RAPPORT INTÉGRÉ

DU GROUPE LORCA

2025-2026



LORCA

AGRICULTURE | JARDIN & TERROIR | MATÉRIAUX & ÉNERGIES

SOMMAIRE

ÉDITO 4
Edmond CLAISER, Président & Xavier DE MONTFERRAND, Directeur Général 4
LE GROUPE LORCA, UN MODÈLE COOPÉRATIF 7
Plus de 50 ans de coopération 8
Comment fonctionne une coopérative ? 8
Le Groupe LORCA en chiffres 9
Les temps forts 10
ANALYSE FINANCIÈRE DE LA CAMPAGNE 2025-2026 13
Bilan de la campagne 2025-2026 14
Pôle Agriculture 16
Pôle Jardin & Terroir 18
Pôle Matériaux & Énergies 20
Pôle Motoculture & Paysages 21
DÉCLARATION DE PERFORMANCE EXTRA-FINANCIÈRE 22
Edito de Virginie PARISET, Directrice des Ressources Humaines 23
LA DÉMARCHE RSE DU GROUPE LORCA 25
Nos parties prenantes 26
Nos collaborateurs 28
Nos consommateurs 31
Nos adhérents 32
La société 34
ANNEXES 39
Annexes financières 40
Organigramme des sociétés 42



ÉDITO

EDMOND CLAISER, PRÉSIDENT DU GROUPE LORCA & **XAVIER DE MONTFERRAND**, DIRECTEUR GÉNÉRAL



À gauche : Edmond CLAISER, Président du Groupe LORCA
À droite : Xavier DE MONTFERRAND, Directeur Général du Groupe LORCA

QUEL BILAN DRESSEZ-VOUS DE LA CAMPAGNE 25-26 ?

Edmond CLAISER : Après un démarrage marqué par des conditions de semis difficiles, la moisson 2025 a finalement bénéficié d'une météo favorable au printemps, permettant d'atteindre des rendements supérieurs aux moyennes sur plusieurs productions. Malgré une récolte étalée sur plusieurs mois, les résultats sont globalement très satisfaisants, tant en quantité qu'en qualité, avec notamment le meilleur niveau de production en blé depuis 2019. Une belle récolte ne se mesure pas uniquement en tonnes : elle redonne également le moral et l'optimisme aux agriculteurs.

Dans un environnement toujours incertain, la coopérative a su accompagner ses adhérents tout en poursuivant le développement de ses activités. Cet exercice 25-26 illustre notre capacité à nous adapter et à maintenir le cap malgré les aléas agricoles, économiques et climatiques.

QUELS ENSEIGNEMENTS TIREZ-VOUS DE CET EXERCICE ?

Edmond CLAISER : Cet exercice confirme la solidité du Groupe LORCA, avec des résultats en progression par rapport à l'an passé. Les activités agricoles ont bénéficié d'une très bonne campagne céréalière en 2025 et d'une activité élevage dynamique, portée par des cours favorables jusqu'au printemps.

Nous poursuivons également notre trajectoire d'investissement et de désendettement, qui renforce durablement notre modèle. Côté diversification, plusieurs activités ont nettement amélioré leurs performances, notamment dans les matériaux et les espaces verts. D'autres évoluent encore dans des marchés difficiles, comme la jardinerie ou la motoculture, mais les efforts engagés par les équipes se poursuivent. Si nous n'avons pas encore retrouvé les niveaux atteints entre 2019 et 2022, la dynamique est encourageante.

QUELS SONT LES ATOUTS DU GROUPE LORCA POUR TENIR LE CAP LORS D'UNE CAMPAGNE COMPLEXE COMME CETTE ANNÉE ?

Xavier DE MONTFERRAND : Notre première force repose sur nos adhérents, profondément attachés à leur coopérative, et sur l'engagement de nos collaborateurs, qui restent mobilisés au quotidien au service du terrain.

Nous pouvons également nous appuyer sur des outils performants, modernisés grâce à une politique d'investissement régulière, ainsi que sur une situation financière saine. Cette solidité nous permet d'absorber les aléas, de poursuivre nos projets et d'accompagner nos adhérents même dans les périodes les plus complexes.

QUELLES NOUVELLES OPPORTUNITÉS VONT PERMETTRE DE DÉVELOPPER NOTRE POLITIQUE DURABLE ?

Xavier DE MONTFERRAND : Notre Groupe dispose déjà de nombreux atouts, notamment grâce à son ancrage territorial et à l'utilisation du transport fluvial, qui contribuent à limiter l'empreinte de nos activités. Nous observons également une forte attente des nouvelles générations d'adhérents et de collaborateurs, prêtes à s'engager sur ces enjeux. Les évolutions technologiques et le développement de nouvelles sources d'énergie, qu'il s'agisse du solaire, de la méthanisation ou demain de l'hydrogène, ouvrent des perspectives prometteuses. Enfin, la gestion de l'eau constitue un sujet majeur sur lequel nous devrons continuer à progresser collectivement afin de mieux répondre aux défis climatiques.

QUELLES SONT LES PERSPECTIVES ET LES ORIENTATIONS DE LA PROCHAINE CAMPAGNE ?

Edmond CLAISER : La campagne qui s'ouvre est déjà marquée par un contexte difficile. Les conditions climatiques ont pénalisé certaines implantations, les stocks fourragers restent sous tension dans plusieurs secteurs et les exploitations doivent composer avec des évolutions de marché parfois défavorables.

Face à ces défis, nous devons accélérer notre adaptation au changement climatique afin de ne plus seulement le subir. Cela passe par un travail continu sur notre performance, mais aussi par l'amélioration des résultats de nos activités de diversification.

