



RAPPORT INTÉGRÉ **DU GROUPE LORCA**

2023-2024

SOMMAIRE

ÉDITO DE CHRISTIAN SONDAG, PRÉSIDENT DU GROUPE LORCA	P. 04
ÉDITO DE PHILIPPE DESSERTENNE, DIRECTEUR GÉNÉRAL DU GROUPE LORCA	P. 06
LE GROUPE LORCA, UN MODÈLE COOPÉRATIF	P. 08
QU'EST-CE QU'UNE COOPÉRATIVE AGRICOLE ?	P. 10
LA GOUVERNANCE	P. 11
INFOGRAPHIE	P. 12
LES TEMPS FORTS	P. 14
ANALYSE FINANCIERE DE LA CAMPAGNE 2023-2024	P. 16
BILAN DE LA CAMPAGNE 2023-2024	P. 18
PÔLE AGRICULTURE	P. 20
PÔLE DIVERSIFICATION	P. 24
DECLARATION EXTRA FINANCIERE	P. 30
LA DÉMARCHE RSE DU GROUPE LORCA	P. 30
LA MATRICE DE MATÉRIALITÉ	P. 32
NOS PARTIES PRENANTES	P. 34
POUR NOS COLLABORATEURS	P. 38
DÉVELOPPER L'EMPLOYABILITÉ	P. 38
FAVORISER LE BIEN-ÊTRE AU TRAVAIL	P. 40
POUR NOS CONSOMMATEURS	P. 42
PRIVILÉGIER LES PRODUITS BIO-ALTERNATIFS, LOCAUX & RÉGIONAUX	P. 42
ASSEOIR NOTRE ANCRAGE TERRITORIAL	P. 44
POUR NOS ADHÉRENTS	P. 48
CONSTRUIRE L'AGRICULTURE DE DEMAIN	P. 48
VALORISER L'AGRICULTURE	P. 50
POUR LA SOCIÉTÉ	P. 52
RÉDUIRE NOTRE EMPREINTE CARBONE	P. 52
VALORISER ET MIEUX TRIER NOS DÉCHETS	P. 57
ANNEXES	P. 58



ÉDITO DE

CHRISTIAN SONDAG, PRÉSIDENT DU GROUPE LORCA

La Responsabilité Sociétale des Entreprises (RSE) est analysée depuis 2021 pour tous les pôles d'activités de LORCA. En complément du rapport de gestion, qui caractérise les activités et les résultats économiques et financiers qui en découlent, la RSE donnait lieu à la rédaction d'un rapport sur les performances extra financières. Pour la première fois, vous avez entre vos mains, le document qui synthétise la présentation du Groupe LORCA sous tous ses aspects.

Cette vision, plus complète, vous donne les niveaux d'activité des différents métiers et leurs résultats économiques mais elle permet aussi de comprendre toutes les actions non financières qui rythment la vie de l'entreprise.

LORCA a construit son analyse RSE sur quatre piliers : les Adhérents, les Collaborateurs, les Consommateurs et la Société.



Pour les agricultrices et agriculteurs adhérents de la coopérative, notre travail vise à toujours servir la performance économique des exploitations avec un niveau de service élevé. Les différentes rencontres proposées aux adhérents, nous permettent également d'échanger et de comprendre leurs attentes et besoins. Une attention particulière est portée aux jeunes générations pour les écouter, les accompagner et les intégrer jusqu'à la gouvernance de LORCA. Pour les collaboratrices et collaborateurs de l'ensemble de nos sociétés, il est important de leurs donner les moyens de bien travailler. Des programmes d'investissement conséquents ont, encore, été mis en œuvre cette année. Au-delà des sensibilisations et des formations à la sécurité, et pour l'ensemble des activités, un grand nombre de salariés est formé tous les ans dans leur domaine d'activité.



Pour les clients, notre approche repose sur une présence forte sur la région. Cette année encore, nous avons investi pour renforcer celle-ci mais aussi notre diversité de services proposés. En complément de la jardinerie et du bricolage, l'arrivée de la motoculture professionnelle est importante pour notre développement.

La société est autant versatile qu'exigeante. Il est donc difficile de trouver la bonne voie tant les comportements d'achats et les demandes, notamment environnementales, changent lorsqu'ils ne sont pas opposés. Si les tendances de fond semblent pérennes telles que la prise en compte de l'impact carbone, d'autres comme la consommation Bio ont vécu de sérieux revers.

Sur toutes ces dimensions, les actions et les résultats du Groupe LORCA sont bons. La performance économique servie aux adhérents l'est aussi dans un contexte très chahuté depuis 2022. Les résultats de l'ensemble des activités sont remarquables tant le contexte inflationniste a heurté de plein fouet l'ensemble des activités économiques. Cette année met en évidence la résilience de LORCA et donc sa capacité à supporter des difficultés conjoncturelles et à poursuivre son développement.

Nos valeurs d'équité et de solidarité, mais aussi de confiance et de respect sont essentielles pour passer les périodes économiquement plus difficiles. Communes aux adhérents et aux collaborateurs, ces valeurs permettent de partager les fruits de la réussite certaines années et de se serrer les coudes dans les périodes de mauvais temps. Même si la société peut nous donner l'impression de parfois s'en affranchir, au sein de LORCA elles sont essentielles, et les personnes sans valeur n'y ont pas leur place. Pour le futur, nous avons engagé la réflexion nécessaire aux projections des dix prochaines années. Exercice

difficile, tant les possibilités mais aussi les contraintes sont nombreuses. Le Conseil d'Administration et le Comité de Direction ont initié la démarche qui sera alimentée par chacun. Car se sont avec les suggestions de toutes et tous que l'avenir se dessinera.

Evidemment, tout ce que vous allez découvrir dans ce document est le fruit du travail de nos adhérents et de nos collaborateurs. L'engagement des uns et l'implication des autres sont importants. Je souhaite les remercier toutes et tous pour leur contribution, en quantité et en qualité.



ÉDITO DE PHILIPPE DESSERTENNE, DIRECTEUR GÉNÉRAL DU GROUPE LORCA

“

L'année 2023-2024 a été marquée par des défis de taille, mais c'est avec résilience et détermination que le Groupe LORCA a su s'adapter et tirer parti de ce contexte complexe. Face à des taux d'intérêts élevés, une inflation persistante et des conditions climatiques défavorables, nous avons transformé ces contraintes en opportunités et nous avons su rester un acteur solide et performant.

”



UNE COOPÉRATIVE MOBILISÉE ET ENGAGÉE

Nos priorités ont été claires: soutenir nos adhérents, accompagner nos clients, et valoriser nos partenaires. C'est pourquoi, malgré un contexte difficile, nous avons fait le choix de redistribuer des compléments de prix en juin à nos adhérents, afin de stabiliser les exploitations les plus touchées par les fluctuations du marché des céréales et des intrants. Cette redistribution démontre notre capacité à jouer pleinement notre rôle de soutien dans les moments clés, en assurant un équilibre financier même dans les situations les plus défavorables.

Nous avons également pris des mesures exceptionnelles pour faire face aux impacts de la FCO (Fièvre Catarrhale Ovine), de la MHE (Maladie Hémorragique Épizootique) et du climat pluvieux dévastateur de 2024, qui ont fortement perturbé l'activité agricole. Nous avons su faire preuve de réactivité et d'agilité en adaptant nos stratégies pour répondre aux besoins de nos adhérents et de nos partenaires.

ANTICIPER ET AGIR: CAP 2030

2023-2024 a également marqué le lancement de notre plan stratégique CAP 2030, conçu pour nous guider vers un avenir plus solide et durable. Ce plan repose sur les trois axes stratégiques ci-dessous.

1. Développement durable: Nous nous engageons à réduire notre empreinte carbone et à adopter des pratiques plus respectueuses de l'environnement. Nos résultats sont déjà prometteurs avec une réduction significative des émissions de notre scope 3 et des investissements qui nous permettront d'aller encore plus loin dans notre démarche environnementale.



2. Diversification des activités: Explorer, étudier de nouvelles solutions et projets, pour diversifier nos sources de revenus, renforcer la résilience de notre coopérative et accompagner la transition énergétique.

3. Optimisation et efficacité opérationnelle: Revisiter nos pratiques pour rester performants et réactifs dans un marché en perpétuelle évolution, tout en maintenant notre stabilité financière et en consolidant nos bases solides.

UN POSITIONNEMENT FORT SUR TOUS NOS MARCHÉS

Nos divisions dans la diversification ont été directement impactées par l'inflation et les hausses des taux d'intérêts, ce qui a provoqué un ralentissement des investissements dans certains secteurs comme la construction. Cependant, nous avons su nous adapter et nous renforcer. Grâce à une stratégie de prospection accrue auprès des clients B2B et B2C, nous avons maintenu notre compétitivité et préservé notre capacité à répondre aux attentes de nos partenaires.

Malgré ces difficultés, nous avons continué à progresser dans le secteur Jardin & Terroir, en atteignant des performances supérieures à la moyenne du marché. Ces résultats ont été possibles grâce à une gestion proactive et à la mobilisation de toutes nos équipes pour s'adapter aux nouvelles réalités du marché.

TOUJOURS À L'ÉCOUTE ET EN MOUVEMENT

Nous sommes conscients que chaque secteur, chaque partenaire, et chaque client a ses propres défis à relever. C'est pourquoi nous nous engageons à être à l'écoute de toutes les parties prenantes de notre écosystème. Comprendre vos besoins, identifier les difficultés, et apporter des solutions sont au cœur de notre stratégie. Cette capacité d'écoute et de réactivité est un atout majeur qui nous permet de continuer à innover, anticiper, et répondre à l'évolution des besoins de nos partenaires.

UNE VISION D'AVENIR : CAP 2030 - VISION 2034

Nous travaillons activement à la construction de notre plan stratégique CAP 2030 - Vision 2034. Ce plan long terme, développé en collaboration avec le Conseil d'Administration et le Comité de Direction, intégrera les évolutions de notre environnement pour saisir de nouvelles opportunités. Nous évaluerons avec attention des projets, en nous assurant qu'ils soient cohérents avec notre ambition de développement durable et de croissance.

OPTIMISME ET CONFIANCE POUR 2025

L'année 2025 sera cruciale, mais nous l'abordons avec optimisme et confiance. Notre coopérative a démontré sa capacité à anticiper les difficultés, à prendre les bonnes décisions stratégiques et à se positionner comme un acteur stable et fiable. Nous savons que les conditions économiques et climatiques peuvent rester incertaines, mais nous sommes convaincus que notre capacité d'adaptation, notre gestion rigoureuse et notre engagement collectif feront de cette année une réussite.

Nous sommes bien conscients que de nombreuses entreprises autour de nous ont été fragilisées par le contexte actuel. Cependant, grâce à notre stratégie proactive, nous avons su

préserver notre stabilité et poser les bases d'un développement solide. Nous continuerons d'être à vos côtés pour répondre aux défis de demain.

ENSEMBLE POUR BÂTIR L'AVENIR

Notre plan CAP 2030 et notre Vision CAP 2030 – 2034 sont les fondations d'une coopérative prête à relever tous les défis. Ensemble, nous continuerons à bâtir un avenir prometteur, à rester fidèles à nos valeurs et à poursuivre notre développement dans le respect de nos engagements.

Merci à tous nos adhérents, partenaires, et collaborateurs pour votre confiance et votre engagement. Nous abordons cette nouvelle année avec sérénité et enthousiasme, déterminés à rester une coopérative forte, solidaire et tournée vers l'avenir.



LE GROUPE LORCA, UN MODÈLE **COOPÉRATIF**



LE GROUPE LORCA,

un modèle coopératif



La coopérative agricole LORCA, née en 1970, est à l'origine de notre Groupe. Au fil du temps, des secteurs d'activités complémentaires, permettant initialement de répondre aux demandes de nos agriculteurs, ont vu le jour, et se sont structurés en plusieurs pôles : Jardin & Terroir, Matériaux & Energies et Motoculture & Paysages.

Au cours des 50 dernières années, notre coopérative a investi dans l'économie locale et régionale au travers de nombreux projets agricoles à destination de nos adhérents mais aussi du grand public.

Dans les premières années de notre création, des investissements conséquents ont été réalisés afin de développer et d'optimiser les infrastructures dédiées à la collecte et à l'approvisionnement des exploitations agricoles locales (silo du Port de Metz, plateforme de stockage d'engrais à Hauconcourt, plateforme logistique de Lemud). Cette politique d'investissement continue est depuis toujours au cœur de notre stratégie de modernisation et de développement.

Qu'est-ce qu'une coopérative agricole ?

Une coopérative agricole a un statut particulier, c'est une société de personnes, créée et gouvernée par des agriculteurs pour répondre à leurs besoins et aspirations économiques.

Sa finalité est de collecter la production végétale et animale de ses adhérents, de la stocker éventuellement, de la transformer parfois et de la commercialiser. Elle permet aux agriculteurs coopérateurs d'exercer leur activité dans des conditions optimales, de la semence à la vente des produits.

Les coopératives agricoles sont soumises à trois principes clés : l'obligation

d'exclusivité entre la société et l'associé coopérateur, le principe de vote « un homme = une voix » (chaque adhérent, peu importe son capital social, exerce un pouvoir de décision équivalent) et une répartition des excédents aux associés coopérateurs.

Les coopératives ne sont pas opéables, attachées aux territoires de leurs agriculteurs-sociétaires, elles ne sont pas non plus délocalisables.

Les adhérents sont représentés par un Conseil d'Administration qui définit la gouvernance avec un mode de fonctionnement décisionnel participatif.



ATOUTS JEUNES : DÉVELOPPER LES COMPÉTENCES DE NOS ADHÉRENTS

Depuis 2019, la coopérative propose à ses jeunes adhérents âgés de 25 à 40 ans, via l'organisme de formation Campus Triangle, un programme baptisé *Atouts Jeunes*.

Lors de chaque cycle, la formation est construite sur mesure avec la quinzaine d'agriculteurs qui y participe.

Les objectifs sont multiples à savoir : apporter aux jeunes exploitants des connaissances diverses dont celles liées aux enjeux économiques agricoles, les

accompagner dans la réalisation de leur projet individuel d'exploitation, mieux connaître le fonctionnement de la coopérative, mais aussi développer un réseau de partage.

A ce jour, outre les 2 administrateurs stagiaires issus de la 2^{ème} promotion, 3 membres du Conseil d'Administration ont suivi le programme *Atouts Jeunes*.

Au regard du succès rencontré, une 3^{ème} session de formation est déjà programmée sur la campagne 2024-2025 !

LA GOUVERNANCE

est structurée autour de

1 homme = 1 voix



7
MEMBRES
DU BUREAU
DONT LE PRÉSIDENT



UN COMITÉ
DE DIRECTION

1 CONSEIL
D'ADMINISTRATION
DE 18 MEMBRES
+ 2 administrateurs stagiaires

124 DÉLÉGUÉS
PERMANENTS
répartis en 6 sections

+ DE 1 700 ADHÉRENTS



FINANCIER



395 MILLIONS
DE CHIFFRE D'AFFAIRES

ZONE GÉOGRAPHIQUE



80 SITES



LE GROUPE LORCA S'ÉTEND SUR
LES DÉPARTEMENTS 57, 54, 88, 67, 51, 08

HUMAIN



PLUS DE
1 700 STRUCTURES ADHÉRENTES



717 COLLABORATEURS



92 % D'ATTEINTE DES OBJECTIFS
DE L'INDEX ÉGALITÉ F/H



398 HOMMES



319 FEMMES



92 % DE NOS COLLABORATEURS
ONT SUIVI UNE FORMATION CES 2 DERNIÈRES ANNÉES



9 219 HEURES DE FORMATION

AGRICOLE



1 073 ADHÉRENTS
SONT 100 % ENGAGÉS



PLUS DE
25 000 BOVINS
COLLECTÉS PAR AN



36 SILOS DE STOCKAGE



582 000 TONNES
DE COLLECTE CÉRÉALES



438 PRODUITS DÉDIÉS À
L'EXPÉRIMENTATION AGRONOMIQUE



251 RÉFÉRENCEMENTS DE PRODUITS
INNOVANTS ET RESPECTUEUX DE
L'ENVIRONNEMENT



6 650 MICRO-PARCELLES D'ESSAIS

INFOGRAPHIE DU GROUPE LORCA

SUR LA CAMPAGNE 2023-2024

DIVERSIFICATION

JARDIN & TERROIR



56 JARDINERIES/ANIMALERIES
DONT 1 SITE E-ECOMMERCE



85 FRANCHISES SOUS LES ENSEIGNES
MAGASIN VERT, POINT VERT, LA MAISON POINT VERT,
PANIER DU COIN ET TERRANIMO

MATÉRIAUX & ENERGIES



10 SITES MATERIAUX & ENERGIES
SOUS LES ENSEIGNES GEDIMAT LORCA, LORCA ENERGIES,
TOUT FAIRE MATERIAUX ET JM DECO CARO

MOTOCULTURE & PAYSAGES



6 SITES

IMPACT CARBONE



44 % DE RÉDUCTION DE LA
CONSOMMATION ÉLECTRIQUE DANS NOS
MAGASINS



603 TONNES DE DÉCHETS TRIÉES



540 559 TEQ CO₂
BILAN CARBONE



50 DÉFIS RSE PAR AN



LES TEMPS FORTS

2023



20 JUIN

Top départ de la moisson



23 & 24 SEPTEMBRE

Semi-Marathon des coopératives
à Liévin dans le Pas-de-Calais
avec 34 collaborateurs
du Groupe LORCA



8 MARS

Journée en faveur de nos
femmes adhérentes avec la
diffusion d'un documentaire
« Les Mères de la Terre »
autour de 3 adhérentes.



