

---

**CHIFFRES D'AFFAIRES TRIMESTRIELS COMPARES**

---

**Chiffres consolidés**

<b>En k € Euros</b>	<b><u>2008</u></b>	<b><u>2007</u></b>
1er trimestre	62 372	58 912
2ème trimestre	60 353	58 151
<b>TOTAL</b>	<b>122 725</b>	<b>117 063</b>

A taux de change et périmètre constants, le chiffre d'affaires progresse de 4.84% en cumul à fin juin.

Les différentes marques et activités du groupe ont connu au cours de la période des évolutions globalement positives mais néanmoins contrastées, là encore confirmant les tendances :

La division grandes surfaces progresse de +2.8%, portée par le marché biologique et par une forte progression de l'activité « Cuisines du monde ». D'importantes innovations ont été lancées avec succès au cours du premier semestre, notamment une marque de produits japonais (Tanoshi), la gamme Nutri-cosmétiques de Gayelord Hauser, ainsi que de nombreux nouveaux produits biologiques.

La division des réseaux spécialisés connaît une croissance semestrielle à hauteur de +8.7%, en accélération, là aussi grâce à la progression des marques propres biologiques, mais également du réseau santé (pharmacies et parapharmacies). Cette division a opéré au cours du premier semestre plusieurs changements d'organisation, visant à clarifier les portefeuilles de produits et à mieux bénéficier de synergies entre les différentes entités :

Bonneterre devient le spécialiste de l'alimentation biologique, en distribuant toutes les marques propres du groupe, ainsi que d'importantes marques de distribution,

Kalistera devient « Laboratoire Kalistera » et se positionne sur la santé et la beauté, spécialiste des compléments alimentaires naturels et de la cosmétique biologique. Cette société renforce notablement son portefeuille grâce à un nouveau partenariat de distribution de la marque Melvita en pharmacie.

Les deux sociétés Bio-Distrifrais et Chantenat se regroupent opérationnellement, pour donner plus d'élan à l'activité des plateformes de proximité.

L'activité export renoue avec la croissance, progressant de +2.4%, grâce au bon développement des marques propres du groupe à l'international.