Xavier DE MONTFERRAND : Les premiers mois de campagne confirment ces inquiétudes, notamment pour les éleveurs confrontés aux conséquences de la sécheresse. Dans ce contexte, la coopérative restera pleinement mobilisée pour accompagner ses adhérents, en particulier sur les enjeux de trésorerie et de sécurisation de leur activité.

Nous mettrons en œuvre tous les moyens nécessaires pour répondre à ces besoins tout en préservant la solidité financière de la coopérative. En parallèle, nous poursuivrons les actions engagées pour améliorer la performance de nos activités de diversification et retrouver durablement une dynamique de croissance.

LORCA

AGRICULTURE | JARDIN & TERROIR | MATÉRIAUX & ÉNERGIES



LE GROUPE LORCA

UN MODÈLE COOPÉRATIF



PLUS DE 50 ANS DE COOPÉRATION



Depuis plus de 50 ans, le Groupe LORCA accompagne ses adhérents et les territoires grâce à un modèle coopératif fondé sur la proximité, la solidarité et la création de valeur collective. Acteur coopératif majeur du Grand Est, il intervient à chaque étape des productions végétales et animales, de l'approvisionnement à la collecte, en passant par les services et la commercialisation. Grâce à la complémentarité de ses pôles d'activité, le Groupe répond aux besoins de ses adhérents, contribue au dynamisme des territoires et œuvre chaque jour pour une agriculture performante, durable et tournée vers l'avenir.

COMMENT FONCTIONNE UNE COOPÉRATIVE ?

Le modèle coopératif place les agriculteurs au cœur de la gouvernance. En tant qu'associés coopérateurs, les adhérents sont à la fois fournisseurs, clients et copropriétaires de leur coopérative. Ils participent aux décisions selon un principe fondamental : une personne = une voix. Ce modèle garantit une gouvernance démocratique et des décisions prises dans l'intérêt collectif, au service des adhérents et des territoires.

7 MEMBRES DU BUREAU
DONT LE PRÉSIDENT

Prépare les décisions du Conseil d'Administration et suit les principaux dossiers

1 CONSEIL D'ADMINISTRATION
18 MEMBRES
+ 2 administrateurs stagiaires

Définit les orientations stratégiques de la coopérative et veille à leur mise en œuvre

124 DÉLÉGUÉS PERMANENTS
répartis en 6 sections

Représentent les adhérents de leur territoire et relaient leurs attentes

+ DE 1 700 ADHÉRENTS

Élisent leurs délégués et participent à la vie démocratique de la coopérative

COOPÉRATIVE AGRICOLE
L'adhérent ou le coopérateur est fournisseur de la coopérative et lui achète différents services dans l'objectif de mutualiser l'outil et de vendre et d'acheter au meilleur prix.

1 homme = 1 voix

COMITÉ DE DIRECTION
7 MEMBRES
Met en œuvre les orientations stratégiques et pilote les activités opérationnelles du Groupe