20 FÉVRIER

4^{ème} Journée de la Sécurité
pour nos salariés
sur le thème des
déplacements



21 AU 24 MAI

Séminaire au Portugal
(Etude de différents modes
de culture sous stress
hydrique)



5 AU 6 JUIN

3^{ème} édition de DAMIER VERT,
plateforme d'essais agronomiques
sur le site de Sillegny (57)



17 OCTOBRE

Journée privilège pour nos Délégués Permanents avec la visite du Port de Metz & le site d'engrais de Hauconcourt



5 DÉCEMBRE

Assemblée Générale au Kinépolis de Saint-Julien-lès-Metz avec l'intervention de Jean-Louis ETIENNE sur le thème « Aux limites de la civilisation carbone »



30 JANVIER AU 1^{ER} FÉVRIER

Séminaire stratégique CAP 2030



12 DÉCEMBRE

Soirée du Personnel pour l'ensemble de nos collaborateurs à Bliida Metz



- Remises des médailles du travail
- Gratification retraités



Remise des trophées de la seconde édition des défis RSE



13 JUIN

Les 40 ans du négoce agricole SOLAGRI à Chambley



JUIN

Clôture de la campagne par les réunions d'avant moisson avec nos adhérents

2024



ANALYSE FINANCIÈRE DE LA CAMPAGNE 2023-2024



BILAN DE LA CAMPAGNE 2023-2024

NOS RÉSULTATS FINANCIERS

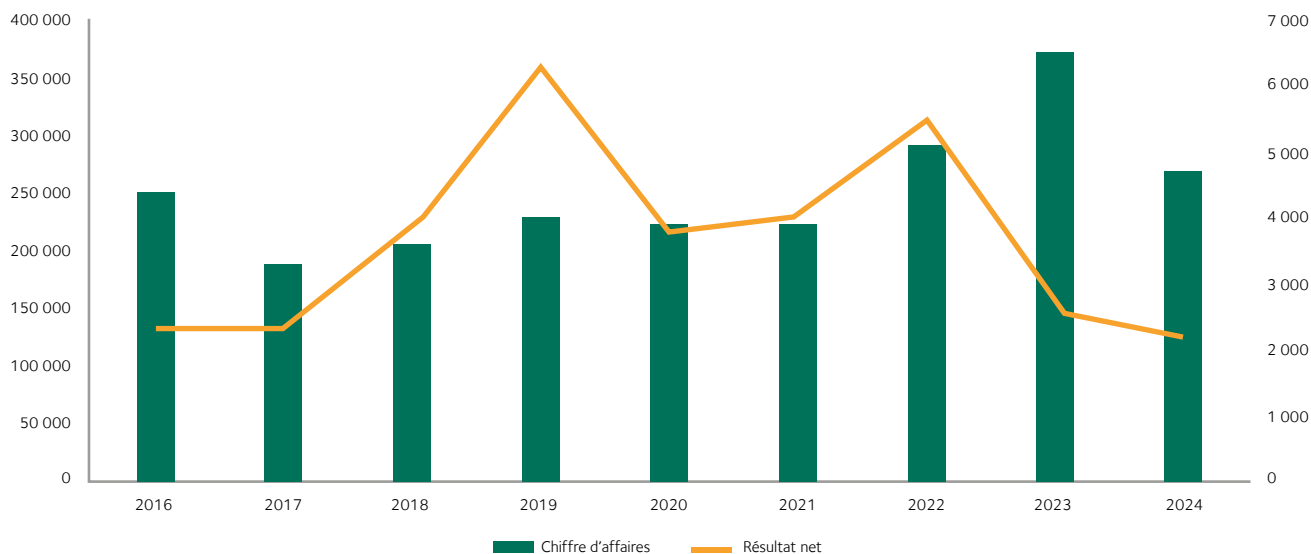
395 Millions € CA

UN CHIFFRE D'AFFAIRES IMPACTÉ PAR UNE BAISSSE DES RENDEMENTS ET DES MARCHÉS EN BERNE

L'exercice 2023-2024 a été marqué par une collecte de 480 000 tonnes de céréales, en net retrait par rapport à la moyenne des dernières années. Après une campagne 2022-2023 marquée par un prix des céréales élevé, les cours se sont orientés nettement à la baisse. Les outils logistiques de la coopérative, à travers un maillage optimisé des silos sur le territoire, la performance des silos du Port de Metz et Hauconcourt, couplés à une rigueur d'organisation, ont permis de conserver un niveau de compétitivité qui a bénéficié pleinement aux adhérents. Les investissements et les innovations au sein de la coopérative ont

permis également de faire face aux enjeux agricoles. Concernant l'activité élevage, les cours des bovins sont restés élevés tout au long de l'exercice.

Le chiffre d'affaires global de la coopérative avec 267 M€ est marqué par un recul important des prix de marché et par un volume plus faible. Les frais généraux sont en hausse en raison d'une inflation encore élevée, notamment sur l'énergie. Le résultat de la coopérative s'établit néanmoins au 30 juin 2024 à 2.2 M€ (vs 2.6 M€ au 30 juin 2023) grâce à la hausse des produits financiers.



LES CHIFFRES CONSOLIDÉS

Au niveau consolidé, l'ajustement à la baisse des marchés agricoles a fortement impacté le chiffre d'affaires consolidé au 30 juin 2024 qui s'établit à 395 M€. Les conditions climatiques, un marché de la construction en berne et une inflation élevée ont entraîné une baisse de l'Excédent Brut d'Exploitation: il s'établit à 11.5 M€ au 30 juin 2024. Le résultat d'exploitation avec 3.7 M€ est en net retrait de 3.1 M€ par rapport à l'exercice précédent. Le résultat net consolidé s'établit à 2.5 M€ au 30 juin 2024. Le niveau des capitaux propres est de 129 M€ soit une progression de 2 M€. Le besoin en fonds de roulement est assez stable par rapport à l'année dernière. Enfin l'endettement moyen / long terme du Groupe s'est stabilisé à 15.4 M€.



LE NÉGOCE AGRICOLE MAINTIENT SA DYNAMIQUE

SOLAGRI, société de négoce, dégage un résultat positif et poursuit sa croissance par la conquête de nouvelles parts de marché liée à de bons résultats en approvisionnement. Les céréales sont en progression de 11 000 tonnes, en raison d'une présence terrain renforcée.

UNE ACTIVITÉ ENERGIES EN RETRAIT ET UNE ACTIVITÉ MATÉRIAUX HISTORIQUEMENT BASSE

L'activité Energies est confrontée à une baisse de la demande avec des prix orientés eux aussi à la baisse et un niveau de volumes livrés de 23 900 m³, en décroissance depuis 3 ans.

Quant à l'activité Matériaux, celle-ci a connu un contexte très compliqué, dû à la forte hausse des taux d'intérêts. La demande est en berne et les perspectives restent incertaines pour les prochains mois. Le chiffre d'affaires de l'activité Matériaux s'établit à 13.2 M€ en baisse de 20 % par rapport à l'exercice précédent.



UNE SITUATION FINANCIÈRE À L'ÉQUILIBRE POUR LES JARDINERIES

La dynamique de nos ouvertures a permis d'être à contre-courant du marché de la jardinerie, qui lui est en nette baisse. Le chiffre d'affaires est en légère progression par rapport à l'exercice précédent, malgré des taux d'intérêt qui ont impacté fortement le résultat. Les investissements réalisés depuis plusieurs années ont conforté notre leadership territorial.



LES CHIFFRES CLÉS CONSOLIDÉS DU GROUPE LORCA

 CHIFFRE D'AFFAIRES : **394 687 K€**
MARGE BRUTE : 69 326 K€
EBE : 11 462 K€
RÉSULTAT NET CONSOLIDÉ : 2 543 K€

CAPITAUX PROPRES : 128 734 K€
CAPACITÉ D'AUTOFINANCEMENT : 13 366 K€
ENDETTEMENT NET : 30 964 K€

LEVIER FINANCIER (ENDETTEMENT NET / EBI) : 2,7 K€

CHIFFRES D'AFFAIRES ET RÉSULTATS NETS DES COMPTES SOCIAUX PAR PÔLE D'ACTIVITÉ

Groupe LORCA en K€	Chiffres d'affaires	Résultats Nets
Pôle Agriculture	292 705	2 506
Pôle Jardin & Terroir	73 587	1 190
Pôle Mat/Energie/EspaceVert	51 950	91
Eliminations conso et autres	-23 554	-1 245
Total Groupe	394 687	2 543

BILAN DE LA CAMPAGNE 2023-2024 PAR ACTIVITÉ



PÔLE AGRICULTURE

Au cours de cette campagne, la conjoncture a encore eu des conséquences directes sur l'évolution des résultats agricoles, comme cela a été le cas en 2022-2023 avec le conflit russo-ukrainien qui a impacté les marchés de l'énergie, des céréales et des intrants.

Malgré une météo défavorable qui a affecté la production végétale et en conséquence le rendement des céréales, la mobilisation et l'implication des équipes ont permis de finaliser des prix compétitifs pour les adhérents, tant en céréales qu'en approvisionnements. C'est dans ce contexte que le Conseil d'Administration a fait le choix d'accompagner au maximum ses adhérents tout au long de la campagne, ce qui s'est traduit par une hausse des commandes et une fidélisation des hectares confiés.

La baisse du chiffre d'affaires et des volumes ont été causés par un ajustement des marchés à la baisse, que ce soit en céréales ou en approvisionnements. En effet, les prix très hauts de la campagne précédente dictés par les tensions à l'international, se sont érodés au fil des mois pour atteindre des valeurs plus faibles.



LES TEMPS FORTS

JUILLET 2023



Propositions d'offres en prix moyens pour sécuriser nos éleveurs subissant la sécheresse.

AOÛT 2023



Participation à « Pays'an Fête », aux côtés des Jeunes Agriculteurs de la Moselle, favorisant l'échange avec le public et les adhérents.

SEPTEMBRE 2023



Participation au forum « installation » organisé par les Jeunes Agriculteurs de la Moselle et le lycée agricole de Château-Salins.

OCTOBRE 2023



2^{ème} Convention du Pôle Agriculture sur le thème de l'Intelligence Emotionnelle.

NOVEMBRE 2023



Mobilisation des équipes pour la récolte des légumes de plein champs.



Participation au salon professionnel de l'élevage Agrimax



Rencontres avec nos adhérents lors des traditionnelles Assemblées Générales de Section sur toute la Moselle.



Don de légumes à SOLAAL Grand Est au profit du Secours Populaire de Moselle.



LES CHIFFRES CLÉS



582 000 TONNES DE COLLECTE GROUPE



152 528 € DE PRIMES GES VERSÉES AUX ADHÉRENTS (HT)



147 M€ DE CHIFFRE D'AFFAIRES CÉRÉALES



95 M€ DE CHIFFRE D'AFFAIRES APPROVISIONNEMENT



164 SALARIÉS

JANVIER 2024



Colloque sur la fertilité des sols lorrains à destination de nos adhérents et des équipes terrain.

FÉVRIER 2024



Mise en place d'une formation pour sensibiliser les éleveurs à la sécurité dans leurs élevages.

MARS 2024



Présentation de bovins LABEL ROUGE sélectionnés pour Pâques.

25 JUIN 2024



Top départ de la moisson.



Soutien aux instances agricoles tout au long des manifestations.

L'ACCÉLÉRATION DE LA DIGITALISATION AUPRÈS DES ADHÉRENTS

LA PLATEFORME ALADIN

Après 18 mois de mise en service, la plateforme ALADIN.Farm by LORCA poursuit son développement avec une offre 360° destinée aux adhérents. Après les intrants parcellaires et une partie de la nutrition animale, c'est à l'énergie d'intégrer la plateforme.

Depuis début juin, il est possible de commander du GNR sur ALADIN.Farm by LORCA en toute autonomie, la livraison s'effectuant sur les dépôts habituels.

Une offre complète

Les adhérents peuvent dorénavant commander de l'AdBlue, concernant les produits en vrac qui sont disponibles sur le site, ils seront prochainement conditionnés. L'offre sera complétée fin 2024 par des produits d'élevage.

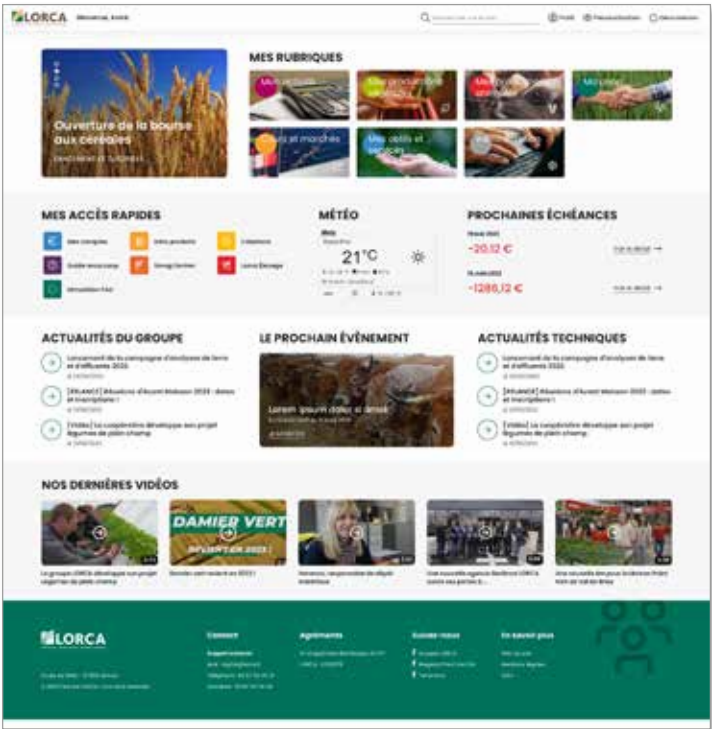
Les Techniciens Relation Culture accompagnent les adhérents dans l'utilisation de l'outil, afin que ces derniers puissent commander leurs produits en toute autonomie.

Commandes ALADIN
comparaison entre les campagnes 22-23 / 23-24

Augmentation entre la campagne 22-23 et la campagne 23-24		
	Montant en € de l'augmentation de CA via le canal digital	% d'évolution VS N-1
Santé du végétal	2 722 297.26€	32.74 %
Nutrition du végétal et amendements	1 516 620.19€	92.28 %
Semences	721 615.48€	68.68 %
Equipements de l'exploitation	229 171.70€	nouveauté
Equipement culture	55 046.88€	nouveauté
TOTAL	5 243 872.88€	47.41 %

Répartition des commandes
Nombre de commandes

Agriculteurs	Augmentation de 50 %	
Techniciens	Augmentation de 30 %	
TOTAL	Volume total des commandes agricoles passant par le canal	87 %



REFONTE DE LORCA.COOP & CRÉATION D'UN CLUB UTILISATEURS

Dans le cadre de la refonte de l'espace adhérents «lorca.coop», des maquettes ont été soumises à nos agriculteurs qui ont fait le choix de celles qui correspondaient le plus à leurs besoins. Un Club utilisateurs, canal de communication privilégié a été mis en place et a pour objectif de collecter leurs expériences, idées et suggestions pour faire évoluer l'outil.

S'ENGAGER DAVANTAGE

Notre environnement, porté par des marchés incertains et des rendements hétérogènes, nécessite de s'engager davantage auprès de nos adhérents. Cet engagement se traduit par un accompagnement accru des agriculteurs pour faire face aux aléas et favoriser une production de qualité, mais aussi faciliter leur quotidien en développant de nouveaux services, tout en proposant des alternatives de revenus complémentaires. Enfin, la sécurisation de l'approvisionnement au meilleur prix, couplée à la valorisation des productions restera notre stratégie auprès de nos adhérents pour les soutenir dans une campagne qui ne s'annonce pas favorable économiquement.



ACCOMPAGNER ET SOUTENIR

La relation de confiance et de proximité entre les adhérents et les Techniciens Relation Culture est primordiale pour répondre aux enjeux du changement climatique, ainsi qu'aux questionnements des nouvelles générations.

Pour leur permettre de se concentrer sur leurs productions végétales et animales, le service adhérent met à leur disposition des offres, visant à alléger leurs démarches administratives.

A cela s'ajoute un nouveau maillage logistique favorisant une disponibilité plus rapide et un meilleur accès aux produits. L'objectif étant que nos coopérateurs soient livrés sous 24 à 48h. Le click and collect prendra alors tout son sens et sera couplé à l'offre digitale déjà en place.

En plus de proposer de nouvelles gammes, nous souhaitons favoriser des produits plus vertueux, alliant efficacité et respect de l'environnement. Dans cette perspective, nous privilégions une approche industrielle d'engrais limitant la volatilisation de l'azote. Ces investissements réalisés dans nos sites portuaires viseront à fabriquer en autonomie des produits déjà éprouvés techniquement.

Dans la même dynamique, nous poursuivons des projets ayant trait aux opportunités que pourraient offrir le photovoltaïsme, les énergies vertes, la méthanisation et la décarbonation, en évaluant leur intérêt pour la coopérative et ses adhérents.

Le projet maraîchage: une complémentarité de revenus

La première année d'expérimentation du projet maraîchage nous a permis de découvrir des techniques culturales avec des standards différents, de nouvelles méthodes de stockage et l'appréhension de nouveaux marchés.

Nous avons récolté **40 tonnes et commercialisé 20 tonnes conformes**. Cet écart nous a permis d'identifier de nombreux points d'amélioration.

Pour cette prochaine campagne, nous avons été accompagnés par un appui technique spécialisé en maraîchage, la récolte devrait atteindre 150 tonnes de collecte. En fonction de ces résultats, nous statuerons sur la poursuite du projet «maraîchage».

Nous avons par ailleurs développé un partenariat avec JARDIN LORRAIN, à qui nous sous-traitons le nettoyage, le conditionnement et la livraison de nos produits. Dorian, apprenti au sein de l'école de commerce ICN Business School, gère la commercialisation des contrats de vente déjà finalisés.

Ce nouveau secteur d'activité est un véritable challenge, mais le nom de **LOR'LÉGUMES** bénéficie déjà de l'image de notre Groupe, facilitant l'accès à de nombreux débouchés.



20 tonnes

de carottes, choux, céleris & poireaux commercialisés



PÔLE DIVERSIFICATION

Jardin & Terroir

L'exercice 2023-2024 a été tout au long des 12 mois perturbé par **des conditions météorologiques fraîches et humides**, notamment d'avril à juin, mois qui drainent habituellement un flux de clients important.

L'inflation très forte des produits de grande consommation nous a obligé à faire preuve d'agilité pour maintenir la fréquentation de nos magasins qui s'établit à près de deux millions de passages en caisse et atteint un chiffre d'affaires de **plus de 73 millions d'euros**.

Malgré cela, les *Magasin Vert* et *Point Vert* immédiatement associés à l'embellissement du jardin, au bien-être des animaux de compagnie et à l'aménagement intérieur, confortés par l'expertise de nos vendeurs conseil auprès de nos clients, nous ont valu **une note de 4.3/5 sur les avis Google** (source Wizville), nous plaçant sur le podium des enseignes de jardinerie.

En parallèle, le réseau s'est agrandi début juillet 2023 avec l'ouverture du *Terranimo* de Otterswiller (67), enseigne spécialisée en animalerie. Elle a été l'occasion de tester ce nouveau concept qui se caractérise par l'absence de vente d'animaux. Ce sont ensuite quatre déménagements et relooking magasins qui ont suivi tout au long de l'exercice.

Pour rester attractif :

- Le potager restant une valeur refuge, et pour proposer le meilleur assortiment de végétaux à nos clients, nous avons contractualisé auprès de nos fournisseurs la plus grande partie de nos achats. Ce qui nous a permis de sécuriser nos approvisionnements et de conforter nos producteurs dans leur activité.
- Nous avons renforcé nos positions sur le marché de l'animalerie en nous adaptant aux attentes des propriétaires de chiens et de chats, en référençant des gammes de produits spécifiques (produits antiparasitaires naturels, friandises sans calorie, etc.).

Le conseil de nos animaliers experts est un atout différenciant auprès de nos clients.

- Notre palette de produits très large comprenant des vêtements de jardin, des gammes de bricolage, ou bien encore une offre de granulés de bois sont autant de moyens de fidéliser un panel diversifié de clients.

- Nous développons de nombreuses actions marketing comme les « Produits Coups de Pouce », produits au meilleur prix, valorisés chaque mois.

FAITS MARQUANTS

19 SEPTEMBRE



Inauguration du *Terranimo* à Otterswiller

OCTOBRE/NOVEMBRE



4 rénovations énergétiques pour les magasins de Hettange / Courcelles / Bettancourt et Neufchâteau

3 NOVEMBRE



Pose de la 1^{ère} pierre du futur magasin *La Maison Point Vert* à Saint-Nicolas-de-Port

8 FÉVRIER



Salon fournisseurs & Convention du Pôle Jardin & Terroir sur le thème de « La Symétrie des Attentions »

MARS/AVRIL



Inauguration de 4 nouveaux magasins *Magasin Vert* à Toul / *Point Vert* à Carignan *La Maison Point Vert* à Saint-Nicolas-de-Port & *Point Vert* à Beuvillers

LES CHIFFRES CLÉS



73 M€

DE CHIFFRE D'AFFAIRES



56

JARDINERIES/ANIMALERIES

DONT 1 SITE E-COMMERCE



1.96 M

EN CAISSE

DE PASSAGES



181 451

DE CLIENTS FIDÉLISÉS



412

SALARIÉS



38€

PANIER MOYEN

PERSPECTIVES

« ENTRE NOUS, ON EST TRÈS NATURE »

Après plusieurs années tournées vers le loisir et la détente avec l'achat de piscines, spas et trampolines, **la demande actuelle est centrée sur la fierté de réussir son jardin potager et consommer des produits sains.**

Nos enseignes accompagnent cette envie « du bon et du beau », en privilégiant des gammes produites en France, que ce soit les plants de légumes, les outils ou les supports de culture pour réussir ses plantations. Ces partenariats économiques permettent de répondre au plus près aux tendances souhaitées par nos consommateurs, ce qui se traduit par notre nouvelle signature « *Entre nous, on est très nature* ».

