# PUBLICATIONS PÉRIODIQUES

## SOCIÉTÉS COMMERCIALES ET INDUSTRIELLES (CHIFFRES D'AFFAIRES ET SITUATIONS TRIMESTRIELLES)

## DISTRIBORG GROUPE

Société anonyme au capital de 6 132 610,29 €.
Siège Social : 217, Chemin du Grand Revoyet, 69230 ST Genis Laval.
970 502 761 R.C.S. Lyon.

**Information trimestrielle au 31 mars 2008.**

Croissance de l'activité +5,9%, à taux de change et périmètre constants.

— Situation financière :

– Chiffre d'affaires :
Chiffres consolidés :

| (En milliers d'euros) | 2008 | 2007 |
|---|---|---|
| Premier trimestre | 62 372 | 58 912 |

Cette croissance de près de 6%, en accélération par rapport à 2007, permet au groupe Distriborg de confirmer ses objectifs de croissance pour l'exercice 2008.
La division des réseaux spécialisés (magasins biologiques et pharmacies) a particulièrement contribué à la croissance du premier trimestre, à hauteur de +9,6%, portée notamment par les produits biologiques, grâce à la bonne performance des marques propres du groupe.
La division des grandes et moyennes surfaces a progressé de +4,4%, servie par un marché globalement en hausse, notamment sur les produits biologiques, et par la bonne performance des marques de cuisines du monde.
Les ventes à l'export sont en retrait de -3,3% sur le trimestre.

Autres éléments financiers et perspectives. — Le premier trimestre 2008 affiche un retard temporaire de la marge opérationnelle, en raison notamment d'un fort investissement en communication et promotions sur les marques principales.
La marge brute est conforme aux prévisions et en ligne avec la même période de l'année précédente.
Les autres frais d'exploitation sont globalement contrôlés.
Compte tenu de la bonne dynamique de l'activité au premier trimestre, le groupe confirme ses objectifs pour 2008, à savoir une croissance du chiffre d'affaire de l'ordre de 5% et une marge opérationnelle proche de 11%.

— Evènements du trimestre :

– Nouveaux produits : D'importantes innovations ont été lancées avec succès au cours du premier trimestre, notamment une marque de produits japonais (Tanoshi), la gamme Nutri-cosmétiques de Gayelord Hauser, ainsi que de nombreux nouveaux produits biologiques.
– Organisations : La division des réseaux spécialisés a préparé au cours du premier trimestre la mise en [U+x009c]uvre d'une nouvelle organisation, effective en Avril 2008, conduisant à une répartition plus claire des portefeuilles de produits et à une simplification des organisations :
– Bonneterre devient le spécialiste de l'alimentation biologique, en distribuant toutes les marques propres du groupe, ainsi que d'importantes marques de distribution ;
– Kalisterra devient « Laboratoire Kalisterra » et se positionne sur la santé et la beauté, spécialiste des compléments alimentaires naturels et de la cosmétique biologique. Cette société renforce notoirement 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.

***0809534***