LE GROUPE LORCA EN CHIFFRES

FINANCIER

454 MILLIONS D'€
DE CHIFFRE D'AFFAIRES

ZONE GÉOGRAPHIQUE

PLUS DE
90 SITES

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

HUMAIN

PLUS DE
1 622 STRUCTURES ADHÉRENTES

751 COLLABORATEURS

93 % D'ATTEINTE DES OBJECTIFS
DE L'INDEX ÉGALITÉ F/H

425 HOMMES **327** FEMMES

PLUS DE
8 830 HEURES DE FORMATION

IMPACT CARBONE

98 %
DE NOS MAGASINS ÉQUIPÉS DE LED

613 TONNES DE DÉCHETS TRIÉES

600 848 TEQ CO_2 BILAN CARBONE

AGRICOLE

1 094 ADHÉRENTS
SONT 100 % ENGAGÉS

24 919 BOVINS
COLLECTÉS PAR AN

36 SILOS DE STOCKAGE

652 732 TONNES
DE COLLECTE CÉRÉALES

DIVERSIFICATION

JARDIN & TERROIR

58 JARDINERIES/ANIMALERIES
DONT **1 SITE E-ECOMMERCE**

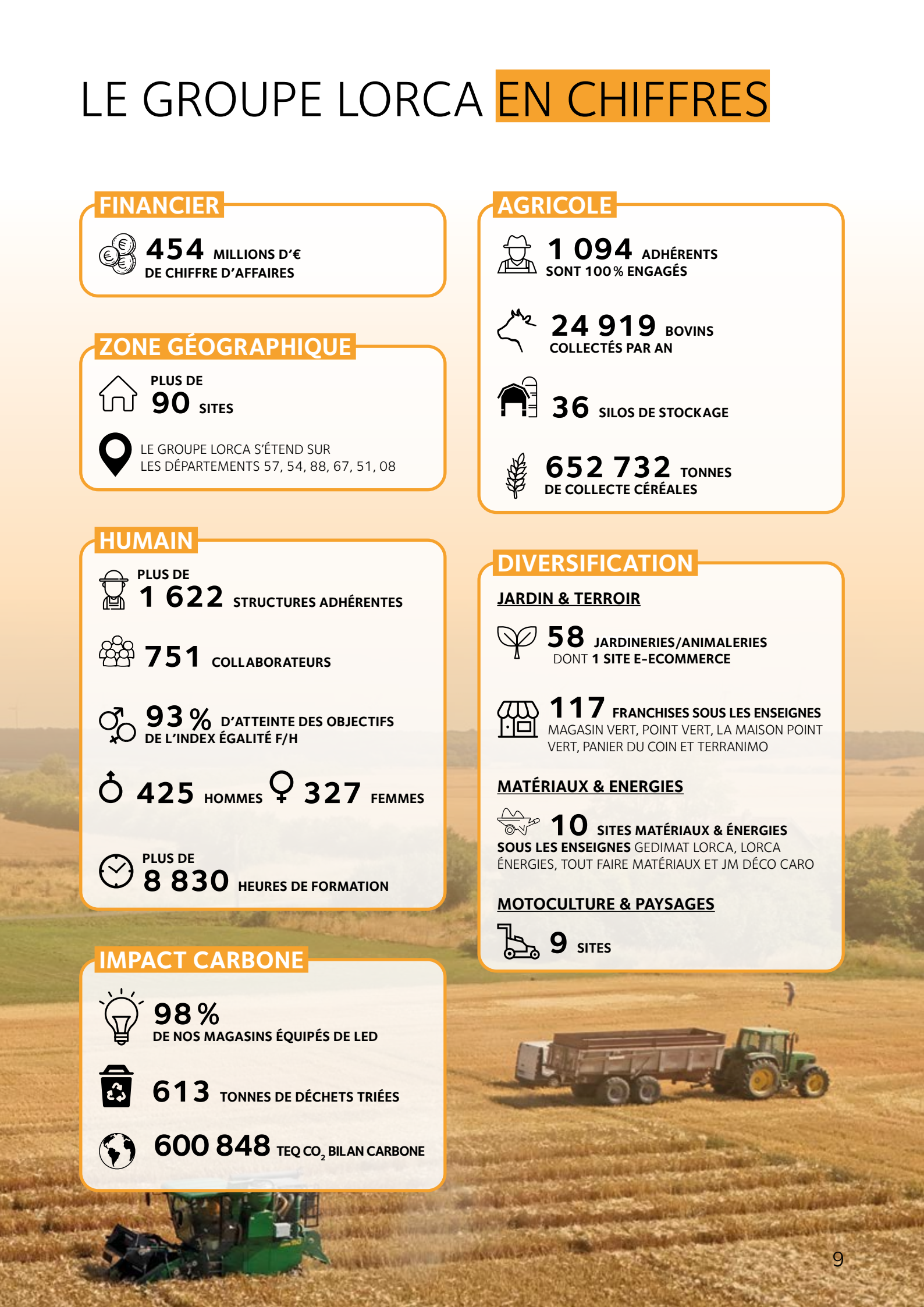
117 FRANCHISES SOUS LES ENSEIGNES
MAGASIN VERT, POINT VERT, LA MAISON POINT VERT, PANIER DU COIN ET TERRANIMO

MATÉRIAUX & ENERGIES

10 SITES MATÉRIAUX & ÉNERGIES
SOUS LES ENSEIGNES GEDIMAT LORCA, LORCA ÉNERGIES, TOUT FAIRE MATÉRIAUX ET JM DÉCO CARO

MOTOCULTURE & PAYSAGES

9 SITES



LES TEMPS FORTS

Juin 2025



24 JUIN
Top départ de la moisson



18 DÉCEMBRE
Soirée du personnel
Remise des médailles du travail et trophées RSE



2 DÉCEMBRE
Assemblée Générale LORCA & élection d'Edmond CLAISER à la présidence du Groupe LORCA



21 DÉCEMBRE
2nde édition de l'arbre de Noël



22 JANVIER
Signature de la 2nd session de la Bourse adhérent



5 FÉVRIER
Salon fournisseur et convention Jardin & Terroir

Juin 2026



18 JUIN
Inauguration du nouveau silo de Volmunster prêt pour la nouvelle moisson !



9-13 JUIN
Réunions d'Avant Moisson



30-31 AOÛT
Pays'an Fête à Luppy



20 SEPTEMBRE
Semi-marathon des coopératives Course For Est



29-31 OCTOBRE
AGRIMAX



24-28 NOVEMBRE
Semaine du handicap



5 NOVEMBRE
Obtention du Label MOSL Employeur par Moselle Attractivité



5 MARS
Inauguration du showroom Bois & Jardins / Viridis à Montoy-Flanville



9 MARS
Journée dédiée à nos adhérentes à l'occasion de la journée des droits des femmes



MARS
Quinzaine de la sécurité (thème des Troubles musculo-squelettiques)



10 JUIN
Médaille d'Argent catégorie Evénementiel Prix coop com pour Course For Est



9 JUIN
Arrivée de Xavier DE MONTFERRAND au poste de Directeur Général



3-4 JUIN
Damier Vert

LORCA
AGRICULTURE | JARDIN & TERROIR | MATÉRIAUX & ÉNERGIES



ANALYSE FINANCIÈRE DE LA CAMPAGNE 2025-2026



BILAN DE LA CAMPAGNE 2025-2026

UNE COLLECTE SUPÉRIEURE À LA MOYENNE ET UNE PERFORMANCE EN PROGRESSION

L'exercice 2025-2026 se caractérise par une nette progression de la collecte de céréales, qui atteint 614 000 tonnes, en hausse de 40 % par rapport à l'exercice précédent. La campagne a bénéficié de rendements et d'une qualité globalement supérieure à la moyenne.