Ambition, qui passe aussi par la création d'une nouvelle centrale de référencements avec les coopératives historiques de nos enseignes. *Adoxa* a vu le jour le 1^{er} octobre 2024 pour renforcer nos performances économiques et massifier nos achats et nos références auprès des fournisseurs.

La migration de notre site de vente en ligne *Point Vert-Est* vers un nouveau prestataire, offrira une dynamique pour nos ventes en ligne dès la fin d'année, renforcée par le déploiement de notre application *Mon Appli Point Vert Est*. Nous avons pour objectif d'obtenir **20 000 téléchargements dès la première année.** La migration de notre site et l'accompagnement de notre communication se font avec deux agences messines, ce qui renforce notre stratégie d'animation économique au sein de notre territoire.



DÉVELOPPEMENT DES TERRANIMO

Au sein de l'activité Jardin & Terroir, nous développons notre enseigne *Terranimo*, **passant de 4 à 7 magasins sur cette fin d'année**, avec les ouvertures de *Terranimo* à Sarrebourg, Pont-à-Mousson et Marly !

Nos magasins proposent un grand choix d'aliments, équipements et accessoires pour les animaux de compagnie.

4 d'entre eux mettent en vente, des animaux vivants (poissons, oiseaux, rongeurs et Nouveaux Animaux de Compagnie (NAC)).

Terranimo représente l'animalerie à la Française avec pour devise « *La Proximité, la Fiabilité et la Complicité* », ce qui a permis de développer l'enseigne ces 16 dernières années !

Nos équipes étant constituées d'amoureux et de passionnés pour nos animaux à poils et à plumes, nos magasins sont de véritables lieux de rencontre chaleureux et agréables !

Matériaux

Des taux d'intérêts élevés ont entraîné **une baisse de 25 % des constructions soit 1 200 permis de construire en moins** en Moselle.

Par ailleurs, les changements de réglementation concernant la rénovation énergétique ont pénalisé nos agences, puisque les subventions perçues par les particuliers, plus restrictives, incluent des domaines qui ne sont pas proposés dans nos offres actuelles.

C'est dans cette perspective, qu'un **développement des gammes** (bricolage, aménagement intérieur, isolation) a été initié, accompagné par **une campagne de communication dynamique** (radio, prospectus, mailing, etc.) à destination de nos adhérents et particuliers, ce qui a contribué à maintenir l'activité.



Energies

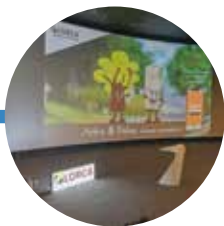
Le marché des énergies fossiles s'est stabilisé tant en termes de tarif qu'en termes de volume. La campagne se termine à **près de 24 000 m³** contre 25 500 m³ sur l'exercice précédent. Ce léger recul nous a obligé à repenser notre organisation logistique pour limiter la hausse des coûts kilométriques par m³ : cette souplesse nous a permis de garder un niveau de service élevé auprès de nos adhérents et clients particuliers.

La fin de l'exercice a été marquée par la **promulgation de la Taxe Intérieure de Consommation sur les Produits Energétiques** (TICPE basse), en lien avec les demandes d'accompagnement de la filière agricole en février dernier. Cette nouvelle réglementation a nécessité l'accompagnement de nos adhérents pour les rendre éligibles à la facturation du Gasoil Non Routier (GNR). L'ensemble des services du Groupe ont su se montrer réactifs pour répondre au mieux à ce changement.

Enfin, concernant le fioul domestique, le remplacement des chaudières au fioul devenues obsolètes, par des pompes à chaleur ou des poêles à granulés, nous oblige à **accompagner une lente décroissance du marché**. Les hivers plus doux ne faisant que renforcer ce léger recul des volumes, nos livraisons moyennes sont passées en moins de dix ans de 1 600 L à 1 000 L.

TEMPS FORTS

18 JANVIER



2^{ème} Convention du pôle sur le thème « Arbre & Béton » à destination des salariés

AVRIL



Journée commerciale à Rohrbach-lès-Bitche

PRINTEMPS 2024



Remodelage de l'agence de Yutz

14 JUIN



Journée commerciale à l'agence GEDIMAT de Lemud

LES CHIFFRES CLÉS



39 M€ DE CHIFFRE D'AFFAIRES



84 SALARIÉS



50 491 BONS DE COMMANDE VALIDÉS POUR LORCAMAT



+6 000 DE COMPTES CLIENTS ACTIFS



6 600 LIVRAISONS POUR LORCA ENERGIES

PERSPECTIVES

Pour la prochaine campagne, malgré une conjoncture qui reste difficile et un marché qui peine à reprendre, l'activité Matériaux affichera **une stratégie de développement avec du suivi commercial intense et des offres prix marché très compétitives**. Nous axerons principalement nos efforts de prix et de gammes auprès de nos adhérents agriculteurs afin de leur faire bénéficier des meilleures offres promotionnelles pour leur activité. L'accent sera mis sur l'aménagement intérieur, le carrelage, le sanitaire ainsi que la vente de cuisines, ces familles devront à terme représenter jusqu'à **20 % de l'activité**, l'isolation notamment bio sourcée avec les nouveaux isolants (laine de bois) doivent également être mis en avant dans nos actions promotionnelles, le gros œuvre sera régulièrement repris dans nos communications et un commercial itinérant sera mis en place sur le secteur nord Moselle pour augmenter notre part de marché sur ce secteur géographique.

Un développement important sera fait sur toutes les agences pour l'aménagement extérieur, en pavés, dallages

et dalles céramiques. L'objectif est d'atteindre **30 % de progression de chiffre d'affaires** sur cette famille.

Enfin notre agence *Gedimat* de Yutz sera totalement relookée pour le printemps 2025 et contribuera à la croissance de l'activité aménagement intérieur.

LORCA Energies ne sera pas en reste, l'activité GNR et Fuel se verra dotée d'un outil de passation de commande simplifié permettant de satisfaire au mieux les demandes de nos agriculteurs et de nos clients particuliers. La vente de pellets sera également au cœur de notre activité et viendra compléter l'offre *Point Vert / Magasin Vert* avec la possibilité d'effectuer des livraisons clients à domicile par palette entière. Un nouveau camion de livraison sera porté au budget. Notre objectif est d'**augmenter notre portefeuille clients et adhérent de 10 %** car le fuel représente encore 24 % de part de marché dans le chauffage domestique. Notre ambition est d'atteindre **26 000 m³ de carburant livrés en 2025**.

Un nouveau pôle : Motoculture & Paysages

Le Groupe LORCA via sa filiale dédiée aux espaces verts VIRIDIS propose aux professionnels du Grand Est, une large gamme d'agrofournitures.

Paysagistes, maraîchers, pépiniéristes, horticulteurs et autres professionnels des espaces verts (collectivités, golf, etc.), peuvent compter sur l'expertise de nos équipes pour les accompagner au quotidien.

De nouvelles opportunités de rachats d'entreprises se sont présentées au Groupe LORCA, permettant de créer des synergies complémentaires entre les espaces vert et la motoculture.

Tout d'abord, en ce qui concerne les synergies commerciales, les clients VIRIDIS ont souvent besoin de matériel de motoculture : proposer les deux services augmentent les ventes croisées et fidélisent la clientèle. En fournissant à la fois des produits et des machines dans une offre complète,

le Groupe se positionne comme un guichet unique pour les professionnels, simplifiant leur approvisionnement.

Par ailleurs, les conseils techniques concernant l'utilisation des machines en relation avec les produits, aident les clients à choisir les meilleurs outils et intrants.

Enfin, en diversifiant nos activités, nous pouvons toucher de nouveaux segments de marché inexplorés par VIRIDIS.

C'est donc tout naturellement qu'est née la société **ETCETERRA le 1^{er} octobre 2023** avec l'intégration de 2 agences Bois & Jardins à Longeville-lès-Saint-Avold et à Buhl-Lorraine, rejointes le 1^{er} juillet 2024 par les agences RUFFENACH de Roppenheim et Mommenheim en Alsace, ainsi que les 2 SAV historiques du Groupe.

VIRIDIS et ETCETERRA constituent le Pôle Motoculture & Paysages du Groupe LORCA.

TEMPS FORTS

12 SEPTEMBRE



Création de la société Etceterra SAS

1^{ER} OCTOBRE



Acquisition du fonds de commerce de Bois & Jardins à Longeville-lès Saint-Avold et à Sarrebourg-Buhl

1^{ER} NOVEMBRE



Acquisition de la société ETS Ruffenach SAS à Roppenheim et Mommenheim

30 JUIN



Bascule des 2 SAV Point Vert / Magasin Vert et de la société Ruffenach dans Etceterra



PERSPECTIVES

LA FORCE DU SAV

La réussite dans un métier aussi technique que celui de la motoculture passe par la qualité de notre service après-vente. En faisant l'acquisition des structures Bois & Jardins ainsi que des Ets Ruffenach, le Groupe s'appuie sur des années d'expertise. Grâce à notre réseau de **6 agences**, nous pouvons intervenir dans un **délai court, à proximité des clients, et proposer un choix large de pièces détachées, de même qu'un éventail de métiers et de compétences** (fraiseurs, tourneurs, hydraulicien et électrotechnicien).

Pour imposer notre enseigne Bois & Jardins, nous sommes accompagnés des marques leader de la profession, telle que la marque *Kubota* motoculture, ainsi que celle de la marque *Stihl* distribuée sur tout notre réseau. Il est essentiel pour créer un lien de confiance avec nos clients, de leur proposer du matériel d'experts, de leur permettre de le tester en conditions réelles lors de journées techniques, et de le remplacer temporairement en cas de pannes.

UN NOUVEAU MARCHÉ : MATÉRIEL À BATTERIE OU PROFESSIONNEL

Nous souhaitons développer un nouveau marché en pleine expansion celui des machines à batterie dans la motoculture, avec des bénéfices clairs pour les utilisateurs et l'environnement.

En effet, cette technologie permet de réduire les émissions de carbone et le bruit, ce qui est particulièrement avantageux dans des environnements urbains ou résidentiels.

Les machines à batterie sont généralement plus légères et plus faciles à manipuler et donc accessibles à une variété d'utilisateurs. Par ailleurs, malgré un investissement initial plus élevé, les coûts d'entretien et d'exploitation sont réduits à long terme.



DÉCLARATION EXTRA FINANCIÈRE:

La démarche RSE du Groupe LORCA





Virginie PARISET, Directrice
des Ressources Humaines, Sécurité et
RSE du Groupe

À L'ORIGINE

Notre démarche RSE a été initiée début 2021, avec un 1^{er} état des lieux des actions et des projets déjà menés.

Afin d'impliquer et sensibiliser nos collaborateurs à cette démarche, nous leur avons soumis un questionnaire de manière à prendre en compte leurs attentes sur le sujet.

Le 21 juin 2021 a eu lieu une journée de brainstorming impliquant le Club Managers et le Comité de direction, dont la finalité était de **construire la matrice de matérialité**. A partir de cette matrice ont été identifiés les risques et les opportunités en fonction de leur niveau d'importance, pour notre Groupe et nos parties prenantes, ce qui nous a permis d'identifier les enjeux RSE ainsi que les actions et indicateurs afférents.

Dans le même temps, un Comité RSE a été créé, composé de représentants de chacune des activités.

L'humain est au centre de cette démarche, au travers de nos agriculteurs, de nos collaborateurs, de nos clients et de la société toute entière.

L'HEURE DU BILAN A SONNÉ

Le premier chiffrage de nos indicateurs a été réalisé lors de la campagne 2021-2022, sorte de « point 0 » nous permettant de définir les objectifs à atteindre en juin 2024. L'heure du bilan a sonné et nous sommes heureux de constater que nombreux sont les indicateurs atteints ou dépassés et qu'ils ont été de véritables accélérateurs dans la stratégie de notre Groupe.

Concernant l'employabilité de nos collaborateurs, **20% de plus ont suivi au moins une formation ces 2 dernières années**. Pour répondre à cet objectif nous avons construit une palette de formations diversifiées et permis à différentes populations d'y accéder.

Du côté des produits de bio-contrôle, des essais ont été décuplés pour proposer à nos adhérents des solutions adaptées aux contraintes et conséquences climatiques. Ce sont donc 17% de référencements supplémentaires de produits innovants et respectueux de l'environnement qui sont mis à leur disposition.

Au cours de la période COVID, les circuits courts ont été largement plébiscités par la population, ce qui a conforté notre stratégie déjà initiée au travers des *Paniers du Coin*. L'inflation galopante a ensuite freiné cette démarche, ce qui ne nous a pas empêché de poursuivre notre politique de partenariats locaux. Ce sont **14% de partenariats supplémentaires** qui ont été créés lors des deux dernières années.

On constate par ailleurs une **augmentation de 100% de nos surfaces en éclairage LED**, accélérée par l'augmentation des coûts de l'énergie. Nos collaborateurs, ont eux aussi largement contribué à la **réduction de 44% de la consommation d'électricité** dans les magasins *Point Vert / Magasin Vert*, en appliquant au quotidien les consignes de la charte de réduction énergétique.

Les défis RSE, initiés il y a deux ans, ont donné la possibilité à nos collaborateurs de participer par leurs idées ou projets à

notre démarche, dans le même esprit une bourse adhérent a été adoptée par le Conseil d'Administration et déployée en 2024, afin de supporter et valoriser financièrement les actions vertueuses de nos coopérateurs.

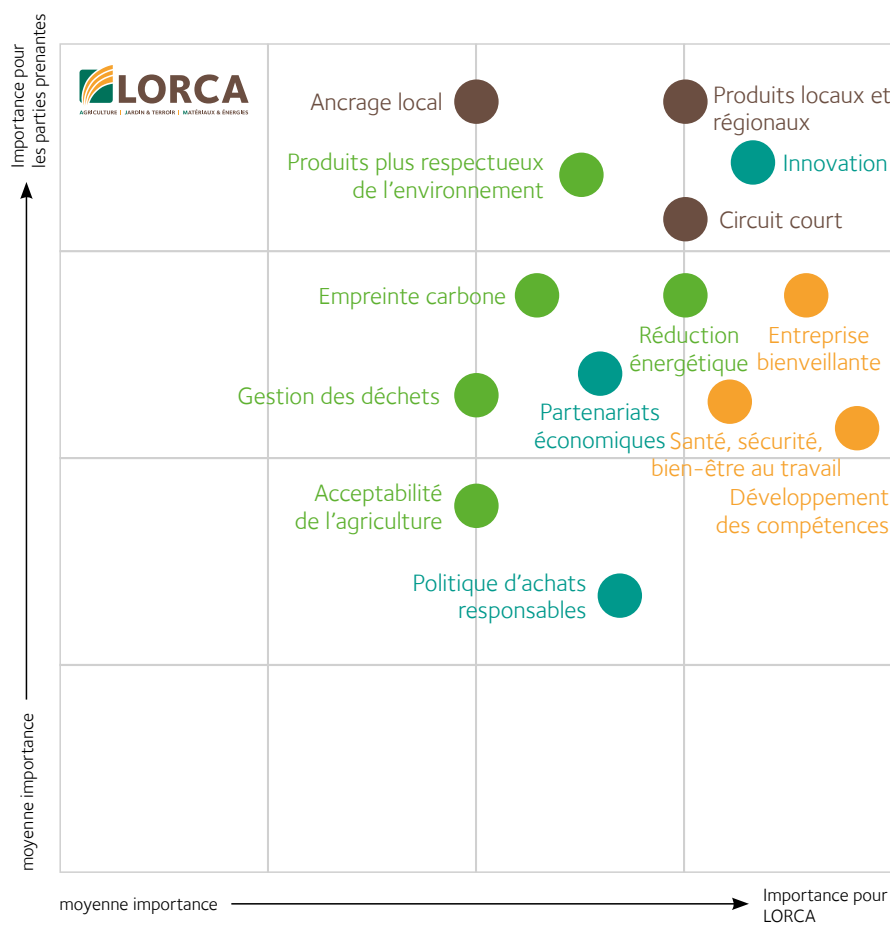
Enfin, l'enquête soumise à nos fournisseurs pour mesurer leur niveau de maturité et construire ensuite une charte achats, sont autant d'avancées qui démontrent notre volonté de participer à un élan positif, constructif mais aussi collectif de la réduction de notre impact et des chaînes de valeurs associées.

VERS LA MATURITÉ ?

Cette année nous avons fait le choix de présenter un « rapport intégré » qui associe les comptes du Groupe LORCA à ceux extra financiers de la DPEF. C'est une évolution supplémentaire dans l'intégration de notre démarche RSE à la stratégie de notre Groupe. Dans l'attente de la matrice de double matérialité que nous devons élaborer dans le cadre de la CSRD, à laquelle nous serons soumis en 2026, nous conservons pour une année supplémentaire la majorité de nos indicateurs. Un brainstorming a eu lieu avec les membres du Comité RSE à partir de la matrice de matérialité construite en 2021, afin de la mettre à jour et de définir de nouvelles actions pour la campagne 2024-2025.

D'ores et déjà, lors du dernier séminaire de janvier 2024 pour définir notre stratégie CAP 2030, le Conseil d'Administration et le Comité de Direction ont produit de nombreuses idées concernant les énergies vertes, des solutions alternatives pour faire face aux changements climatiques, et abordé la thématique de l'Intelligence Artificielle qui a sans doute un rôle à jouer dans la prédictivité agricole.

LA MATRICE DE LA MATÉRIALITÉ



LÉGENDE

- économique
- social
- environnement
- territoire

Matérialité

Construire une matrice de matérialité est un moyen visuel de hiérarchiser les enjeux économiques, financiers, sociétaux et environnementaux au regard de l'ambition de l'entreprise et des attentes de ses principales parties prenantes.



NOS PARTIES PRENANTES



ADHÉRENTS



CLIENTS



COLLABORATEURS



FOURNISSEURS



ASSOCIATIONS

NOS ADHÉRENTS AU CŒUR DE LA POLITIQUE RSE



BOURSE ADHÉRENT

La « bourse adhérent » est destinée à encourager, soutenir et valoriser les initiatives des adhérents de la coopérative en faveur du développement durable. Cette démarche s'inscrit dans le cadre de la politique RSE du Groupe LORCA, qui souhaite y intégrer l'ensemble de ses parties prenantes et plus précisément ses adhérents. Par ce biais, nous aspirons à perpétuer notre engagement envers une agriculture durable tout en renforçant notre marque employeur. Les projets seront examinés par un comité incluant des représentants du Conseil d'Administration, de la Direction, et salariés de la coopérative, garantissant ainsi une diversité d'opinions et d'expertises dans le processus de sélection.

Chaque adhérent de la coopérative peut proposer un dossier.

Les fonds dédiés pour l'année 2024 sont de 30 000 €, répartis sur 10 projets allant de 1 000 € à 5 000 €.



BOURSE ADHÉRENT

Dossier de présentation d'un projet de développement durable

La « bourse adhérent » est destinée à **encourager, soutenir et valoriser les initiatives des adhérents de la coopérative** en faveur du **développement durable**.

Cette démarche s'inscrit dans le cadre de la politique de « Responsabilité Sociale d'Entreprise » dite RSE du Groupe LORCA qui souhaite y intégrer l'ensemble de ses parties prenantes et plus précisément ses adhérents.

Par ce biais, nous aspirons à perpétuer **notre engagement envers une agriculture durable** tout en renforçant l'attractivité de notre marque employeur, ainsi que de l'image de l'agriculture.

Règlement

Ce projet devra être distinct et non cumulable avec d'autres aides. La période de dépôt des dossiers est fixée **du 1^{er} août au 30 octobre 2024**, et la remise des prix aura lieu lors de **l'Assemblée Générale en décembre** de la même année.

