée, une transparence financière accrue et une présence internationale grandissante. La société continuera à se concentrer sur l'expansion de ses revenus récurrents, l'exécution de stratégies spécifiques par marché et l'innovation orientée vers la santé pour soutenir sa croissance à long terme.

Le premier semestre a impliqué des investissements ciblés dans l'augmentation des stocks sur les marchés clés, ainsi que la mise en œuvre d'initiatives structurelles dans les abonnements, l'infrastructure eCommerce et les campagnes de lancement par marché. Ces efforts ont été rendus possibles grâce au soutien financier reçu durant la période, permettant à la société de construire une plateforme de croissance durable plutôt que de poursuivre des gains à court terme.

La direction souligne que les effets de ces initiatives devraient progressivement se refléter au cours du S2, soutenant la croissance du chiffre d'affaires et offrant une meilleure visibilité sur les résultats à venir, à mesure que les revenus récurrents et les contributions des nouveaux marchés se matérialisent.

Cette dynamique constitue une base solide pour une croissance durable et renforce la confiance dans la stratégie à long terme de la société.

6. Contact

Relations Investisseurs

 investors@rnplc.com

 <http://www.rnplc.com/>