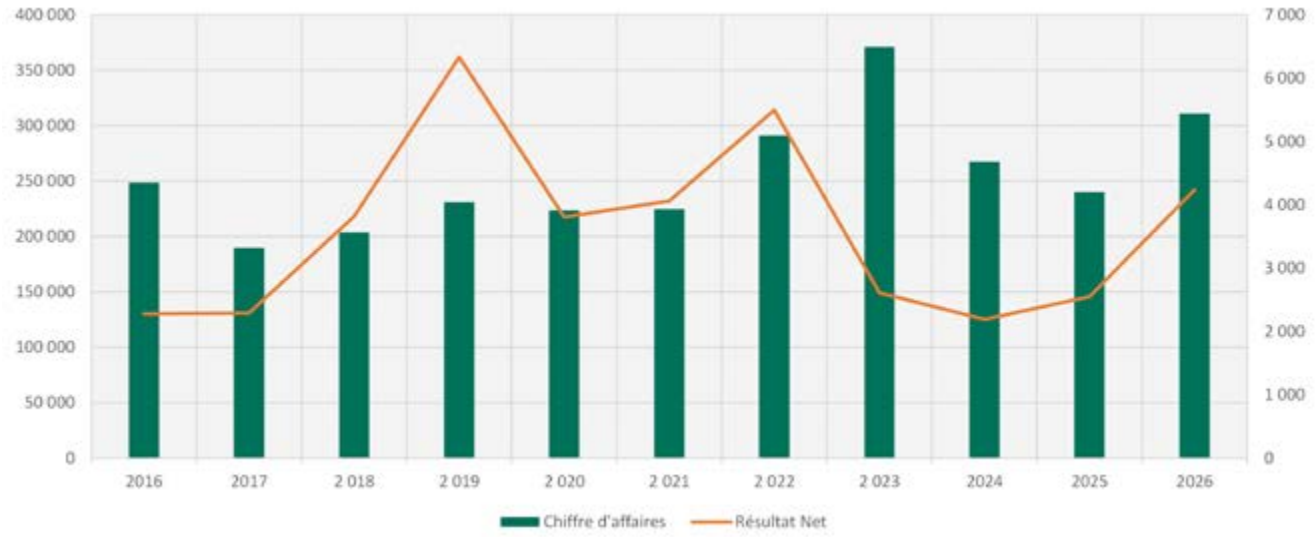
Sur le marché des céréales, les cours du blé ont évolué dans un environnement relativement stable. Malgré un contexte géopolitique et macroéconomique incertain, son impact sur les prix est resté limité.
L'activité élevage affiche également une belle dynamique avec une progression de 10 % sur l'exercice. Après une hausse des cours en 2025 et au début de l'année 2026, un repli a été observé au deuxième trimestre, tout en maintenant des niveaux supérieurs aux moyennes des dernières années.

Le chiffre d'affaires de la coopérative s'établit à 311 M€, en forte hausse par rapport à l'exercice précédent, porté par la progression de la collecte céréalière et des volumes de l'activité bovine.

Dans ce contexte, le résultat net atteint 4,2 M€ au 30 juin 2026, contre 2,6 M€ un an plus tôt. Cette amélioration reflète les bonnes performances opérationnelles de l'exercice, soutenues par une récolte favorable et par l'impact positif des éléments exceptionnels enregistrés sur la période.

NOTRE RÉSULTAT

311 M€
DE CHIFFRE D'AFFAIRES DE LA COOPÉRATIVE



LE NÉGOCE AGRICOLE CONFIRME SA DYNAMIQUE DE CROISSANCE

Le négoce agricole poursuit sa dynamique de croissance avec des résultats en progression par rapport à l'exercice précédent, soutenus par le développement des activités et la qualité des performances opérationnelles.

Solagri consolide ses parts de marché et bénéficie d'une activité céréalière soutenue. **CMS** améliore également significativement ses résultats grâce à une meilleure valorisation de son outil industriel. Après l'inauguration de sa nouvelle unité de production d'urée, la société a pleinement tiré parti de ses capacités de production et de stockage, renforçant ainsi sa rentabilité.



LES MATÉRIAUX RETROUVENT UNE DYNAMIQUE POSITIVE DANS UN CONTEXTE TOUJOURS EXIGEANT

Malgré un contexte toujours dégradé dans le secteur de la construction, l'activité Matériaux poursuit son redressement. Le chiffre d'affaires retrouve un niveau comparable à celui observé il y a deux exercices et s'accompagne d'une amélioration de la performance économique, reflet des efforts d'adaptation et de gestion engagés ces dernières années.

L'activité Énergies est en retrait par rapport à l'exercice précédent dans un marché marqué par le ralentissement de la demande.



DES TRAJECTOIRES CONTRASTÉES ENTRE LES ACTIVITÉS PAYSAGE ET MOTOCULTURE

L'activité Paysage renoue avec la croissance après deux années de recul, enregistrant un rebond significatif de son activité et une nette amélioration de sa performance économique.

L'activité Motoculture poursuit quant à elle sa phase de consolidation. Dans un contexte de structuration de la nouvelle organisation, les efforts restent concentrés sur le développement commercial, l'optimisation de l'organisation et l'amélioration progressive de la rentabilité.



UNE ACTIVITÉ TOUJOURS SOUS PRESSION POUR JARDIN & TERROIR

L'activité Jardin & Terroir enregistre une progression de son chiffre d'affaires, qui demeure toutefois insuffisante au regard des investissements réalisés ces dernières années et de la hausse des charges d'exploitation.

L'exercice a également été pénalisé par des conditions météorologiques défavorables durant une période clé de la saison, freinant la fréquentation et les achats de la clientèle. Plus largement, le marché de la jardinerie évolue toujours dans un contexte de consommation atone et de recentrage des dépenses des ménages vers les biens de première nécessité.

Dans cet environnement peu favorable, la progression de l'activité témoigne néanmoins de la capacité de l'enseigne à préserver son attractivité et ses positions de marché.