Les projets seront examinés par un comité incluant des représentants du Conseil d'Administration, de la Direction, et salariés de la coopérative, garantissant ainsi une diversité d'opinions et d'expertises dans le processus de sélection. **Chaque adhérent de la coopérative peut proposer un dossier.**

Les fonds dédiés pour l'année 2024 sont de 30 000 €, répartis sur 10 projets allant de 1 000 € à 5 000 €. Le Comité fera un retour écrit pour chacun des dossiers proposés, et sera amené s'il le juge nécessaire à demander à l'adhérent d'explicitier oralement son projet.



DES CLIENTS INFORMÉS DE NOS ACTIONS EN FAVEUR DU DÉVELOPPEMENT DURABLE



DES ACTIONS CONCRÈTES EN FAVEUR DE L'ENVIRONNEMENT

Afin de sensibiliser et informer nos clients des bonnes pratiques que nous adoptons en faveur du développement durable, nous avons récemment installé des panneaux explicatifs à l'entrée de nos magasins, pour mettre en avant les actions concrètes que nous menons pour minimiser notre impact environnemental et promouvoir la biodiversité au sein de nos magasins.

- **Récupération d'eau de pluie** : nos magasins sont équipés de systèmes de récupération d'eau de pluie, permettant de réduire notre consommation d'eau potable en utilisant cette ressource naturelle pour l'arrosage des espaces verts ou pour le nettoyage extérieur.
 - **Éclairage LED** : les nouveaux magasins sont désormais entièrement équipés de luminaires LED, une technologie économe en énergie qui nous permet de réduire significativement notre consommation d'électricité, tout en offrant un éclairage optimal pour nos clients et collaborateurs.
 - **Hôtels à insectes** : nous avons installé des hôtels à insectes à proximité de certains de nos magasins afin de favoriser la biodiversité locale. Ces abris offrent un refuge aux insectes pollinisateurs, indispensables à l'équilibre des écosystèmes, et contribuent à la préservation de la faune locale.
 - **Gestion des déchets** : nous avons mis en place un tri rigoureux des déchets et nous nous engageons à les réduire, les recycler et les valoriser. Nous incitons également nos clients à adopter les bons gestes en proposant des points de collecte pour le recyclage de certains produits.
- Ces panneaux RSE sont un rappel constant de notre engagement, mais aussi une invitation pour nos clients à faire partie de cette aventure durable. Nous espérons ainsi participer à un mouvement plus large, où chaque petit geste contribue à un grand changement.

Notre engagement

Bâtiment RT 2012
Parking perméable
Borne de recharge

Et bien plus encore...

Panneaux photovoltaïques sur toiture

Hôtel à insectes

Cuve : m³
Récupération d'eau de pluie pour l'arrosage des plantes

Éclairages leds

« L'homme se doit être le gardien de la Nature, non pas son propriétaire »

LA MAISON
Point Vert



3 panneaux installés et 3 autres sont en cours d'installation

IMPLIQUER NOS COLLABORATEURS DANS LES DÉFIS DE DEMAIN



LES DÉFIS RSE

En deux années, ce sont plus de 100 défis qui ont été proposés par nos collaborateurs.

Suite au vote de l'ensemble des salariés pour élire les trois premiers prix, ces derniers ont reçu un trophée lors de la soirée du personnel : le premier défi concerne **l'organisation d'un arbre de Noël** pour les enfants des salariés qui aura lieu le 21 décembre 2024.

Le second traite de **l'arrêt des impressions automatiques** dans les magasins, et le troisième propose **la dématérialisation des bons de livraison**.

En-cours

A bicyclette - A la découverte de nos adhérents en mode zéro émission

Arbre de Noël - Pour fêter le Noël des enfants

Chalet gourmand - Moment convivial pour tous devant les magasins

Mini jardins dans les magasins - Pour montrer l'exemple

Exosquelette - On se protège

Mise en place de ruches sur les sites - Un miel made in LORCA

Création de jardins partagés - Tous au potager

Projet Voltaire - On écrit mieux

Dématérialisation des bons de livraisons - On cherche de nouvelles solutions

Réalisées

Communication pour favoriser le covoiturage - On réduit sa consommation et on partage les frais

Développer l'employabilité - On se forme

Mise en place de casque audio pour les visites de site - On s'entend mieux

Paramétrages noir et blanc des imprimantes - On réduit les coûts

Partenariats avec les écoles - On prépare l'avenir

Réduire l'utilisation de papier en stoppant les impressions automatiques - On lève le pied sur le papier

Renforcer l'apprentissage au sein du Groupe LORCA - On transmet



DES PROJETS RSE QUI CONTRIBUENT À LA TRANSFORMATION DU GROUPE LORCA

7 projets structurants sont en cours de déploiement, ils mobilisent une cinquantaine de collaborateurs. Les thématiques sont issues des défis et des axes que nous souhaitons donner à la RSE.

- Projet d'élaboration d'une charte d'achats responsables : envoi et analyse d'un questionnaire dédié aux fournisseurs.
- Quelle politique de tri des déchets souhaitons-nous mettre en place ? Etat des lieux de l'existant, recherche de solutions et filières, organisation de la collecte des déchets.
- Etude de déploiement des carburants verts : deux objectifs, développer les

biocarburants de la flotte poids-lourds (2 consultations en cours) et celui des biocombustibles auprès des adhérents et des clients.

- Pilotage de la réduction énergétique : automatiser les outils pour fiabiliser les données.
- Identifier les irritants qui entravent la motivation des collaborateurs et freinent la performance : un 1^{er} état des lieux a été réalisé.
- Dématérialiser et digitaliser les outils commerciaux : les solutions proposées ont été incluses dans la stratégie informatique pour les deux prochaines années.

- Comment mieux marketer et communiquer sur notre démarche RSE avec nos parties prenantes ? Pas moins de dix points sont à travailler sur les différents pôles allant de la mise en avant des actions RSE aux entrées des magasins, en passant par la fin des prospectus, la dématérialisation des cartes de fidélité, l'intégration du réseau *Too Good To Go* pour la réduction du gaspillage ou encore la mise en avant de femmes dans l'agriculture.
- Etude de décarbonation de l'agriculture (voir page 51)

QUELLES RELATIONS SOUHAITONS-NOUS AVOIR AVEC NOS FOURNISSEURS ?



CONSTRUIRE UNE CHARTE D'ACHATS RESPONSABLES

Préalable à l'élaboration d'une charte d'achats responsables définissant les relations que nous souhaitons établir avec nos fournisseurs, nous avons réalisé un questionnaire que nous leur avons soumis afin de mesurer leur niveau d'engagement sur le sujet.

Cette enquête a été construite à partir des critères habituels du développement durable et des politiques associées tels que les droits de l'Homme, la santé et la sécurité, l'éthique des affaires, l'environnement et la formation.

143 fournisseurs représentant les 80-20 de nos achats ont reçu le questionnaire « achats responsables », **66** y ont répondu. Le pourcentage moyen d'engagement est de **56%** sur l'ensemble des fournisseurs et secteurs interrogés.

On constate que les fournisseurs sont soit très investis, soit pas du tout.

Ces différences peuvent s'expliquer par la taille des entreprises, les PME n'étant pas soumises aux mêmes obligations réglementaires que les Groupes.

Les prochaines étapes nécessiteront d'échanger avec nos fournisseurs sur les améliorations possibles afin de contribuer aux progrès sociaux, économiques et environnementaux à l'amont de notre chaîne de valeurs et également de générer de l'impact positif par l'achat de biens et de services.

A terme, une charte d'achats responsables sera rédigée et envoyée à nos fournisseurs pour symboliser nos engagements mutuels.

L'indicateur retenu sera la part des fournisseurs ayant signé la charte d'achats responsables sur le total des fournisseurs.

DES ASSOCIATIONS QUI NOUS TIENNENT À CŒUR



LES SAPINS DU CŒUR POUR SOIGNER LE MORAL DES ENFANTS MALADES

L'association Rafael Lorraine, qui œuvre au soutien d'enfants malades, s'est vue recevoir un chèque, montant correspondant à une opération de partenariat sur les ventes de sapins de Noël dans les différentes enseignes Point Vert et Magasin Vert en décembre 2023. « Grâce à l'argent du partenariat avec le réseau de distribution Magasin Vert/Point Vert, nous avons pu organiser 2 voyages en Laponie », nous confie Denis BETTINGER, Président de l'association. En effet, l'opération « 1 sapin acheté = 1€ reversé à l'association » a été renouvelée pour la troisième année consécutive ! C'est donc un partenariat qui s'inscrit dans la durée.

POUR NOS COLLABORATEURS

DÉVELOPPER L'EMPLOYABILITÉ



LA MAISON Point Vert | Point Vert | terranimo Un monde de complicité

EVOLUGO

Démarrage de la promotion ! le 1^{er} octobre 2024

Le Groupe LORCA valorise la promotion interne

- Si vous avez envie D'ÉVOLUER vers un poste de Responsable, Responsable adjoint, Responsable de rayon végétal ou animal,
- Si vous avez envie D'ACQUÉRIR de nouvelles compétences,
- Si vous êtes **mobile** et vous engagez à suivre le parcours entièrement.

LE GROUPE LORCA VOUS PROPOSE D'INTÉGRER :

- Un parcours de deux années alliant formation théorique et immersion pratique.

Candidature (CV + lettre de motivation)
à transmettre au service RH avant le 10 juillet 2024.
Réponse aux candidatures le 30 août 2024.

EVOLUGO : FAVORISER LA PROMOTION INTERNE

Une concurrence exacerbée sur le marché de l'emploi des métiers du commerce, nous a contraint à capitaliser sur les compétences internes, ce qui a concouru au lancement du **programme de formation EvoluGo**. Ce dispositif est une opportunité offerte aux collaborateurs de développer leur potentiel.

L'objectif est de leur permettre d'évoluer au sein du Groupe sur des fonctions de Responsable de Rayons, Responsable Adjoint ou encore Responsable de Magasin. L'intégration dans le programme est validée après une étude de la candidature du collaborateur lors d'un entretien réalisé par le service recrutement et le responsable réseau commercial.

Des formations techniques adaptées aux exigences de nos métiers, des actions de montée en compétences, des visites de site et des immersions dans des magasins écoles du Groupe jalonnent le parcours qui durera 18 mois.

Le Groupe mise également sur l'expérience et sur la coopération intermagasins en accompagnant chaque participant au programme par un parrain volontaire et expertisé, qui aura pour rôle de favoriser sa montée en compétences.

DES PARCOURS MÉTIERS POUR STANDARDISER LES COMPÉTENCES

Pour répondre à l'évolution de nos métiers, notre école de formation interne - **Campus LORCA** - développe chaque année de nouveaux programmes permettant aux collaborateurs de favoriser leur montée en compétences. Le déploiement de ces parcours métiers est un levier fort de la culture LORCA et représente l'opportunité de renforcer l'appropriation des bonnes pratiques, des valeurs et de la stratégie du Groupe.

Au cours de la dernière campagne, ce sont **quatre nouveaux parcours qui ont été proposés** :

- Un parcours commercial et de négociation pour les Techniciens Relation Culture (**19 PARTICIPANTS**).
- Un parcours « Gestion du Végétal » (**49 PARTICIPANTS**) et « Hôte de

caisse » (**50 PARTICIPANTS**) pour nos employés de magasin.

- Un parcours matériaux « Renforcer son efficacité professionnelle » (**8 PARTICIPANTS**) pour nos vendeurs et commerciaux matériaux.

Les parcours suivants seront reconduits sur la prochaine campagne :

- Le parcours « Manager stratégique » structuré autour de dimensions fondamentales (communication, posture du manager, etc.) permet de renforcer et de développer les bonnes pratiques managériales.
- Les parcours « Manager de proximité » et « Employé de magasin », portent sur les enjeux liés au commerce, à la vente et à la relation client en conférant aux participants les bonnes pratiques à mettre en œuvre dans leurs fonctions.



BILAN PLAN DE FORMATION 2023 - 2024

Le Groupe LORCA s'engage fortement envers le développement de l'employabilité de ses collaborateurs et l'amélioration de sa performance en faisant de la formation l'un des piliers de sa stratégie.

CAMPAGNE	NOMBRE D'ACTIONS	NOMBRE D'HEURES	NOMBRE DE STAGIAIRES
2021-2022	206	11 902	1 150
2022-2023	259	11 621.75	1 169
2023-2024	192	9 567.9	1 189

Chaque année, les formations proposées permettent de développer les compétences clés et de réajuster les savoir-faire des collaborateurs du Groupe.

Dans le cadre de l'amélioration de la Qualité de Vie au Travail, des formations gestes et postures en prévention des Troubles Musculos Squelettiques animées par un kinésithérapeute expert en santé physique ont été suivies par **133 collaborateurs au 30 juin 2024**.

Notre ambition est de poursuivre notre engagement et de permettre à 100% de nos collaborateurs de bénéficier d'une formation afin de développer leur expertise métier et d'assurer la meilleure qualité de service à nos clients et à nos adhérents.



Une évolution rendue possible grâce à l'effort d'investissement consenti par l'entreprise afin de faire progresser le taux d'accès à la formation.



92.82%

des collaborateurs ont bénéficié d'une formation au 30 juin 2024



9%

de hausse par rapport à juin 2023

Les 7% non formés représentent 44 collaborateurs parmi lesquels certains sont en longue absence.
Pour les autres, une attention particulière sera portée sur la campagne 2024-2025.

S'OUVRIR AUX ÉCOLES POUR RECRUTER NOS FUTURS COLLABORATEURS

Le Groupe LORCA a accentué ses relations école-entreprise durant toute la campagne 2023-2024.

Au total, ce n'est pas moins **d'une trentaine d'actions** qui a été menée afin d'accroître notre visibilité et de susciter l'intérêt des étudiants pour notre coopérative et ses filiales.

Conscient du rôle qui incombe à l'entreprise auprès de la jeune génération, le Groupe LORCA s'est engagé auprès de plusieurs établissements de proximité. Nous avons notamment pris part à l'opération «Bus du Vivant» et avons

participé aux journées portes ouvertes du Lycée Agricole de Courcelles-Chaussy et de l'Ecole d'Horticulture et de Paysage de Roville-aux-Chênes.

Plusieurs de nos experts métiers sont intervenus directement dans des classes afin de présenter les spécificités de leurs métiers (Technicien Relation Culture, vendeur animalerie, vendeur végétal), certains d'entre eux ont même été jurys d'exams.

Ces actions permettent de **créer un premier lien** avec de **potentiels futurs collaborateurs**.



FAVORISER LE BIEN-ÊTRE AU TRAVAIL

LES ENTRETIENS DE PERFORMANCE : UN TEMPS DE DIALOGUE NÉCESSAIRE

De manière à ce que le manager engage un dialogue régulier et individuel avec ses collaborateurs, l'entretien de performance a été conçu pour aborder **en 15 minutes quatre fois par an**, les compétences mobilisées par le salarié et l'atteinte de ses objectifs professionnels. Ce feed-back permet d'**identifier ses points forts et les pistes d'amélioration**, et de suivre la progression du collaborateur tout au long de l'année. Ce temps d'échange qui se veut constructif avant tout, est un moyen de favoriser le dialogue en réduisant les tensions et en donnant les clés d'une meilleure performance au quotidien.



MON SERVICE SOCIAL AU TRAVAIL

Dans le cadre de notre engagement envers le bien-être de nos collaborateurs, le Groupe LORCA a mis en place « Mon service social au travail » dont l'objectif est d'accompagner les salariés dans la résolution de leurs difficultés personnelles. En offrant un tel accompagnement, l'entreprise démontre son souci du bien-être de ses collaborateurs et sa volonté de créer un environnement de travail favorable à l'épanouissement personnel et professionnel de chacun. Grâce à ce service, les employés peuvent **bénéficier d'un soutien adapté et**

confidentiel pour faire face à leurs difficultés, qu'elles soient d'ordre familial, financier, émotionnel, etc. Les professionnels du service social au travail sont formés pour écouter, conseiller et orienter les collaborateurs vers les ressources et organismes nécessaires à la résolution de leurs problèmes. Depuis sa mise en place, **une dizaine de collaborateurs a pu bénéficier de l'aide de l'assistante sociale** lors de sa permanence mensuelle au siège ou à distance.



LA SÉCURITÉ DE NOS COLLABORATEURS, NOTRE PRIORITÉ

On constate que le nombre d'accidents du travail avec arrêt a augmenté de façon non significative par rapport à l'année passée, sans toutefois atteindre celui des campagnes précédentes.

Il est à noter que «la manutention manuelle» est la principale cause des accidents de travail avec arrêt sur ces trois dernières années. En effet, nos activités nécessitent

de nombreuses manipulations de charges et de produits pour les mises en stocks ou en rayon. Ce thème était l'un des axes abordés lors de notre 1^{ère} journée sécurité et a fait l'objet de nombreuses communications et actions (mise en place des échauffements, formations gestes et postures, consignes sécurité, etc.)

LA FIN DES VISITES D'OBSERVATION PRÉVENTIVES

Le nombre de Visites d'Observation Préventives (VOP) a été largement plébiscité au cours de ces 3 dernières années et a participé à l'ancrage de la prévention sécurité dans notre Groupe.

Ce sont 170 collaborateurs qui avaient été formés pour réaliser ces VOP en respectant des règles précises (délai de prévenance, nombre d'observateur, observation uniquement en interne) au sein d'activités et de sites différents des leurs.

	21/22	22/23	23/24
NOMBRE D'ACCIDENTS DU TRAVAIL AVEC ARRÊT	25	18	22
NOMBRE DE VISITES D'OBSERVATION PRÉVENTIVE	407	465	523

DE NOUVEAUX AXES ET OUTILS DE PRÉVENTION SÉCURITÉ

Pour ancrer la sécurité au sein du Groupe LORCA et réduire l'accidentologie, les managers ont un rôle prépondérant en animant la prévention sécurité au quotidien. Néanmoins, chacun doit être responsable de sa sécurité et de celle de ses collègues, c'est dans cette perspective que les Visites d'Observation Préventive (VOP) vont être remplacées par des Visites Sécurité Terrain (VST), que chacun pourra réaliser au sein de son activité.

Afin de centraliser l'ensemble des données sécurité qui proviennent de différents canaux et définir des plans d'action associés, **nous sommes en train de nous doter de l'outil « My perform » qui permettra aux collaborateurs de renseigner leur VST mais aussi de signaler les dysfonctionnements observés.**



Des « briefs » animés par les managers ont été mis en place afin d'identifier les risques sécurité à chaque prise de poste, de diffuser les bons messages et de rappeler les consignes de prévention.

Des books sécurité reprenant ces consignes sont en cours d'élaboration pour chaque activité. Un book sera remis aux salariés pour qu'ils les respectent et les appliquent.



POUR NOS CONSOMMATEURS

PRIVILÉGER LES PRODUITS BIO-ALTERNATIFS, LOCAUX & RÉGIONAUX

SENSIBILISER ET ÉDUCUER

SENSIBILISATION DES ENFANTS AU JARDINAGE

Pour accueillir au mieux les enfants, les équipes magasins ont créé et animé des ateliers par demi-journée.

Cela a permis de faire découvrir la plantation de fleurs en pot, les joies de mettre les mains dans la terre pour les écoliers, le plaisir de sentir et toucher les

différentes aromatiques et d'expliquer leurs utilisations possibles.

Sans oublier la présentation par les équipes de magasin du rôle des insectes utiles dans le jardin et comment leur offrir le gîte et le couvert.



524 écoliers ont été sensibilisés au jardinage au naturel cette année, soit au total, **1 036** enfants sur les 2 campagnes.



ÉDUCATION ET SENSIBILISATION : AU CENTRE DE NOTRE DÉMARCHE !

Cette année, nous avons mis en place **les conseils écoresponsables** sur nos réseaux sociaux **Point Vert / Magasin Vert**. Ce contenu sous forme de publication ou vidéo vise à éduquer et à sensibiliser nos clients aux pratiques du jardinage écoresponsable.