UNE PERFORMANCE ÉCONOMIQUE SOLIDE ET UNE STRUCTURE FINANCIÈRE RENFORCÉE

L'exercice 2025-2026 confirme la bonne dynamique du Groupe, avec un chiffre d'affaires consolidé de 454 M€, porté par la croissance de la coopérative et de ses filiales.

Cette progression s'accompagne d'une amélioration de la rentabilité opérationnelle. L'EBE atteint 10,1 M€, en hausse de 1,5 M€ par rapport à l'exercice précédent. Soutenu par 1,4 M€ d'éléments non récurrents favorables, le résultat net consolidé s'établit à 3,9 M€.

Le Groupe renforce également sa solidité financière : les capitaux propres dépassent 130 M€, le besoin en fonds de roulement diminue de 16 M€, et l'endettement financier moyen et long terme recule de 2,4 M€ pour s'établir à 12,9 M€, un niveau historiquement bas.

Cette performance a permis de financer près de 8 M€ d'investissements tout en poursuivant le désendettement du Groupe, illustrant sa capacité à conjuguer développement, rentabilité et solidité financière.

LES CHIFFRES CLÉS CONSOLIDÉS DU GROUPE LORCA

CHIFFRE D'AFFAIRES : **453 860 K€**
MARGE BRUTE : 73 662 k€
EBE : 10 145 k€
RÉSULTAT NET CONSOLIDÉ : 3 911 k€

CAPITAUX PROPRES : 130 924 K€
CAPACITÉ D'AUTOFINANCEMENT : 10 590 k€
ENDETTEMENT NET : 35 990 k€

LEVIER FINANCIER (ENDETTEMENT NET / EBE) : 3,5

CHIFFRES D'AFFAIRES ET RÉSULTATS NETS PAR PÔLE D'ACTIVITÉ

Groupe LORCA en K€	Chiffres d'affaires	Résultats Nets
Pôle Agriculture	**340 547**	4 634
Pôle Jardin & Terroir	**75 525**	-670
Pôle Matériaux/Énergie/Espaces Verts	**49 821**	-668
Eliminations conso et autres	**-12 032**	616
Total Groupe	**453 860**	**3 911**

BILAN DE LA CAMPAGNE 2025-2026

PÔLE AGRICULTURE

BILAN DE LA CAMPAGNE

Une nouvelle fois, cette campagne rappelle que la performance agricole se construit à la croisée de nombreux facteurs qui vont au-delà de la simple production céréalière. La situation géopolitique, les évolutions réglementaires, le changement climatique sont autant de facteurs qui ont un fort impact sur les résultats économiques de nos adhérents.

Le début de campagne a été ponctué par plusieurs faits marquants : un contexte réglementaire fluctuant concernant entre autres le désherbage des céréales, l'entrée en vigueur du MACF entraînant des conséquences sur le coût des engrais, et bien sûr les nouvelles tensions au Moyen-Orient.
Dans ce contexte peu favorable, les conditions climatiques furent tout aussi contrastées : un automne humide, un printemps très sec marqué par une diminution des précipitations d'environ 50% par rapport aux normales de saison. Malgré ces aléas, les rendements observés dans de nombreuses exploitations se sont révélés supérieurs aux prévisions initiales, démontrant une forte capacité d'adaptation des agriculteurs mosellans.

Côté élevage, les éleveurs bovins ont été témoins de cours historiquement élevés sur les marchés de la viande. Cette dynamique a permis de compenser en partie les charges liées à l'énergie et aux investissements. Ainsi, la bonne tenue des marchés, un niveau de stocks fourragers globalement satisfaisant, combiné à un accompagnement de la coopérative sur la contractualisation, ont permis aux exploitations de préserver leurs efficacités techniques et leurs équilibres économiques.



CHIFFRES CLÉS

614 721 TONNES DE COLLECTE CÉRÉALES

159 M€ DE CHIFFRE D'AFFAIRES CÉRÉALES

80 M€ DE CHIFFRE D'AFFAIRES APPROVISIONNEMENT

66 M€ DE CHIFFRE D'AFFAIRES ÉLEVAGE

208 SALARIÉS DONT 54 SAISONNIERS

TEMPS FORTS



30-31 AOÛT
Pays'an Fête à Luppy



29-31 OCTOBRE
AGRIMAX



3-4 JUIN
Damier Vert



9-13 JUIN
Réunions d'Avant Moisson

PERSPECTIVES

S'ADAPTER À UN ENVIRONNEMENT EN MUTATION

Les campagnes récentes confirment que les aléas climatiques, les évolutions réglementaires et les tensions géopolitiques ne constituent plus des événements ponctuels mais des facteurs durables qui redessinent les modèles économiques agricoles. Face à ces transformations, notre coopérative renforce sa capacité d'anticipation afin d'aider nos adhérents à préserver la performance et la résilience de leurs exploitations.

Cette démarche s'appuie notamment sur **la diversification des assolements, la préservation de la fertilité des sols, la gestion de la ressource en eau et l'adaptation des choix variétaux aux nouvelles conditions de production.**

INNOVER POUR PRÉPARER L'AVENIR

L'innovation constitue un levier majeur pour relever les défis agronomiques, économiques et environnementaux auxquels les exploitations sont confrontées. Nous poursuivons ainsi **le développement des solutions de biostimulation et d'oligoéléments**, dont les volumes ont progressé de 4 % sur la campagne 2025-2026. Nous accompagnons également le développement de la lutte biologique contre la pyrale du maïs par drone et poursuivons nos travaux visant à identifier des alternatives performantes dans un contexte de retrait progressif de certaines matières actives.

L'anticipation passe également par l'expérimentation de nouvelles génétiques, notamment en maïs fourrage, avec des variétés offrant des niveaux de digestibilité supérieurs aux références actuelles.

ACCOMPAGNER NOS ADHÉRENTS

L'environnement économique demeure marqué par la volatilité des marchés, les tensions sur les approvisionnements et des contraintes logistiques persistantes. Les marchés des engrais restent notamment sous pression, avec une deuxième campagne consécutive de prix élevés. Malgré ce contexte, **notre coopérative a commercialisé 82 000 tonnes d'engrais minéraux** et lancé avec succès la première campagne de **LORN'46**, représentant **1 300 tonnes commercialisées**.

La collecte céréalière 2026, établie à 614 721 tonnes, a par ailleurs été fortement impactée par les conditions climatiques de fin de cycle. Dans ce contexte, notre enjeu sera de **valoriser au mieux les productions de nos adhérents tout en sécurisant les approvisionnements**, notamment en maïs, dont le déficit régional conduit à rechercher des volumes complémentaires.

Nous poursuivrons également notre accompagnement technique et réglementaire en sécurisant, lorsque cela est possible, l'accès aux solutions agronomiques indispensables aux exploitations.

Plus que jamais, l'adaptation, l'innovation et la proximité constitueront les piliers de notre action pour accompagner nos adhérents face aux défis économiques, climatiques et réglementaires des prochaines campagnes.



BILAN DE LA CAMPAGNE 2025-2026

PÔLE JARDIN & TERROIR

BILAN DE LA CAMPAGNE

L'exercice 2025-2026 est marqué par une consommation prudente des ménages et des arbitrages budgétaires de plus en plus prononcés. Les tensions sur les dépenses énergétiques ont notamment pesé sur les achats d'équipement et d'investissement, tandis que les changements climatiques continuent d'influencer fortement la saisonnalité de nos activités.

Dans ce contexte, notre chiffre d'affaires se maintient à 72,7 M€, en légère progression de 0,7 %. Cette stabilité témoigne de la complémentarité de nos métiers, dont les performances contrastées permettent de préserver le niveau global d'activité de notre réseau.



L'animalerie retrouve une dynamique favorable, portée notamment par les aliments pour chiens et chats. Malgré une concurrence toujours soutenue des enseignes spécialisées et des acteurs du commerce en ligne, nos marques propres et l'expertise de nos équipes constituent des atouts pour fidéliser notre clientèle.



Le végétal poursuit sa progression, soutenu par le marché couvert et la pépinière, confirmant l'attachement de nos clients au jardinage et à l'aménagement de leurs extérieurs. À l'inverse, l'univers du jardin connaît un exercice plus difficile, particulièrement en motoculture, où les tensions sur les budgets des ménages conduisent à différer le renouvellement d'équipements représentant un investissement important. Les solutions d'arrosage conservent néanmoins une dynamique positive, dans un contexte où la gestion de l'eau devient un enjeu croissant.



Le terroir confirme son développement, notamment dans les univers des boissons et de l'épicerie sucrée. Le travail engagé sur la simplification de nos assortiments et la valorisation des producteurs locaux doit permettre de renforcer la lisibilité de notre offre et de conforter notre positionnement sur les circuits courts.



L'agriculture et les produits ruraux affichent une belle progression, notamment dans les activités liées à la conservation et au chauffage. Cette évolution souligne l'importance de notre ancrage territorial et notre capacité à répondre aux besoins quotidiens de notre clientèle rurale.



Le bricolage et l'habillement-chaussant connaissent des situations plus contrastées. Si le bricolage parvient globalement à maintenir son activité, l'habillement reste pénalisé par les choix des consommateurs sur les dépenses d'équipement. L'adaptation de nos gammes et la recherche du meilleur rapport qualité-prix demeurent essentielles pour répondre à leurs attentes.

La diversité de nos activités reste ainsi une force pour nos enseignes. Dans un marché en constante évolution, notre capacité à adapter nos offres, à valoriser nos savoir-faire et à renforcer la proximité avec nos clients constituera un levier essentiel pour les exercices à venir.

TEMPS FORTS



FÉVRIER 2026
Convention
Jardin & Terroir



MARS 2026
Ouverture du
Point Vert Affaires
Creutzwald



AVRIL 2026
Ouverture du
magasin Point Vert
Blâmont

CHIFFRES CLÉS

72,2 MILLIONS €
DE CHIFFRE D'AFFAIRES

2,02 MILLIONS €
DE PASSAGES EN CAISSE

58 MAGASINS DU RÉSEAU &
1 SITE D'E-COMMERCE

35€ DE PANIER MOYEN

PERSPECTIVES

Face à un environnement commercial en pleine mutation, le pôle Jardin & Terroir engage une transformation de son modèle opérationnel afin de renforcer durablement la rentabilité de ses magasins.

Notre ambition : conjuguer la force de notre ancrage territorial avec l'agilité nécessaire pour construire le commerce de demain. Cette ambition repose sur quatre priorités :

1. **Recentrer notre offre sur les attentes de nos clients**
   Simplifier et rationaliser nos assortiments, renforcer la lisibilité de nos gammes et proposer des produits adaptés aux nouveaux arbitrages de consommation, sans renoncer à notre positionnement de spécialistes.

2. **Renforcer notre efficacité commerciale**
   Développer les ventes complémentaires, améliorer la mise en valeur de nos produits, renforcer la qualité de l'accueil et du conseil et faire de chaque visite une expérience client différenciante.

3. **Améliorer notre excellence opérationnelle**
   Optimiser la gestion des stocks, réduire la démarque, adapter nos organisations aux flux de clientèle et maîtriser nos charges pour concentrer nos ressources sur les activités créatrices de valeur.