Conscients de l'impact environnemental que peuvent avoir les méthodes traditionnelles de jardinage, nous avons décidé d'utiliser nos réseaux sociaux pour diffuser des conseils pratiques afin d'encourager les comportements durables et orienter nos clients vers des produits plus respectueux de l'environnement.

Nous avons abordé plusieurs sujets : l'utilisation de compost naturel, la collecte d'eau de pluie, les alternatives aux pesticides ou encore les outils mécaniques de jardinage.

Depuis le lancement de cette initiative, nos abonnés **partagent leurs propres conseils et expériences** créant ainsi une **communauté de jardiniers engagés et passionnés**.



1

publication par mois depuis mars 2024



CARRÉ CLIMATIQUE

Nous allons aménager des carrés climatiques dans certains de nos points de vente. Ces espaces ont pour but d'**éduquer et de guider le consommateur vers une démarche éco-responsable** autour de produits phares vendus au fil des saisons. L'idée est de promouvoir des pratiques responsables dans les jardins, pour **limiter l'impact climatique** en favorisant la récupération d'eau de pluie,

le paillage au sol, le compostage, etc. Nous mettons aussi en avant l'importance primordiale du rôle des insectes et des animaux dans le développement de la bio diversité: hôtel à insectes, conseils et produits pour les oiseaux de la nature. Ces espaces permettront à nos clients de s'engager concrètement dans une démarche écologique, accompagnés par nos équipes de conseillers.



LE CHIFFRE D'AFFAIRES DES PRODUITS BIO-ALTERNATIFS LÉGÈREMENT EN BAISSÉ

Nous valorisons l'usage d'outils de travaux du sol pour éviter le désherbage chimique, de matériaux permettant la récupération d'eau, de nichoirs pour améliorer la biodiversité dans le jardin afin de diminuer la pression de certains insectes nuisibles.

Néanmoins, le chiffre d'affaires des ventes de produits bio alternatifs, qui n'avait cessé de croître ces deux dernières années, est en baisse.

La saison a été compliquée pour les jardinerie car la pluie était présente pendant tout le printemps, période pendant laquelle nos clients achètent des plantes et les outils pour les cultiver.

Nous avons constaté une forte baisse des ventes de récupérateurs d'eau de pluie par rapport à l'année précédente, ceci s'explique par la croyance qu'ont nos clients qu'il n'est pas nécessaire de stocker de l'eau lors de ces périodes pluvieuses.

Sur l'exercice 2023-2024, le chiffre d'affaires de ces produits a représenté 14,71 % de notre chiffre d'affaires global sur la famille jardin, ce qui nous conforte dans notre choix de poursuivre la mise en avant de ces produits.



14.71% DU CA DES PRODUITS
BIO-ALTERNATIFS SUR LE CA PRODUITS JARDIN

ASSEOIR NOTRE ANCRAGE TERRITORIAL

VALORISER LES SAVOIR-FAIRE DE NOTRE TERRITOIRE

“

Les circuits courts valorisent les savoir-faire de nos adhérents, producteurs et artisans locaux, en mettant en avant une production respectueuse de la qualité, et pérennise les parts de marché de l'agriculture régionale. Le soutien à notre filière agricole locale reste notre principale motivation.

”

Marie-Laure THIERY,
Chef marché, Groupe LORCA



DES CIRCUITS COURTS : UN ENGAGEMENT FORT POUR NOS ARTISANS

Le premier espace terroir circuit court *Panier du Coin* a été inauguré en mars 2018 à Metz, suivi par 5 ouvertures à Sarralbe, Marly, Hommaring, Boulay et Lemud, entre 2019 et 2023. Ces espaces terroir offrent aux consommateurs un large choix de produits locaux, mettant en avant une production de qualité et valorisant le savoir-faire de nos adhérents, producteurs et artisans locaux.

Notre ambition est de pérenniser les parts de marché de l'agriculture régionale, de défendre les valeurs agricoles et implantations locales.

Au travers d'une offre référencée, chaque partenaire peut ainsi développer son marché.

Les producteurs, artisans et adhérents disposent donc, par le biais du circuit court, d'un potentiel intéressant de distribution au détail, en se soustrayant davantage aux aléas de plus en plus importants des marchés de masse. Ils valorisent mieux leur travail, et

contribuent au maintien du tissu agricole et de l'emploi rural.

75 % de l'offre est locale et régionale, les 25 % restants sont issus d'autres départements lorsque les produits ne peuvent être produits localement. A ce jour, les 6 espaces terroir *Panier du Coin* représentent 60% du chiffre d'affaires (CA) global du terroir.

Les années 2020 et 2021 ont été particulièrement prospères. La COVID a créé un véritable effet de « retour aux sources » vers les produits locaux, et authentiques.

Le contexte socio-économique mondial qui a suivi cette période COVID a lui été beaucoup plus compliqué : un épisode inflationniste sans précédent, et par conséquent la réduction du pouvoir d'achat, a provoqué une dynamique de rupture chez les consommateurs.

En réponse, nous avons créé des espaces de circuit ultra court, plus petits et plus proches de nos producteurs. Ils nous ont permis de stabiliser les parts de marché



Jean-François DROUIN, un des deux dirigeants de
« Les Brasseurs de Lorraine » à Pont-à-Mousson



LES PANIERS DU COIN
REPRÉSENTENT

60% DU CA GLOBAL TERROIR

de nos espaces *Panier du Coin*. **9 de nos magasins** ont donc été repensés dans leur espace Terroir, avec une offre de proximité plus développée (producteurs ultra-locaux, périmètre d'action inférieur à 100 km).

Ils représentent **10.7% du CA terroir annuel** (le CA terroir global représentant quant à lui 3 % du CA global de notre activité magasins).

A ce jour, 127 fournisseurs participent à cette nouvelle aventure.

Les critères de sélection de nos partenaires restent les mêmes: agriculteurs, éleveurs, viticulteurs et artisans locaux sont sélectionnés pour leur savoir-faire, la qualité de leurs produits, et la proximité avec nos magasins.

On y trouve de l'épicerie salée (terrines, farines, etc.), de l'épicerie sucrée (miels, confitures, gâteaux, etc.), des boissons (vins, bières, jus de fruits, sirop, etc.), en gamme conventionnelle ou biologique.

Notre ambition est d'être un acteur majeur, reconnu pour son engagement à contribuer à l'essor économique de la région Lorraine et des départements limitrophes, par la mise en valeur de ses savoir-faire et spécificités locales.

ACHETER À PROXIMITÉ POUR RÉDUIRE NOTRE EMPREINTE CARBONE



DES VÉGÉTAUX FABRIQUÉS EN FRANCE

Acheter des végétaux produits en France, c'est contribuer à la préservation des savoir-faire de nos territoires, en privilégiant la qualité et la transparence, c'est aussi soutenir l'économie nationale, et également faire le choix du respect de l'humain. Enfin, c'est faire un geste pour la planète, en diminuant l'empreinte carbone du transport des produits, en réduisant les distances entre les fabricants et les consommateurs.



79.30 %

d'entreprises françaises
sollicitées pour les achats
de plantes & de fleurs

DES MATÉRIAUX DE CONSTRUCTION DE PROXIMITÉ

Nous poursuivons une politique d'achats responsables depuis plusieurs années. Plus de 25 % des produits proposés à nos clients proviennent de fournisseurs locaux, situés à moins de 100 kms de nos points de vente.

- **SEMIN** à Kédange pour les enduits plâtre et ossatures métalliques,
- **MULTI-NÉGO** à Folschviller pour les bigs bags, le géotextile et les bâches,
- **EQIOM GRANULATS** (à Saint-Rémi), **VICAT**, **SABLIÈRES DE LA MEURTHE** (à Pont-à-Mousson) et **SLAG** (à Nilvange) pour les agrégats,
- **CALCIA** à Rombas pour le ciment,
- **ALKERN** (à Hagondange) et **SEPA** pour les agglos, les produits gris et d'environnement,
- **LORRAINE FERS** à Pont-à-Mousson pour le drainage,
- **RECTOR** (à Hagondange), **FIMUREX**, **PLANCHER** (à Woippy) et **KP1** (à Louvigny) pour les planchers béton.



28 % de CA
matériaux de proximité
sur le CA total matériaux

La demande pour de nouveaux matériaux plus écologiques et à plus faible empreinte carbone augmente. LORCAMAT souhaite proposer à sa clientèle une offre durable avec par exemple la laine de bois, produite localement. Nous nous sommes engagés à réaliser un second devis à nos clients lorsque cela est possible en produits plus écologiques.



Gedi TROC
LE RAYON DE L'OCCASION

DEUX INITIATIVES ÉCO-RESPONSABLES

La première mettra en lumière les produits écologiques et vertueux qui seront disponibles en libre-service. Ces articles rigoureusement sélectionnés arboreront des labels Européens ou Français garantissant leur qualité ainsi que leur durabilité. La seconde « GEDI'TROC » proposera aux salariés, artisans et particuliers d'échanger leurs outils et matériels d'occasion contre des bons d'achat GEDIMAT LORCA. À terme, l'objectif est de créer un rayon seconde main dans nos agences, offrant ainsi une seconde vie aux produits. Cette démarche visera à promouvoir l'économie circulaire, tout en réduisant les déchets.

POUR NOS ADHÉRENTS

CONSTRUIRE L'AGRICULTURE DE DEMAIN



PLUS DE **1 200** PERSONNES PRÉSENTES
LES 5 & 6 JUIN 2024

Quelques exemples de thématiques clés étudiées sur la plateforme de DAMIER VERT :

Un travail important autour de la **gestion des intrants azotés**, dans le cadre des problématiques « carbone et bas GES », a été effectué afin de trouver des solutions pour réduire la dépendance des exploitations aux engrais azotés mais aussi étudier la performance d'engrais plus durables. Ces derniers sont d'origine organique ou possèdent une technologie permettant de réduire les pertes dans l'air ou dans les eaux souterraines. Ces travaux menés sur 3 ans nous ont permis de tirer des conclusions fiables et robustes pour accompagner nos agriculteurs vers des pratiques plus durables.

Chaque année, **3 à 4 essais « choix variétal »** sont mis en place afin d'évaluer les variétés les plus performantes et adaptées à notre contexte pédoclimatique et aux aléas de plus en plus récurrents. La tolérance variétale reste le 1^{er} levier de gestion des maladies à ce jour. Les évolutions génétiques permettent également de gérer de nouvelles problématiques et bioagresseurs. Ces essais sont systématiquement présentés aux agriculteurs comme méthode de lutte intégrée à prioriser et à mobiliser en amont. Les nouvelles cultures, permettant aux agriculteurs d'allonger et de diversifier leurs rotations culturales sont également travaillées sur Damier Vert : tournesol, cultures fourragères, cultures à vocation énergétique, etc.

L'EXPÉRIMENTATION : VERS DES PRATIQUES PLUS DURABLES

La plateforme d'expérimentation Damier Vert s'est tenue sur la zone de la coopérative LORCA, à SILLEGNY chez M. Lespagnol, pour 3 campagnes. Cette plateforme s'est étendue sur 41 hectares et regroupe entre 20 et 30 essais chaque année. Ces travaux ont été menés en commun par les coopératives lorraines : CAL, EMC2, GPB et LORCA. Le projet Damier Vert représente un véritable outil de mutualisation des services agronomiques et une vitrine valorisant la recherche, présentée aux agriculteurs adhérents lors de 2 journées de visite.

Les thématiques travaillées sur la plateforme sont donc définies par les différents services agronomiques des coopératives : elles doivent répondre aux problématiques actuelles et de demain des agriculteurs lorrains et tester des produits, itinéraires techniques et méthodes culturales innovantes. Ainsi, les sujets explorés permettent d'apporter des clés pour améliorer la performance technique, économique et environnementale des agriculteurs, dans un contexte climatique de plus en plus difficile à gérer.

Ces 3 années nous ont permis de mettre en place plus de **65 essais**, cela représente donc environ **1 082 modalités testées, plus de 4 320 microparcelles** et tout autant d'enseignements et d'acquisitions de références.





L'EXPÉRIMENTATION AGRONOMIQUE ORIENTE LES PRATIQUES CULTURALES DE NOS AGRICULTEURS

La Recherche & le Développement (R&D) à LORCA ne se résume pas à Damier Vert ! Lors de la campagne 2023-2024 ce sont **77 essais** en plus de ceux déjà réalisés sur Damier Vert qui ont été initiés. Les thématiques sont variées : nutrition, protection des plantes, choix variétaux, méthodes culturales, travail du sol, etc. Depuis 2022, **+53 %** de produits ont été dédiés à l'expérimentation agronomique. La coopérative investit dans la recherche agronomique pour faire évoluer les pratiques culturales de ses adhérents.

Cet indicateur donne une tendance de la dynamique des travaux de recherches qui sont menés, mais aussi du développement de nouveautés proposées par les firmes. Par ailleurs, deux techniciens dédiés à l'expérimentation assurent la mise en place, le suivi et la récolte de ces essais. Le nombre de produits dédiés à l'expérimentation agronomique devrait se stabiliser ces prochaines années. Il ne traduit pas l'ensemble des recherches agronomiques et des méthodes de lutte intégrée, essentiel dans le cadre d'une réduction d'intrants, mais fait aussi l'objet de partenariats avec des instituts techniques et universitaires dans le cadre de projets annuels ou pluriannuels.

Les biosolutions, qui représentent de réelles innovations, sont présentes dans de nombreux essais. Nous mettons désormais en place certains protocoles spécifiques, comme avec **les biostimulants sur cultures de printemps**, particulièrement sensibles aux aléas. Des nouveautés nous sont proposées chaque année, permettant d'explorer de nouvelles pistes de lutte durable, en fonction des problématiques rencontrées. Cependant, leurs performances technico-économiques ne permettent pas, à ce jour, de répondre entièrement aux problématiques de nos agriculteurs et de référencer l'ensemble des biosolutions testées à notre gamme.

Ce point explique le décalage entre le nombre de produits de biocontrôle, indicateur tenant compte également des biocontrôles travaillés en expérimentation, et la proportion de biocontrôles référencés à la gamme. Cependant, tous les produits innovants et respectueux de l'environnement ne sont pas uniquement des biosolutions, ce qui permet à l'entreprise de faire évoluer sa gamme de façon durable et cohérente pour les adhérents.

Les supports de communication pour rendre compte de ces travaux et orienter les adhérents dans leurs pratiques culturales se sont multipliés ces dernières années (documents en ligne, vidéos, fascicules, tours de plaine, etc).

LES MÈRES DE LA TERRE

COMMENT CONTRIBUER À L'ACCEPTABILITÉ DE L'AGRICULTURE ?

L'agriculture est pointée du doigt régulièrement concernant l'usage des phytosanitaires, la pollution des sols ou bien encore l'utilisation excessive de l'eau. La révolte des agriculteurs en 2024 a permis de leur donner la parole et d'augmenter leur potentiel de sympathie auprès du grand public. Il est essentiel que les consommateurs aient une meilleure compréhension des enjeux d'autonomie et d'indépendance

alimentaire si la France venait à réduire sa production végétale et animale.

Le Groupe LORCA **mène des recherches agronomiques, accompagne et conseille ses adhérents** dans l'objectif de réduire leur impact environnemental. Par ailleurs **nous communiquons régulièrement** sur le monde agricole comme cela a été le cas au travers d'un film « *Les Mères de la Terre* ».



3 520 vues
sur Youtube pour
« *Les Mères de la Terre* »

Les portraits vidéos d'agriculteurs, ceux de collaborateurs qui parlent avec passion de leur métier contribuent à donner une image positive de l'agriculture (**24 vidéos**).

JOURNÉE DE LA FEMME EN L'HONNEUR DE NOS ADHÉRENTES

La coopérative LORCA a souhaité, dans le cadre de la **Journée internationale des droits des femmes**, mettre en avant ses **agricultrices adhérentes** et leur permettre de se réunir entre elles lors d'un rendez-vous convivial. Organisée en partenariat avec **France Bleu Lorraine**, cette journée a été l'occasion de se questionner sur la vision que nous avons des femmes dans l'agriculture en 2024. En exclusivité, un documentaire de 42 minutes, intitulé « *Les Mères de la Terre* », réalisé par la coopérative **sur 3 portraits de femmes agricultrices**, a été diffusé pour l'occasion.





LES BOVINS LABEL ROUGE : UNE FIERTÉ POUR NOS ÉLEVEURS

Le Label Rouge apporte des garanties en termes de qualité des produits, de respect des animaux et offre une juste rémunération à nos éleveurs en prenant en compte le coût de production dans la détermination du prix. Le label Rouge intègre plusieurs critères d'éligibilité dont l'autonomie alimentaire des élevages à hauteur de 80% minimum, comprenant l'alimentation des animaux avec du fourrage et de l'herbe issus de la ferme, garantie sans OGM et sans huile de palme. De même que des critères liés au bien-être animal et à la réduction de l'usage des antibiotiques. LORCA Élevage a commercialisé **1 438 bovins en 2023-2024** sous ce signe de qualité, plaçant la coopérative comme **acteur N° 1 du Label dans le Grand Est**.



1 438 bovins
Label Rouge commercialisés
sur l'année 2023-2024

ET LA DÉCARBONATION ?

L'agriculture représente un potentiel notable de séquestration du carbone, il nous semblait important de mettre en place un groupe projet sur le sujet.

Dans cette perspective, nous avons rencontré plusieurs acteurs de la filière carbone dans l'objectif de proposer à nos adhérents une offre cohérente faisant le

lien entre méthodes de décarbonation agricole et programmes encourageants ces dernières.

Cette 1^{ère} phase du projet nous a permis de déterminer les axes sur lesquels nous souhaitons être acteur avec nos adhérents : **le travail du sol, l'élevage durable, l'utilisation d'engrais plus efficaces, les énergies renouvelables.**

Notre approche s'intégrera dans le programme de certification porté par CARGIL sous le nom de « Regenconnect ». Nous nous sommes engagés **sur une durée de 3 ans auprès d'exploitations pilotes**, en fonction des résultats le programme pourra être dupliqué plus largement. Les premières rémunérations sont attendues pour 2026.

Transformer une
contrainte en
opportunité

Générer un avantage
économique pour nos
adhérents et la
coopérative

Généraliser l'offre à
tous nos adhérents

POUR LA SOCIÉTÉ

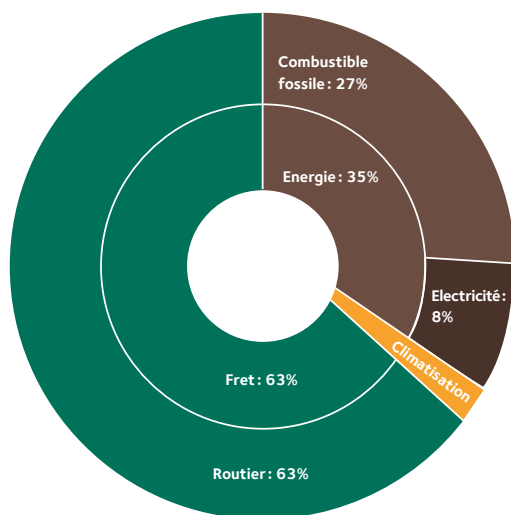
RÉDUIRE NOTRE EMPREINTE CARBONE

UN SCOPE 1 & 2 EN VOIE DE STABILISATION

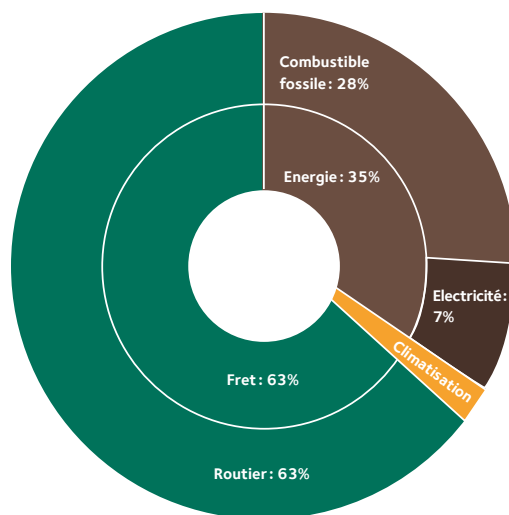
La part de l'empreinte carbone des énergies avait fortement diminué entre les campagnes N-1 et N-2 (passage de 58 % à 35 %). Ces consommations à la baisse s'expliquaient par l'ensemble des actions menées pour réduire notre consommation d'électricité, au travers de notre politique de passage en éclairage LED, ainsi que les efforts consentis par nos collaborateurs pour appliquer notre charte de réduction énergétique.

Les résultats obtenus sur la campagne précédente sont confirmés par la même répartition des émissions sur le scope 1 & 2 : à savoir 35 % pour les énergies. Les énergies telles que le fuel, l'électricité, le gazoil et le propane sont quant à elles en baisse. Il est à noter une augmentation de 1 % de l'utilisation des combustibles fossiles par rapport à l'exercice 2022-2023, qui s'explique à la fois par la légère hausse des

consommations de gaz due au séchage des céréales lors de la dernière moisson, mais également par un rachat d'entreprise au sein de LORCAMAT qui génère des consommations sur ce poste. En conséquence, le score des scopes 1 & 2 reste stable sur les 2 dernières campagnes, malgré une augmentation du périmètre du Groupe (nouvelles entités et nouveaux sites).



Répartition des émissions
scope 1 & 2
2022-2023



Répartition des émissions
scope 1 & 2
2023-2024

ÉMISSIONS PAR ENTREPRISE

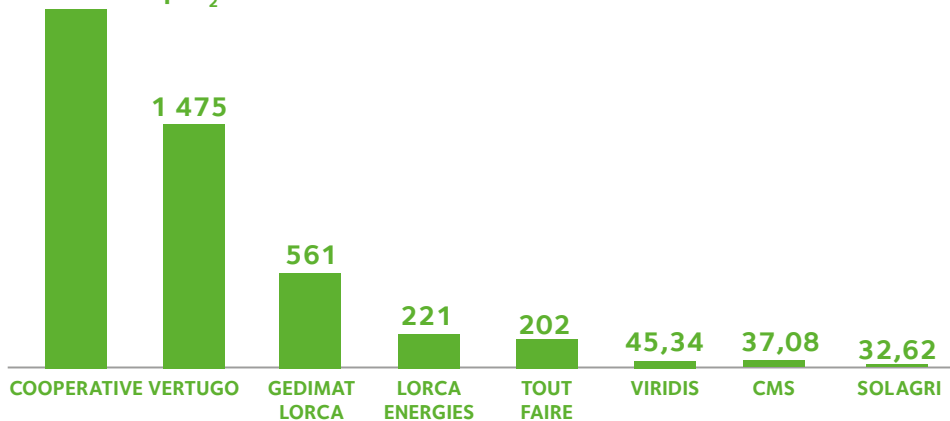
Comme pour les campagnes précédentes, la coopérative et Vertugo représentent la majeure partie des émissions : ces 2 sociétés possèdent le plus grand nombre de sites et génèrent les plus gros besoins en énergie et en fret interne.



5 247 T eqCO₂
émission

Notre objectif de
réduction de -10 %
à 6 035 T eqCO₂
a été largement dépassé.

2 441 T eqCO₂



Empreinte carbone scope 1 & 2

CONSOMMATION PAR TYPE D'ÉNERGIE		21/22	22/23	23/24
CONSOMMATION DE FIOUL DOMESTIQUE	l	208 313	170 634	145 720
CONSOMMATION DE GAZ NATUREL	kwh	12 062 100	3 652 360	4 402 715
CONSOMMATION DE GNR	l	/	60 479	61 952
CONSOMMATION D'ÉLECTRICITÉ	kwh	8 875 220	7 138 133* 7 058 931	6 252 277
CONSOMMATION GASOIL	l	897 616	1 026 740	960 420
CONSOMMATION PROPANE (POIDS)	kg	22 884	10 990	10 286
NOMBRE DE CLIMATISEUR	unité	60	67	67

*La valeur indiquée en 2022-2023 a été modifiée car une erreur s'est glissée dans la reprise des données de consommation électrique concernant un magasin.

DES INVESTISSEMENTS POUR RÉDUIRE NOTRE IMPACT ÉNERGÉTIQUE

Au cours de l'exercice, nous avons continué à renforcer notre engagement envers les énergies renouvelables et l'efficacité énergétique. Nous avons installé des panneaux photovoltaïques sur plusieurs magasins, avec **deux nouveaux projets (Carignan et Saint-Nicolas-de-Port) totalisant une puissance de 309kWc, ce qui porte notre capacité installée à 559 kWc.**



La prochaine rénovation de toiture est prévue pour le magasin de Faulquemont, et d'autres dépôts comme celui de Lemud et de Koenigsmacker sont en cours d'étude.

Concernant l'éclairage, 79 433 m² de surface de magasins sont désormais équipés de LED, avec l'introduction **d'installations à intensité variable** pour optimiser la consommation en fonction des besoins.

Nos efforts pour réduire la consommation énergétique se traduisent également par la construction de **trois nouveaux magasins et la rénovation de quatre autres**, en réduisant les surfaces vitrées qui entraînent une importante déperdition énergétique, ainsi que la mise en place d'une meilleure isolation des façades vitrées, à savoir du vitrage à contrôle solaire.

Par ailleurs, nous déployons une **GTB** (Gestion Technique du Bâtiment) sur 4 magasins, afin **d'optimiser encore davantage la régulation du chauffage**, notamment en période de fermeture.

Concernant notre flotte de véhicules, bien que notre transition vers des modèles plus écologiques ait été ralentie par les besoins spécifiques de nos gros rouleurs, **l'arrivée de modèles hybrides plus performants** nous permet de progresser vers nos objectifs. Actuellement, nous avons **plus de 120 véhicules de moins de 3T5.**



12 RÉNOVATIONS DE MAGASINS
POUR 1.9 MILLIONS D'EUROS
(hors éclairage LED)



2 CONSTRUCTIONS DE MAGASINS
POUR 3.8 MILLIONS D'EUROS

RÉDUIRE NOTRE EMPREINTE CARBONE

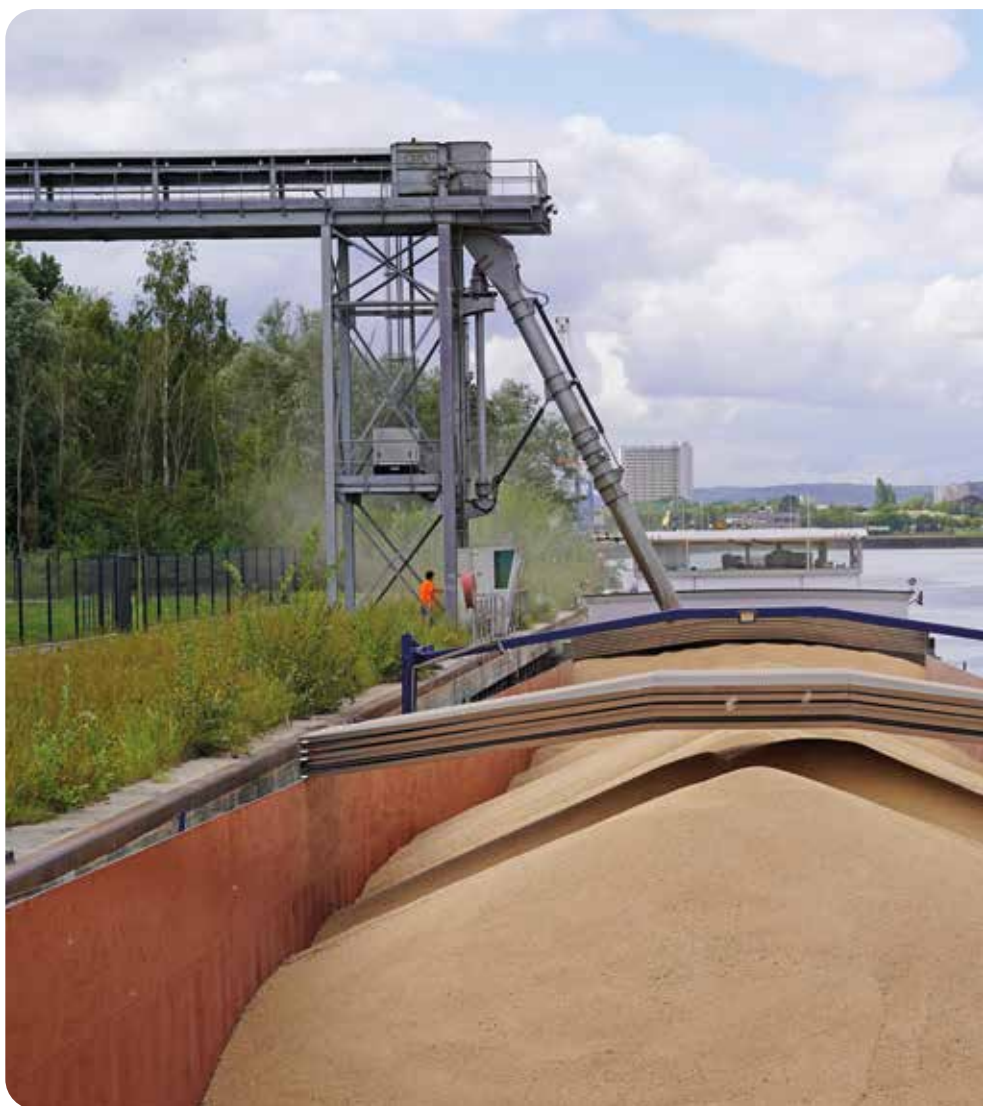


375

bateaux de marchandises
circulant sur nos infrastructures du
port de Metz

UN SCOPE 3 À LA BAISSE

Le scope 3 calculé depuis deux ans et qui mesure l'impact des activités amont et aval du Groupe LORCA, connaît un score à la baisse, malgré la prise en compte cette année du calcul du transport fluvial de marchandises, ainsi que celui des céréales déposés par les adhérents dans les silos. Ils représentent à eux deux **3 859 TeqCO₂** sur cette campagne.



Afin d'obtenir un axe de comparaison, le calcul a été réalisé sur la campagne précédente avec un niveau d'émission correspondant à **4 238 TeqCO₂**.

On constate une baisse significative d'émission des transports fluviaux et des céréales par les adhérents comme c'est le cas pour les émissions globales du scope 3.

Ce sont ainsi **535 312 TeqCO₂** émis contre **574 139 TeqCO₂** lors de la campagne précédente.

Le fret routier externe qui correspond au transport sur achats et ventes est légèrement en retrait également à **1 881 TeqCO₂** contre **1 939 TeqCO₂** précédemment.

L'ensemble de ces baisses s'explique par une diminution de 7 à 8 % des ventes sur les jardineries et en conséquence des achats, mais également par un contexte économique compliqué qui a affecté les ventes de matériaux de construction, de même que les conditions climatiques défavorables à la production de céréales et à la vente d'intrants.

Le calcul du transport des clients vers les jardineries et dépôts matériaux n'a pu être réalisé sur cette campagne, les données n'étant pas encore suffisamment fiables.



TOUS FORMÉS À L'ÉCO-CONDUITE !

46 chauffeurs sur 48 ont été formés à l'éco conduite lors de ces deux dernières campagnes (à noter que le chiffre de 61 chauffeurs mentionné initialement est erroné).

L'objectif était de former les chauffeurs **à des techniques** de conduite plus souple et respectueuse du code de la route, afin de réduire la consommation de gasoil ainsi

que les infractions.

La réduction de la consommation de gasoil n'est pas encore effective et il sera nécessaire pour ancrer ces nouvelles pratiques, de mettre en place un outil de pilotage de l'éco-conduite, se traduisant par un suivi quotidien des trajets de chacun afin de changer les pratiques durablement.



SYSTÈME D'INFORMATION DE MANAGEMENT DE L'ÉNERGIE

Afin de mieux maîtriser nos consommations d'énergie, nous avons toujours pour **objectif le déploiement d'un SIME (Système d'Information de Management de l'Energie)**. Il nous permettra de mieux **piloter la performance énergétique, en identifiant les anomalies et dérives de consommation**.

Sa mise en œuvre est actuellement retardée du fait de la multitude des acteurs de l'énergie. C'est lors du passage au contrat unique en 2025, que ce système sera opérationnel avec des informations et des données stables et fiables.

VALORISER ET MIEUX TRIER NOS DÉCHETS



BILAN DÉCHETS

	CAMPAGNE 21/22	CAMPAGNE 22/23	CAMPAGNE 23/24	
CARTON	174.42	155.66	144.60	↘
PAPIER	7.44	7.96	0.38*	↘
PLASTIQUES	70.10	66.16	81.4	↗
DECHETS VERTS	67.86	85.62	96.68	↗
FERRAILLES	64	50.28	16.62	↘
BOIS	334.54	250.16	261.70	=
Déchets Industriels Banau (DIB)	455.72	418.02	352.58	↘
TOTAL	1185 T	1034 T	956 T	↘

(*pas de vidange de la benne à papier sur la campagne)

Ce sont cette année **603 tonnes de déchets triés** au sein de notre déchetterie, correspondant à **63 % de déchets triés sur le nombre de déchets totaux**. Un effort constant sur ces trois dernières campagnes a permis une diminution de DIB et plus largement de nos volumes de déchets.

Les déchets verts en constante augmentation ont fait l'objet de la mise en place il y a deux ans de bennes spécifiques aux abords des magasins.

La part du bois tend à se stabiliser. En effet, en plus de la mise en place d'un partenariat avec un prestataire qui récupère les palettes abîmées pour leur offrir une seconde vie, c'est une centaine de palettes perdues provenant de la plateforme logistique qui est expédiée chaque mois sur un autre site. L'objectif étant d'assurer un meilleur stockage des marchandises mais également des préparations de commandes clients.



ANNEXES



ANNEXES FINANCIÈRES

COMPTE DE RÉSULTAT AU 30 JUIN 2024 DE LA COOPÉRATIVE LORCA

Coopérative LORCA en k€	30/06/2023	30/06/2024	Var.
Chiffre d'affaires	370 959	267 402	-103 557
Coûts d'achat des marchandises	-345 085	-241 817	103 268
Marge brute directe	25 875	25 585	-289
Autres achats et ch. ext	-11 916	-12 347	-431
Valeur ajoutée	13 958	13 238	-720
Subventions d'exploitation	49	134	84
Impôts, taxes et versements assimilés	-1 610	-1 634	-24
Charges de personnel	-8 598	-9 223	-625
Transfert de charges d'exploitation	506	574	68
Exced. Brut d'Exploitation	4 305	3 089	-1 217
Résultat d'exploitation	1 979	563	-1 417
Résultat financier	549	1 832	1 283
Résultat courant avant impôt	2 528	2 394	-134
Résultat exceptionnel	145	-33	-178
Participation	-29	-14	15
IS	-31	-155	-125
Résultat Net	2 613	2 192	-421

BILAN AU 30 JUIN 2024 DE LA COOPÉRATIVE LORCA

Bilan coopérative LORCA en K€	30/06/2023	30/06/2024	Var.	en K€	30/06/2023	30/06/2024	Var.
Capital souscrit non appelé	56	90	34	Capitaux propres avt résultat	96 424	97 850	1 425
Immobilisations incorporelles	85	68	-18	Résultat de l'exercice	2 613	2 192	-421
Immobilisations corporelles	26 792	25 442	-1 351	Provisions R&C	1 106	3 558	2 451
Immobilisations financières	24 464	24 819	356	Dettes financières	23 620	18 793	-4 827
Stocks	14 828	16 511	1 683	Fournisseurs	7 458	11 403	3 946
Clients et comptes rattachés	14 508	9 386	-5 122	Dettes soc. & fisc.	3 654	3 954	301
Autres créances	61 780	66 005	4 225	Autres dettes	7 681	4 630	-3 051
Disponibilités	42	58	16				
Total actif	142 557	142 380	-177	Total Passif	142 557	142 380	-177
				Endettement net	23 578	18 735	-4 843

COMPTE DE RÉSULTAT CONSOLIDÉ AU 30 JUIN 2024 DU GROUPE LORCA

Coopérative LORCA en K€	30/06/2023	30/06/2024	Var.
Chiffre d'affaires	506 607	394 687	-111 920
Coûts d'achats des marchandises	-435 261	-325 360	109 901
Marge brute directe	71 346	69 326	-2 019
Autres achats et ch. ext	-25 072	-22 076	2 996
Valeur ajoutée	42 273	47 250	977
Subventions d'exploitation	49	152	103
Impôts, taxes et versements assimilés	-4 319	-4 640	-321
Charges de personnel	-29 833	-31 809	-1 975
Transfert de charges d'exploitation	1 297	508	-789
Exced. Brut d'Exploitation	13 468	11 462	-2 006
Dotations et provision	-11 286	-11 977	-691
Reprises sur provisions (et amortissements)	4 124	3 673	-451
Autres produits et charges	488	510	22
Résultat d'exploitation	6 793	3 668	-3 125
Résultat financier	-1 333	-605	729
Résultat courant avant impôt	5 460	3 063	-2 397
Résultat exceptionnel	102	162	60
Participation	-102	-49	53
IS	-903	-431	472
Résultat Net	4 557	2 745	-1 812
Quote part résultat M.E.Q	-64	-160	
Amortissement écart d'acquisition	-736	0	
Résultat part des minoritaires	-113	-42	
RÉSULTAT - PART DU GROUPE	3 644	2 543	-1 102

BILAN CONSOLIDÉ AU 30 JUIN 2024 DU GROUPE LORCA

Bilan consolidé Groupe LORCA	30/06/2023	30/06/2024	Var.	en K€	30/06/2023	30/06/2024	Var.
Ecart d'acquisition	2 656	2 656	0	Capitaux propres - Groupe	124 349	125 711	1 368
Total Capital Souscrit N.A.	56	90	34	Capitaux propres - Minoritaires	3 004	3 023	19
Immobilisations incorporelles	4 348	4 645	297	Provisions R&C	3 874	6 588	2 714
Immobilisations corporelles	65 939	68 543	2 604	Ecart d'acquisition négatif	348	350	2
Immobilisations financières	8 094	8 281	187	Provisions pour impôts différés	0	3	3
Titres mis en équivalence	10 225	10 065	-160	Dettes financières	36 028	34 387	-1 641
Stocks	58 191	63 530	5 339	Avances et acomptes reçus	0	0	0
Clients et comptes rattachés	26 125	20 778	-5 348	Dettes fournisseurs	19 958	28 046	8 087
Autres créances	34 350	36 305	1 955	Autres dettes	25 515	20 946	-4 569
Comptes de régularisation	850	1 119	269	Comptes de régularisation	2 570	381	-2 188
Disponibilités	4 805	3 423	-1 382				
Total actif	215 640	219 435	3 795	Total Passif	215 640	219 435	3 795
				Endettement net	31 224	30 964	-260

ORGANIGRAMME DES SOCIÉTÉS





TABLEAU D'INDICATEURS

ENJEUX	RISQUES	ENGAGEMENTS
DÉVELOPPER L'EMPLOYABILITÉ FAVORISER LE BIEN ÊTRE AU TRAVAIL	Développement des compétences	Développer les compétences de tous les collaborateurs
	Entreprise bienveillante	Mener des actions QVT
	Entreprise bienveillante Santé, sécurité, bien-être au travail	Réduire l'accidentologie
PRIVILÉGIER LES PRODUITS BIO-ALTERNATIFS, LOCAUX ET RÉGIONNAUX ASSEOIR NOTRE ANCRAGE TERRITORIAL	Circuit court Produits locaux et régionaux Politique d'achats responsables	Développer le CA des produits bio-alternatifs, locaux et régionaux
	Ancrage local / Produits locaux et régionaux Circuit court	Développer le tissu économique et social
CONSTRUIRE L'AGRICULTURE DE DEMAIN VALORISER L'AGRICULTURE	Produits plus respectueux de l'environnement Innovation Partenariats économiques Politique d'achats responsables	Développer des produits innovants et respectueux de l'environnement
	Acceptabilité de l'agriculture	Accompagner nos adhérents
RÉDUIRE NOTRE EMPREINTE CARBONE OPTIMISER NOS DÉCHETS	Réduction énergétique Empreinte carbone	Réduire la consommation d'électricité des magasins VERTUGO Diminuer la consommation de fioul de la flotte de véhicules Empreinte carbone
	Optimiser nos déchets	Développer le tri des déchets