4. **Mobiliser l'intelligence collective**
   Associer davantage les équipes à la transformation du réseau, favoriser le partage des bonnes pratiques et développer des groupes de travail opérationnels pour faire émerger des solutions concrètes.



BILAN DE LA CAMPAGNE 2025-2026

PÔLE MATÉRIAUX & ÉNERGIES

BILAN DE LA CAMPAGNE

Sur l'exercice 2025-2026, Lorcamat réalise une belle performance malgré un marché du négoce de matériaux marqué par un ralentissement sectoriel. Cette dynamique est notamment portée par la progression de l'activité en matériaux de construction et le développement du libre-service, soutenu par une refonte de l'offre et du plan de vente pour mieux répondre aux attentes des clients. Les ventes de produits d'isolation enregistrent une forte croissance, confirmant cet axe comme une priorité de développement. Enfin, cette performance s'appuie sur une politique commerciale plus offensive, des actions ciblées de fidélisation et un repositionnement tarifaire adapté à la concurrence des négociants comme des GSB, de plus en plus présentes sur le marché BtoB.

L'exercice a également été marqué par une évolution importante de l'organisation de l'activité Énergies. Depuis le 1er janvier, l'ensemble des demandes adhérents et clients est centralisé autour d'un numéro d'appel unique et la planification des tournées est désormais pilotée par un Pôle Énergie dédié. Cette nouvelle organisation permet d'optimiser la logistique, d'améliorer la réactivité des équipes et de renforcer l'efficacité opérationnelle au quotidien.

TEMPS FORTS



OCTOBRE 2025
AGRIMAX



23 JANVIER 2026
Déjeuner clients dans nos agences



2 AVRIL 2026
Participation à journée technique Viridis avec 3 de nos fournisseurs



6 & 7 MAI 2026
Tournage d'une web série avec Paulo et Lulu au Gedimat LORCA Lemud

CHIFFRES CLÉS

38 M€ DE CHIFFRE D'AFFAIRES

PRÈS DE
65 000 BONS DE COMMANDE MATÉRIAUX VALIDÉS

PLUS DE
23 000 M³
DE CARBURANTS LIVRÉS AUPRÈS DE 5 000 CLIENTS

1 100 ADHÉRENTS AGRICULTEURS CLIENTS GNR

PERSPECTIVES

La distribution de matériaux évolue dans un environnement complexe, accentué par la baisse des constructions neuves. Le marché de la rénovation et de l'amélioration de l'habitat continue de jouer un rôle d'amortisseur. Dans ce contexte, la performance repose sur l'agilité opérationnelle : une politique tarifaire adaptée au marché local et à la concurrence, associée à une gestion rigoureuse des stocks et des approvisionnements afin de préserver marges et compétitivité.

Face à ces évolutions, Lorcamat réaffirme la force de son modèle de proximité en renforçant son ancrage local. L'écoute des besoins des artisans, PME du BTP, adhérents et particuliers permet d'accompagner les nouvelles attentes en matière de performance énergétique, d'éco-construction et de matériaux bas carbone. En conséquence, la transition écologique et le renforcement des normes environnementales génèrent des besoins croissants d'accompagnement technique chez les professionnels. La disponibilité des produits, la réactivité des équipes, le conseil technique en agence et l'accompagnement sur les chantiers constituent des leviers essentiels pour consolider des relations de confiance durables.

Pour l'activité Énergies, les perspectives demeurent étroitement liées aux évolutions du contexte géopolitique international, qui continue d'influencer fortement les marchés de l'énergie. Dans cet environnement incertain, notre objectif sera d'asseoir cette nouvelle organisation mise en place pour développer davantage tout le potentiel de notre activité.

BILAN DE LA CAMPAGNE 2025-2026

PÔLE MOTOCULTURE & PAYSAGES

BILAN DE LA CAMPAGNE

L'exercice 2025/2026 confirme la solidité et la complémentarité du pôle Motoculture & Paysages (Bois & Jardins et VIRIDIS), désormais reconnu comme un acteur régional de référence dans les domaines de la motoculture, de l'aménagement paysager et des solutions environnementales.

Dans un contexte marqué par un ralentissement des investissements et un marché du matériel particulièrement atone, Bois & Jardins a tenté de tirer son épingle du jeu en réalisant un chiffre d'affaires de 6,05 M€ et plus de 850 k€ de prestations SAV. L'entreprise a su préserver ses positions grâce à la qualité de son accompagnement client, à l'expertise de ses équipes et à la performance de ses activités récurrentes de service après-vente, atelier et pièces détachées.

VIRIDIS poursuit quant à elle sa dynamique de développement avec un chiffre d'affaires de 4,4 M€, en progression de 18 % par rapport à l'exercice précédent. La croissance de l'activité, associée à une amélioration significative de la marge et à une maîtrise rigoureuse des charges, permet à l'entreprise de poursuivre son redressement et de se rapprocher de l'équilibre économique.

L'exercice confirme ainsi la pertinence du modèle développé autour de ces deux entités, dont les expertises complémentaires permettent d'apporter une réponse globale aux besoins des collectivités, professionnels du paysage et particuliers.