INDICATEURS

	IND. 30 JUN 2022	IND. 30 JUN 2023	IND. 30 JUN 2024	OBJ. 2024	EVOLUTION	lien de matricité
Effectif au 30 juin 2022 par répartition Homme / Femme	666 (373 H et 293 F)	721 (396 H et 325 F)	717 (398 H et 319 F)	/		
Pourcentage de personnes présentes formées	70.52 %	83.84 %	92.82 %	100%		
Nombre de collaborateurs formés à la prévention des troubles musculo-squelettiques	43	82	133	120		
Nombre de managers formés aux RPS depuis le 30 juin 2021	33	64	64	70		
Nombre de salariés conseillés et accompagnés dans la réalisation de dossiers RQTH	2	3	6	8		
Score enquête sociale (en points)	0	70	NA	>75		
Nombre de VOP	410	895	1418	1200		
Taux de fréquence des accidents	25.32	17.93	21.55	18		
Communication auprès des clients valorisant les produits bio-alternatifs, locaux et régionaux	0	10	16	8		
Nombre de salariés experts jardin formés aux pratiques respectueuses de l'environnement	0	46	93	56		
Nombre d'enfants sensibilisés au jardinage naturel	0	512	1 036	1 000		
Nombre de corners «circuit ultra court» ouverts	3	5	9	13		
Chiffre d'affaires de produits bio-alternatifs, locaux et régionaux (en €)	2 384 501.92	2 683 578	2 562 744.102	622 952.11		
Chiffre d'affaires de matériaux produits dans la région Grand Est (en €)	5 075 239	5 377 366	3 137 868	5 582 763		
Nombre de partenariats socio-économiques locaux et régionaux	109	117	127	119		
Nombre de partenariats liés à la recherche et à l'innovation	6	9	12	10		
Nombre de produits de bio-contrôle	203	205	218	213		
Nombre de produits dédiés à l'expérimentation agronomique	288	365	438	302		
Nombre de référencement de produits innovants et respectueux de l'environnement	206	209	251	227		
Nombre de supports et d'actions de communication dédiés aux adhérents	7	10	11	10		
Nombre d'animaux contractualisés	2 718	7 967	14 071	10 000		
Nombre d'animaux labélisés	1 243	2 611	4 049	3 500		
Nombre de nouvelles exploitations accompagnées à la certification HVE3	3	42	43	30		
Nombre de projets innovants engagés	0	8	8	7		
Nombre d'adhérents 100 % engagés envers la coopérative	988	1027	1 073	1 086		
Puissance installée sur les panneaux photovoltaïques (en kw/c)	249.76	249.76	559	355		
Surface LED (m²)	39 574	63 943	79 433	89 497		
Charte et indicateurs énergétiques (nombre de kw/h par magasin)	3 009 784	2 308 070	1 689 433	2 708 806		
Nombre de chauffeurs formés à l'éco-conduite	0	31	46	48		
Nombre de bornes électriques	8	8	20	16		
Nombre de véhicules de service et de fonction hybrides et électriques	1	2	4	8		
Consommation Poids Lourds (km au 100)	38.57	36.82	36.26	35		
Empreinte carbone (en T eq CO ₂) (scope 1 et 2)	6 706	5 253	5 247	6 035		
Empreinte carbone (en T eq CO ₂) (scope 3 hors transport amont et aval)	/	574 130	529 572	473 234		
Empreinte carbone (en T eq CO ₂) (scope 3 transport amont et aval)	/	1 939	5 740			
Nombre de tonnes de déchets collectés (tri 5 flux) sur le nombre de déchets totaux	729/1185 (61 %)	616/1034 (60 %)	603/956 (63 %)	67%		

MANUEL DE REPORTING

PÉRIMÈTRE CONSTANT INCLUANT UNE NOUVELLE ENTREPRISE JACOB MATÉRIAUX

Domaine - Collaborateurs		Ref : CO-01
Nom – Effectif au 30 juin par répartition Homme/Femme		
Définition Nombre de salariés répartis par sexe, au dernier jour du mois, en contrat CDI, CDD et apprentissage. Les salariés absents (maternité, formation, maladie...) sont comptabilisés dès lors que leur contrat de travail n'a pas été rompu. Une personne à temps partiel est comptabilisée pour une personne. Collaborateurs à considérer : CDI + CDD + Contrats d'apprentissage		
Indicateur saisi : Nombre de salariés		
Périmètre : Groupe LORCA		
Niveau de Saisie : Société	Fréquence de Collecte : Annuelle	Consolidation : Somme

Domaine - Collaborateurs		Ref : CO-02
Nom – Pourcentage des personnes en CDI formées, ayant une ancienneté de plus de 6 mois		
Définition Pourcentage de personnes présentes ayant suivi au moins une formation. Typologie de formation : - Campus LORCA : • Parcours métiers (formation commerciale, formation employé de magasin...) • Parcours managériaux (manager stratégique, manager de proximité) - Formation d'adaptation au poste (juridique, informatique, gestion du grain...) - Formations sécurité (CACES, incendie, SST, habilitation électrique, Certiphyto...) - Formation qualité de vie au travail (gestes et postures, préparation retraite, sensibilisation aux risques psycho-sociaux...) Ces formations seront dispensées en présentiel, à distance, et par un personnel interne ou externe. Collaborateurs à considérer : CDI de plus de 6 mois de présence au 30 juin		
Indicateur saisi : Nombre de salariés		
Périmètre : Groupe LORCA		
Niveau de Saisie : Société	Fréquence de Collecte : Annuelle	Consolidation : Somme

Domaine – Collaborateurs		Ref : CO-03
Nom – Nombre de collaborateurs formés à la prévention des troubles musculo-squelettiques		
Définition Nombre de collaborateurs ayant participé à la formation “gestes et postures” pour la prévention des risques musculo-squelettiques. Le kinésithérapeute qui prodigue la formation réalise un bilan préalable avec chaque salarié. La durée de la formation est de 2 jours, elle comprend des groupes de 8 à 10 personnes. L’objectif est de prévenir les troubles musculo-squelettiques, et en conséquence de réduire l’accidentologie et les arrêts de travail en formant les salariés à une meilleure gestion de leur respiration, aux pratiques liées au réveil musculaire, et aux postures adaptées à leur poste de travail. Collaborateurs à considérer : CDI		
Indicateur saisi : Nombre de salariés		
Périmètre : Groupe LORCA		
Niveau de Saisie : Société	Fréquence de Collecte : Annuelle	Consolidation : Somme

Domaine – Collaborateurs		Ref : CO-04
Nom – Nombre de managers formés aux RPS		
Définition Nombre de managers ayant participé à la formation de sensibilisation aux RPS (Risques Psycho-Sociaux). La formation d’une journée est dispensée par un avocat en droit du travail et un psychologue, elle permet d’aborder les RPS sous un angle psychologique et juridique. L’objectif de cette formation est de prévenir les risques psycho-sociaux au sein des équipes à partir de l’analyse de signaux faibles tout en informant le manager sur ses obligations en la matière. Collaborateurs à considérer : CDI		
Indicateur saisi : Nombre de managers formés		
Périmètre : Groupe LORCA		
Niveau de Saisie : Société	Fréquence de Collecte : Annuelle	Consolidation : Somme

Domaine – Collaborateurs		Ref : CO-05
Nom – Nombre de salariés conseillés et accompagnés dans la réalisation de dossiers de demande de la reconnaissance de la qualité de salarié handicapé		
Définition Nombre de salariés conseillés et accompagnés par le référent qualité de vie au travail et la société de conseil PIDIEM mandatée par l’entreprise, dans la réalisation de dossiers de demande de reconnaissance de la qualité de salarié handicapé. Collaborateurs à considérer : CDI		
Indicateur saisi : Nombre de salariés conseillés et accompagnés		
Périmètre : Groupe LORCA		
Niveau de Saisie : Société	Fréquence de Collecte : Annuelle	Consolidation : Somme

Domaine - Collaborateurs		Ref : CO-06
Nom – Score enquête sociale		
Définition L'enquête sociale permet de connaître les attentes des salariés en évaluant leur ressenti à l'égard du fonctionnement de l'entreprise. Les résultats obtenus dans chacun des thèmes feront l'objet d'une analyse et d'un plan d'action. Les thématiques concernées sont : - Le bien-être général - Les conditions de travail / Mon poste chez LORCA - L'intérêt de mon travail - L'équipe de travail - Le management - Le management de mon équipe - La communication / L'information - Le Groupe LORCA / La marque employeur - Mon avenir professionnel Collaborateurs à considérer : CDI		
Indicateur saisi : Calcul du taux de fréquence		
Périmètre : Groupe LORCA		
Niveau de Saisie : Société	Fréquence de Collecte : Annuelle	Consolidation : Somme

Domaine - Collaborateurs		Ref : CO-07
Nom – Nombre de VOP (Visites d'Observations Préventives)		
Définition La visite d'observation préventive est un outil de prévention sécurité. Elle fait appel à l'observation et l'identification de situations dangereuses et potentiellement dangereuses en considérant le milieu de travail et les personnes qui interagissent avec celui-ci. Le salarié est observé pendant son activité par un binôme composé de deux observateurs dont un expert métier. 130 personnes ont été formées à la réalisation de VOP au sein du groupe. Chacune a un objectif de 6 à 10 VOP par an, formalisé sur l'entretien individuel. Objectifs des VOP : 1. Identifier les comportements à risque 2. Valoriser les bonnes pratiques 3. Impliquer chaque collaborateur dans la démarche sécurité Collaborateurs à considérer : CDI		
Indicateur saisi : Nombre de VOP réalisées		
Périmètre : Groupe LORCA		
Niveau de Saisie : Société	Fréquence de Collecte : Annuelle	Consolidation : Somme

Domaine – Collaborateurs		Ref : CO-08
Nom – Taux de fréquence des accidents		
Définition $TF1 = (\text{nombre total d'accidents de travail avec arrêt} \times 1.000.000) / \text{nombre d'heures réelles travaillées}$ Les accidents de trajet, les accidents sans arrêt, ainsi que les accidents bénins ne sont pas pris en compte dans le calcul du TF1 Les heures réelles travaillées sont extraites du pointage. Elles correspondent aux heures réellement travaillées et ne prennent pas en compte les heures payées tel que CP, absence pour maladie, etc... Collaborateurs à considérer : CDI + CDD + Contrats d'apprentissage		
Indicateur saisi : Calcul du taux de fréquence		
Périmètre : Groupe LORCA		
Niveau de Saisie : Société	Fréquence de Collecte : Annuelle	Consolidation : Somme

Domaine – Adhérents		Ref : ADH-01
Nom – Partenariats liés à la recherche et à l'innovation		
Définition Nombre de partenariats conclus avec des entreprises dites innovantes, l'enseignement et la recherche. Ils ont pour objectif de soutenir le développement de méthodes et produits innovants plus respectueux de l'environnement pour améliorer la qualité des sols et sécuriser les rendements.		
Indicateur saisi : Nombre de nouveaux partenariats signés		
Périmètre : Coopérative LORCA		
Niveau de Saisie : Société	Fréquence de Collecte : Annuelle	Consolidation : Somme

Domaine – Adhérents		Ref : ADH-02
Nom – Nombre de produits de bio-contrôle		
Définition Les produits de bio-contrôle sont définis par l'article 253-6 du code rural et de la pêche maritime comme des agents et des produits utilisant des mécanismes naturels dans le cadre de la lutte intégrée contre les ennemis des cultures (champignons, parasites, mauvaises herbes...) Ils comprennent en particulier : - Des macro-organismes comprenant des insectes, des acariens - Des produits phytopharmaceutiques comprenant des micro-organismes (bactéries, virus ou champignons), des médiateurs chimiques (phéromones, kairomones) et des substances naturelles végétale animale, minérale ou microbienne		
Indicateur saisi : Nombre de produits de bio-contrôle proposés aux adhérents		
Périmètre : Coopérative LORCA		
Niveau de Saisie : Société	Fréquence de Collecte : Annuelle	Consolidation : Somme

Domaine – Adhérents		Ref : ADH-03
Nom – Nombre de produits dédiés à l'expérimentation agronomique		
Définition Les produits dédiés à l'expérimentation agronomique sont testés par la coopérative sur des micro-parcelles dans le cadre de la recherche appliquée. Les produits sont testés sous différentes conditions afin d'analyser leur efficacité dans le cadre d'une approche locale. Une micro-parcelle peut atteindre 3m de large et 15 m de long, mais plusieurs micro-parcelles composent généralement une surface expérimentale qui fait jusqu'à 0,5ha. Le but est d'obtenir des résultats fiables, c'est ainsi que chaque test est répété 4 fois (répétition) de manière aléatoire (randomisation).		
Indicateur saisi : Nombre de produits dédiés à l'expérimentation agronomique		
Périmètre : Coopérative LORCA		
Niveau de Saisie : Société	Fréquence de Collecte : Annuelle	Consolidation : Somme

Domaine – Adhérents		Ref : ADH-04
Nom – Nombre de supports et d'actions de communication dédiés aux adhérents		
Définition Les supports et les actions de communication permettent d'informer les adhérents tout au long de l'année sur l'activité agricole et le groupe coopératif auquel ils appartiennent. C'est aussi leur proposer des temps d'écoute et d'échanges afin de développer des partenariats et mieux répondre à leurs besoins. Ils peuvent prendre la forme suivante : - LORCA'gro - LORCA'info - Assemblées de section - Minutes au Champ - Réunions d'avant moisson - Assemblée Générale - Réunions de délégués permanents		
Indicateur saisi : Nombre de supports et d'actions de communication		
Périmètre : Coopérative LORCA		
Niveau de Saisie : Société	Fréquence de Collecte : Annuelle	Consolidation : Somme

Domaine – Adhérents		Ref : ADH-05
Nom – Nombre d'animaux contractualisés		
Définition Nombre de contrats conclus entre le Groupe LORCA et les acteurs socio-économiques en lien avec la production animale (Bigard, Charal, Socopa, McDonald's) L'objectif de ces contrats est de : - Réduire les émissions de gaz à effet de serre tout en renforçant l'autonomie alimentaire sur les élevages et le maintien des prairies avec le stock de carbone associé (diagnostic CAP'2ER) - Améliorer les conditions de vie des animaux (diagnostic BOVIWELL) - Agir pour une alimentation de qualité, raisonnée et durable - Permettre une juste rémunération des éleveurs		
Indicateur saisi : Nombre d'animaux contractualisés		
Périmètre : Coopérative LORCA		
Niveau de Saisie : Société	Fréquence de Collecte : Annuelle	Consolidation : Somme

Domaine – Adhérents		Ref : ADH-06
Nom – Nombre d’animaux labélisés		
Définition Nombre de contrats conclus entre le Groupe LORCA et des labels. Un label de production animale garantit certains aspects d’un produit tel que l’origine, la qualité et la conformité avec les normes de fabrication définies par le label. L’objectif de ces labels est de : - Réduire les émissions de gaz à effet de serre tout en renforçant l’autonomie alimentaire sur les élevages et le maintien des prairies avec le stock de carbone associé (diagnostic CAP’2ER) - Améliorer les conditions de vie des animaux (diagnostic BOVIWELL) - Agir pour une alimentation de qualité, raisonnée et durable - Permettre une juste rémunération des éleveurs Noms des labels : CHAROLAIS Label rouge, LIMOUSIN Label rouge, SALERS Label rouge		
Indicateur saisi : Nombre d’animaux labélisés		
Périmètre : Coopérative LORCA		
Niveau de Saisie : Société	Fréquence de Collecte : Annuelle	Consolidation : Somme

Domaine – Adhérents		Ref : ADH-07
Nom – Nombre de nouvelles exploitations accompagnées à la certification HVE3 (Haute Valeur Environnementale Niveau 3)		
Définition Une exploitation agricole dont le projet est la certification HVE3 doit répondre à des indicateurs de résultats relatifs à la biodiversité, la stratégie phytosanitaire, la gestion de la fertilisation et de la ressource en eau. Les agriculteurs s’appuient sur les techniciens de la coopérative pour construire leur plan d’action. Ils doivent être adhérents de la coopérative et avoir souscrit un contrat d’accompagnement HVE3.		
Indicateur saisi : Nombre de nouvelles exploitations accompagnées à la certification HVE3		
Périmètre : Coopérative LORCA		
Niveau de Saisie : Société	Fréquence de Collecte : Annuelle	Consolidation : Somme

Domaine – Adhérents		Ref : ADH-08
Nom – Nombre de référencement de produits innovants et respectueux de l’environnement		
Définition Le référencement est la procédure d’inscription d’un produit sur la liste des produits proposés à la vente par la coopérative agricole. L’objectif est d’augmenter le nombre de produits alternatifs, réduisant leur impact sur l’environnement par rapport à l’usage de produits chimiques et de synthèses. On considère qu’un produit plus respectueux de l’environnement est un produit ayant un impact neutre à modéré sur les composantes de l’agrosystème. On entend par composantes de l’agrosystème, l’eau, le sol, l’air, la biodiversité, l’utilisateur et le consommateur final. Les produits innovants et plus respectueux de l’environnement peuvent se retrouver dans toutes les familles de produits proposées à la gamme (engrais, semences blés, semences orge, semences colza, semences fourragères et couverts, maïs, protection des plantes).		
Indicateur saisi : Nombre de produits référencés innovants et respectueux de l’environnement		
Périmètre : Coopérative LORCA		
Niveau de Saisie : Société	Fréquence de Collecte : Annuelle	Consolidation : Somme

Domaine – Adhérents		Ref : ADH-09
Nom – Nombre d’adhérents 100% engagés envers la coopérative		
Définition Un adhérent d’une coopérative est une personne physique ou morale ayant la qualité d’agriculteur ou de forestier ayant des parts dans la coopérative ce qui fait de lui un associé coopérateur. Il s’engage à livrer une quantité déterminée de produits de son exploitation et à acheter à la coopérative une quantité déterminée de produits ou objets nécessaires à son exploitation. Un adhérent 100% engagé vend toute sa collecte et achète tous ses approvisionnements auprès de la coopérative agricole LORCA. Les approvisionnements concernés sont les intrants, c’est-à-dire engrais, semences, protection des plantes		
Indicateur saisi : Nombre d’adhérents 100% engagés envers la coopérative		
Périmètre : Coopérative LORCA		
Niveau de Saisie : Société	Fréquence de Collecte : Annuelle	Consolidation : Somme

Domaine – Adhérents		Ref : ADH-10
Nom – Nombre de projets innovants engagés		
Définition Un projet innovant vise à proposer des modèles de production durables, qui dynamisent les territoires, tout en protégeant l’environnement et en rapprochant les producteurs et les consommateurs. Sont déjà identifiés des projets comme le développement de l’agrovoltaïsme, le développement d’un pôle maraichage au sein de la coopérative, le développement d’unité de déshydrations de luzerne et bois pour création de pellets et bouchons de luzerne, l’accompagnement des adhérents vers une certification Bas Carbone, le développement d’une filière chanvre, le développement d’une filière hydrogène.		
Indicateur saisi : Nombre de projets identifiés et communiqués auprès des parties concernées		
Périmètre : Coopérative LORCA		
Niveau de Saisie : Société	Fréquence de Collecte : Annuelle	Consolidation : Somme

Domaine – Consommateurs		Ref : CSM-01
Nom – Communication auprès des clients valorisant les produits bio-alternatifs, locaux et régionaux		
Définition Chiffre d'affaires de produits bio-alternatifs, locaux et régionaux en €. Ces produits regroupent : - Les produits locaux et régionaux (dans la région Grand Est) - Les produits de traitement alternatifs aux produits chimiques (ex : engrais organique, bio contrôle) - Les outils de jardinage permettant un désherbage mécanique (ex : bruleur, binette) Les produits sont issus d'exploitations ou d'entreprises implantées à proximité d'un magasin.		
Indicateur saisi : Nombre de mailings envoyés aux clients		
Périmètre : Vertugo		
Niveau de Saisie : Société	Fréquence de Collecte : Annuelle	Consolidation : Somme

Domaine – Consommateurs		Ref : CSM-02
Nom – Nombre de "salariés experts jardin" formés aux pratiques respectueuses de l'environnement		
Définition Nombre de "salariés experts jardin" formés aux pratiques respectueuses de l'environnement. Contenu de la formation "salariés expert jardin" : - Les fondamentaux - Jardiner autrement en 2022 - L'approche client à partir de 2022 - Les produits de biocontrôle utilisables en agriculture biologiques, barrières physiques et monitoring - La vente des produits - Cas concrets		
Indicateur saisi : Nombre de mailings envoyés aux clients		
Périmètre : Vertugo		
Niveau de Saisie : Société	Fréquence de Collecte : Annuelle	Consolidation : Somme

Domaine – Consommateurs		Ref : CSM-03
Nom – Nombre de corners "circuit ultra-court" ouverts		
Définition Un corner « circuit ultra-court » désigne une zone de vente de proximité de 20 m ² à 30 m ² au sein d'un magasin (hors panier du coin). Le corner fait l'objet d'un partenariat commercial avec les adhérents, les artisans et les entreprises qui se situent à proximité du magasin dans une zone de 30 km. Lorsque les produits sont absents de l'offre local, des partenariats peuvent être conclus dans le département où se situe le magasin et plus largement avec des départements limitrophes.		
Indicateur saisi : Nombre de corners "circuit ultra-court" ouverts		
Périmètre : Magasins hors "Paniers du Coin"		
Niveau de Saisie : Société	Fréquence de Collecte : Annuelle	Consolidation : Somme

Domaine – Consommateurs		Ref: CSM-04
Nom – Chiffre d'affaires de produits bio-alternatifs, locaux et régionaux		
Définition Chiffre d'affaires de produits bio-alternatifs, locaux et régionaux en €. Ces produits regroupent : - Les produits locaux et régionaux (dans la région Grand Est) - Les produits de traitement alternatifs aux produits chimiques (ex : engrais organique, bio contrôle) - Les outils de jardinage permettant un désherbage mécanique (ex : bruleur, binette) Les produits sont issus d'exploitations ou d'entreprises implantées à proximité d'un magasin.		
Indicateur saisi: Chiffre d'affaires de produits bio-alternatifs, locaux et régionaux		
Périmètre: Vertugo		
Niveau de Saisie: Société	Fréquence de Collecte: Annuelle	Consolidation: Somme

Domaine – Consommateurs		Ref: CSM-05
Nom – Nombre de partenariats socio-économiques locaux et régionaux		
Définition Nombre de partenariats conclus avec des acteurs socio-économiques du territoire (adhérents, artisans et entreprises) pour valoriser le patrimoine agricole et artisanale. Les partenariats sont conclus avec des exploitations ou des entreprises implantées à proximité des magasins. Les marchandises sont livrées en direct du lieu de production. La proximité de ces transactions réduit fortement l'empreinte carbone du Groupe. Lorsque des produits sont absents de l'offre régionale, des partenariats peuvent être conclus avec des départements limitrophes et d'autres régions.		
Indicateur saisi: Nombre de partenariats contractualisés		
Périmètre: Vertugo		
Niveau de Saisie: Société	Fréquence de Collecte: Annuelle	Consolidation: Somme

Domaine – Consommateurs		Ref: CSM-06
Nom – Action de sensibilisation au jardinage		
Définition Différentes actions de sensibilisation au jardinage respectueux de l'environnement notamment vis-à-vis des enfants. L'objectif de l'indicateur est de mesurer le nombre d'enfants présents à ces animations. Les ateliers suivants sont dispensés : - Plantation de fleurs de saison (primevères...) - Sensibilisation aux aromatiques par l'odeur et le touché - Découverte des poules avec explication sur la nourriture et les soins apportés, utilité d'une poule dans le jardin (compostage...) - Jardinière pour les abeilles et les papillons		
Indicateur saisi: nombre d'enfants sensibilisés		
Périmètre: Vertugo		
Niveau de Saisie: Société	Fréquence de Collecte: Annuelle	Consolidation: Somme

Domaine – Consommateurs		Ref : CSM-07
Nom – Vente de matériaux produits localement dans un rayon de moins de 100 km		
Définition Sont considérés comme des matériaux locaux, les produits achetés à des fournisseurs qui se situent dans un rayon de 100 km autour des magasins LORCAMAT. Ces achats regroupent de nombreux produits : agrégats, ciments, planchers, agglomérés, bordures, pavés, briques...		
Indicateur saisi : Chiffre d'affaires des matériaux produits localement		
Périmètre : LORCAMAT		
Niveau de Saisie : Société	Fréquence de Collecte : Annuelle	Consolidation : Somme

Domaine – Société		Ref : SO-01
Nom – Puissance installée sur les panneaux photovoltaïques		
Définition Mise en place de panneaux photovoltaïques sur les toits des nouveaux magasins Vertugo. Un panneau photovoltaïque est capable de transformer l'énergie lumineuse du rayonnement solaire en électricité et de produire ainsi une énergie électrique renouvelable.		
Indicateur saisi : Quantité de déchets triés (5 flux) sur la quantité de déchets pour lesquels un levier d'action existe (tri 5 flux + DIB)		
Périmètre : Magasins Vertugo		
Niveau de Saisie : Société	Fréquence de Collecte : Annuelle	Consolidation : Somme

Domaine – Société		Ref : SO-02
Nom – Charte et indicateurs énergétiques		
Définition La Charte de réduction énergétique a été construite dans l'objectif d'impliquer les salariés des magasins dans la réduction de leur consommation d'énergie. Elle définit les températures à respecter et les actions à privilégier : - L'éclairage - Le chauffage - La ventilation et la climatisation - La production de froid dans les commerces alimentaires Un indicateur de suivi énergétique est mis en place pour chaque magasin.		
Indicateur saisi : Nombre de kw/h par magasin		
Périmètre : Vertugo		
Niveau de Saisie : Société	Fréquence de Collecte : Annuelle	Consolidation : Somme

Domaine – Société		Ref : SO-03
Nom – Nombre de chauffeurs formés à l'éco-conduite		
Définition L'éco-conduite est une technique de conduite automobile économe en carburant, écologique et économique adaptée aux moteurs actuels. Elle a un impact significatif sur la consommation et l'environnement ainsi que sur la sécurité. Elle consiste essentiellement à faire tourner le moteur à bas régime et à maintenir une conduite souple et une vitesse stable en évitant au possible les accélérations et les freinages brutaux. La formation se déroule en interne et est réalisée par le responsable transport qui rencontre chaque chauffeur individuellement pour les former aux techniques d'éco-conduite.		
Indicateur saisi : Nombre de chauffeurs formés		
Périmètre : Groupe LORCA		
Niveau de Saisie : Société	Fréquence de Collecte : Annuelle	Consolidation : Somme

Domaine – Société		Ref : SO-04
Nom – Nombre de bornes électriques		
Définition Une borne électrique est une station permettant la recharge de véhicules électriques et/ou hybrides.		
Indicateur saisi : Nombre de bornes installées dans le périmètre de l'entreprise		
Périmètre : Groupe LORCA		
Niveau de Saisie : Société	Fréquence de Collecte : Annuelle	Consolidation : Somme

Domaine – Société		Ref : SO-05
Nom – Nombre de véhicules de service et de fonction hybrides et électriques		
Définition Un véhicule électrique est un véhicule dont la propulsion est assurée par un ou plusieurs moteurs électriques. Un véhicule hybride est un véhicule qui fait appel à plusieurs sources d'énergie pour se déplacer. Le type de véhicule hybride le plus répandu est l'hybride électrique, qui est composé d'un moteur thermique et d'un moteur électrique.		
Indicateur saisi : Nombre de véhicules hybrides et de véhicules électriques sur l'ensemble de la flotte de véhicules de service et fonction		
Périmètre : Groupe LORCA		
Niveau de Saisie : Société	Fréquence de Collecte : Annuelle	Consolidation : Somme

Domaine – Société		Ref : SO-06
Nom – Consommation diesel		
Définition Le diesel (ou gasoil) est un produit pétrolier utilisé comme combustible et comme carburant dans les moteurs des poids lourds, des véhicules de service et des véhicules de fonction du groupe. L'unité de mesure du diesel est le Litre (ou L).		
Indicateur saisi : Consommation diesel en L / 100km pour les PL		
Périmètre : Groupe LORCA		
Niveau de Saisie : Société	Fréquence de Collecte : Annuelle	Consolidation : Somme

Domaine – Société		Ref : SO-07
Nom – Empreinte carbone (Scope 3 hors transport en amont et en aval)		
Définition L’empreinte carbone est un indicateur qui mesure l’impact en GES (gaz à effet de serre) de l’activité du Groupe. Le périmètre dit scope 3 de cet indicateur concerne les émissions indirectes émises dans le cadre de l’activité du Groupe. Par exemple, les achats, les immobilisations, etc. excluant les transports en amont et en aval... Une fois les consommations d’énergies prises en comptes, celles-ci sont converties en CO ₂ en utilisant les facteurs d’émissions de l’ADEME ou calculés via l’outil Toovalu.		
Indicateur saisi : Quantité de GES en T eq CO₂		
Périmètre : Groupe LORCA		
Niveau de Saisie : Société	Fréquence de Collecte : Annuelle	Consolidation : Somme

Domaine – Société		Ref : SO-07
Nom – Empreinte carbone (Scope 3 transport en amont et en aval)		
Définition L’empreinte carbone est un indicateur qui mesure l’impact en GES (gaz à effet de serre) de l’activité du Groupe. Le périmètre dit scope 3 de cet indicateur concerne les émissions indirectes émises dans le cadre du transport en amont et en aval, incluant le fret externe, et depuis la campagne 2023-2024, le fret fluvial et les déplacements des adhérents vers les silos pour la livraison de marchandises. Le fret externe correspond aux prestations de transport sur achat et vente réalisées pour le Groupe. Le fret fluvial correspond au transport aval (marchandises vers les clients). Le transport « tracteur » correspond au transport amont (marchandises depuis nos fournisseurs). Pour le calcul du fret fluvial est pris en compte la distance entre le port de départ et la destination ainsi que la quantité de marchandises. On obtient des tonnes.km. Pour le calcul du transport « tracteur » est pris en compte : - la quantité moyenne livrée en silo (nombre de livraisons/les quantités livrées) - une distance moyenne de livraison (estimée sur la base de 4 silos représentatifs de l’activité de la coopérative) Des tonnes.km sont ainsi obtenues. Une fois les tonnes.km obtenues, celles-ci sont converties en CO ₂ en utilisant les facteurs d’émissions calculés via l’outil Toovalu. <i>Le calcul du transport des clients vers les jardinerie et dépôts matériaux n’a pas pu être réalisé sur cette campagne, car les données n’étaient pas encore suffisamment fiables.</i>		
Indicateur saisi : Quantité de GES en T eq CO₂		
Périmètre : Groupe LORCA		
Niveau de Saisie : Société	Fréquence de Collecte : Annuelle	Consolidation : Somme

Domaine – Société		Ref : SO-08
Nom – Part de déchets triés sur les déchets totaux		
Définition Tri 5 flux : procédé de traitement des déchets qui permet de réintroduire une certaine quantité des matériaux qui les composent dans la production de nouveaux produits. Depuis juillet 2016, suite à la Loi sur la Transition Energétique de 2015, les professionnels ont l’obligation de trier 5 types de déchets que sont le papier/carton, le métal, le plastique, le verre et le bois dans des poubelles dédiées. Exemples de déchet - Plastique : flacons, PET, PEHD, PP - Papier et carton : enveloppe craft, journal, papiers de bureau - Métal : ferrailles, aluminium, acier - Bois : palette, cagette - Verre : bouteille, pot, bocal		
Indicateur saisi : Quantités de déchets triés (5 flux) sur la quantité total de déchets collectés (% de de déchets triés)		
Périmètre : Groupe LORCA		
Niveau de Saisie : Société	Fréquence de Collecte : Annuelle	Consolidation : Somme

Domaine – Société		Ref : SO-09
Nom – Eclairage LED		
Définition LED : acronyme pour diode électro luminescente, cette composante, traversée par un courant électrique, fournit de la lumière. Ce genre d'ampoule peut fournir jusqu'à 40 000h de lumière, contre 10 000 d'une ampoule à filament, son rendement lumineux est 10 fois supérieur, et, 10 fois moins énergivore d'une ampoule classique. Sa durée de vie moyenne est d'une dizaine d'année. Périmètre : magasins de plus de 1500 m².		
Indicateur saisi : M² éclairés via un éclairage LED		
Périmètre : Magasins Vertugo		
Niveau de Saisie : Société	Fréquence de Collecte : Annuelle	Consolidation : Somme

QUESTIONNAIRE FOURNISSEURS

« ACHATS RESPONSABLES »

Ce questionnaire est à destination des fournisseurs d'achats du Groupe Coopératif LORCA.
Il a pour but de connaître le niveau de maturité de nos fournisseurs en matière de Responsabilité Sociétale de l'Entreprise.

** Indique une question obligatoire*

Renseignement concernant la société

Cette partie du questionnaire a pour but d'identifier clairement votre société

1. Nom de la Société *

2. adresse *

3. SIRET

4. Nom de la personne remplissant ce questionnaire *

5. Fonction de la personne remplissant ce questionnaire *

6. E-mail de la personne remplissant ce questionnaire *

7. Contact RSE si différent

8. CA Total (en €)

9. CA avec notre groupe (en €)

10. Durée de notre partenariat

Gestion de la société

11. Votre entreprise est-elle signataire de texte(s) d'engagement en matière de RSE ? *

Une seule réponse possible.

☐ Oui

☐ Non

12. Si, oui lequel? (Global Compact, Texte sectoriel, autre,...)

13. La démarche RSE de votre entreprise est-elle labellisée ou évaluée par un tiers extérieur ? *

Une seule réponse possible.

☐ Oui

☐ Non

14. Votre société compte-t-elle au sein de la direction une personne chargée de la responsabilité sociétale de l'entreprise ? *

Une seule réponse possible.

☐ Oui

☐ Non

15. Votre société publie-t-elle un rapport de RSE/durabilité ? *

Une seule réponse possible.

☐ Oui

☐ Non

16. Votre société a-t-elle mis en place un code de conduite ? *

Une seule réponse possible.

☐ Oui

☐ Non

17. Votre société propose-t-elle un système de traitement des réclamations par l'intermédiaire duquel des parties prenantes et des ayants-droits peuvent s'exprimer ? *

Une seule réponse possible.

☐ Oui

☐ Non

Conditions de travail et droits de l'Homme

18. Votre société a-t-elle une politique officielle couvrant les conditions de travail et les Droits de l'Homme ? *

Une seule réponse possible.

☐ Oui

☐ Non

19. Si vous avez répondu « Oui » à la question précédente, quels sont parmi les suivants les domaines couverts par cette politique ?

Plusieurs réponses possibles.

	Oui
Travail des enfants et jeunes travailleurs	☐
Salaires et avantages sociaux	☐
Temps de travail	☐
Esclavage moderne (à savoir esclavage, servitude et travail forcé ou obligatoire et trafic d'êtres humains)	☐
Liberté d'association et négociation collective	☐
Harcèlement et non-discrimination	☐

Santé et Sécurité

20. Votre société a-t-elle une politique officielle couvrant les conditions de travail et les Droits de l'Homme ? *

Une seule réponse possible.

☐ Oui
☐ Non

21. Si vous avez répondu « Oui » à la question précédente, cette politique couvre-t-elle l'ensemble des domaines en matière de sécurité (ex: sécurité machine, protection incendie,...)?

Une seule réponse possible.

☐ Oui
☐ Non

Ethique des affaires

22. Votre société a-t-elle une politique officielle en matière d'éthique des affaires ? *

Une seule réponse possible.

☐ Oui
☐ Non

23. Si vous avez répondu « Oui » à la question précédente, quels sont parmi les suivants les domaines couverts par cette politique ?

Plusieurs réponses possibles.

	oui
Corruption, extorsion et pots-de-vin	☐
Respect de la vie privée	☐
Responsabilité financière (registres exacts)	☐
Communication d'informations	☐
Concurrence loyale et lutte contre les ententes	☐
Conflits d'intérêts	☐
Pièces de contrefaçon	☐
Propriété intellectuelle	☐
Contrôles des exportations et sanctions économiques	☐
Lancement d'alertes et protection contre les représailles	☐

Environnement

24. Votre société dispose-t-elle d'une politique environnementale officielle prévoyant un engagement de la conformité à la loi ? *

Une seule réponse possible.

☐ Oui
☐ Non

25. Votre société dispose-t-elle d'un programme environnemental comprenant des objectifs, des activités et un suivi des résultats pour améliorer constamment sa performance environnementale ? Décrivez-nous celui-ci de manière succincte

26. Votre société utilise-t-elle des substances soumises à des restrictions au niveau de la production ou des opérations ?

Une seule réponse possible.

☐ Oui
☐ Non

27. Si vous avez répondu « Oui » à la question précédente, votre société dispose-t-elle de procédures écrites pour gérer des substances soumises à des restrictions ?

Une seule réponse possible.

☐ Oui
☐ Non

Formations

28. Votre entreprise organise t-elle des sessions de formation sur vos politiques en matière de RSE? *

Une seule réponse possible.

- ☐ Oui
☐ Non

29. Si vous avez répondu « Oui » à la question précédente, quels sont parmi les suivants les domaines couverts par cette politique ?

Plusieurs réponses possibles.

Oui	
Conditions de travail et droits de l'Homme	☐
Santé et sécurité	☐
Ethique des affaires	☐
Environnement	☐

Gestion des Fournisseurs

Cette rubrique concerne la gestion de vos fournisseurs

30. Votre société a-t-elle défini des exigences en matière de RSE/durabilité envers les fournisseurs ? *

Une seule réponse possible.

- ☐ Oui
☐ Non

31. Si vous avez répondu « Oui » à la question précédente, quels sont les sujets couverts par cet ensemble d'exigences ?

Plusieurs réponses possibles.

Oui	
Conditions de travail et Droits de l'Homme	☐
Santé et sécurité	☐
Éthique des affaires	☐
Environnement	☐
Exigences de durabilité pour les propres fournisseurs	☐

32. Votre société utilise-t-elle l'un des modes de communication suivants pour faire connaître à vos fournisseurs ses exigences en matière de RSE/durabilité envers les fournisseurs ?

Plusieurs réponses possibles.

Oui	
Exigences reprises dans les Conditions Générales	☐
Formation à l'intention des fournisseurs	☐
Code de conduite propre aux fournisseurs/Politique de durabilité propre aux fournisseurs	☐
Site web de la société / Portail des fournisseurs	☐
Aucun	☐

33. Quelles procédures votre société a-t-elle mises en place pour vérifier si les fournisseurs respectent vos exigences ?

Une seule réponse possible par ligne.

procédures	
Audits réalisés par un organisme de certification accrédité	☐
Audits réalisés par votre société	☐
Questionnaire d'autoévaluation	☐
Aucune	☐