TEMPS FORTS



1ER SEMESTRE 2026

Recrutement de 2 technico-commerciaux dédiés aux secteurs Alsace et Moselle



MARS 2026

Inauguration du magasin Bois & Jardins et VIRIDIS de Montoy-Flanville



PRINTEMPS 2026

Lancement du catalogue VIRIDIS et renforcement de la visibilité de l'offre auprès des professionnels et collectivités



MARS 2026

Journée technique autour des métiers du paysage et de l'environnement avec plus de 20 fournisseurs et partenaires

CHIFFRES CLÉS

BOIS & JARDINS
La qualité pro pour tous

6,9 M€ DE CHIFFRE D'AFFAIRES

7 AGENCES

PLUS DE **2** M€ D'ACTIVITÉ EN PIÈCES DÉTACHÉES

VIRIDIS
C'EST BIEN NATUREL

4,4M€ DE CHIFFRE D'AFFAIRES

+18 % DE CROISSANCE PAR RAPPORT À N-1
RÉSULTAT NET AMÉLIORÉ DE

388 K€ PAR RAPPORT À N-1

PERSPECTIVES

Les enjeux liés à la transition écologique, à la gestion de l'eau et à l'entretien durable des espaces verts ouvrent de nouvelles opportunités de développement pour le pôle.
Les priorités du prochain exercice seront les suivantes :

- renforcer notre présence auprès des collectivités et des professionnels du paysage
- poursuivre le développement des activités à forte valeur ajoutée (SAV, contrats d'entretien, accompagnement technique)
- accélérer la conquête commerciale sur les territoires à fort potentiel
- développer les solutions liées à la gestion durable de l'eau et à la végétalisation
- poursuivre l'amélioration de la performance opérationnelle et de la gestion des stocks

Fort de la complémentarité de ses métiers, de l'engagement de ses équipes et de son ancrage territorial, le Pôle Motoculture & Paysages dispose de solides atouts pour accompagner durablement les évolutions du marché et poursuivre son développement au service de ses clients et partenaires.

LORCA
AGRICULTURE | JARDIN & TERROIR | MATÉRIAUX & ÉNERGIES

DÉCLARATION DE PERFORMANCE EXTRA-FINANCIÈRE



MAINTENIR LE CAP DE LA DURABILITÉ

ÉDITO DE **VIRGINIE PARISET**, DIRECTRICE DES RESSOURCES HUMAINES



MALGRÉ LA FIN DE L'OBLIGATION CSRD, POURQUOI LE GROUPE LORCA CHOISIT-IL DE POURSUIVRE SA DÉMARCHE RSE ?

Nous sommes engagés dans une démarche RSE structurée depuis 2021 et avons été audités par KPMG dans le cadre de la déclaration extra-financière jusqu'en 2025. La directive omnibus adoptée par l'Union européenne le 18 mars 2026 a relevé les seuils d'assujettissement de la CSRD à 1 000 salariés : nous ne sommes donc plus soumis à cette obligation légale. Néanmoins, les défis environnementaux et sociétaux ne s'effacent pas pour autant. Identifier les impacts de la durabilité sur notre performance financière, ainsi que l'impact de nos activités sur la société et l'environnement, demeure un levier stratégique majeur que nous entendons préserver.

CONCRÈTEMENT, COMMENT LA DÉMARCHE RSE VA-T-ELLE SE STRUCTURER POUR LA SUITE ?

Nous allons construire une matrice de double matérialité pour chacune de nos activités. Cette approche est essentielle : elle nous permet d'analyser nos risques pour les transformer en véritables opportunités de développement pour notre Groupe.

QUELS BÉNÉFICES ATTENDEZ-VOUS DE CETTE FEUILLE DE ROUTE POUR L'AVENIR DU GROUPE ?

Cette démarche nous donne des clés pour répondre aux grandes interrogations stratégiques de notre secteur : *Quelle sera l'agriculture de demain ? Quel sera le nouveau modèle de nos jardineries ?* Nous sommes convaincus que les réponses apportées à ces questions seront de formidables sources de performance économique et d'attractivité pour l'ensemble du Groupe LORCA.

LORCA
AGRICULTURE | JARDIN & TERROIR | MATÉRIAUX & ÉNERGIES



LA DÉMARCHE RSE

DU GROUPE LORCA



NOS PARTIES PRENANTES

POURSUITE DE LA BOURSE ADHÉRENT : ACCOMPAGNER NOS ADHÉRENTS DANS LEURS PROJETS DURABLES

Lancée lors de la campagne 2023-2024, la Bourse Adhérent poursuit sa mission : encourager, accompagner et valoriser les initiatives portées par nos agriculteurs adhérents en faveur du développement durable. Après le succès des premières réalisations, le dispositif a été une nouvelle fois reconduit pour cette campagne afin d'amplifier cet élan collectif vers une agriculture toujours plus vertueuse.

LAURÉATS 2024-2025

EARL GIRARD (Anaïs GIRARD)
Projet dédié à la préservation et la santé des sols

SCEA LA FERME DU PETRO (Alexandre ISLER)
Projet axé sur la gestion durable de la ressource en eau

François MARRION
Projet d'équipement en panneaux photovoltaïques

Pour cette nouvelle édition, trois lauréats ont été récompensés pour la qualité et la portée environnementale de leur projet. À travers ces dotations, le Groupe LORCA réaffirme son engagement à bâtir, aux côtés de ses parties prenantes, une agriculture responsable et ancrée dans le territoire.

LES DÉFIS RSE : DE L'IDÉE COLLABORATIVE À L'ACTION CONCRÈTE

Initiés il y a plusieurs années, les Défis RSE du Groupe LORCA invitent l'ensemble des collaborateurs à proposer des projets concrets sur des thématiques environnementales, sociales et sociétales. Durant la campagne 2024-2025, la 4ème édition a élargi son spectre : les équipes ont pu soumettre des idées d'amélioration pour leurs agences, magasins et services afin d'allier responsabilité sociétale et performance opérationnelle.

ZOOM SUR 2 DÉFIS LAURÉATS MIS EN PLACE



L'éco-pâturage pour un entretien naturel

6 moutons ont pris leurs quartiers sur les pâtures de la coopérative pour assurer un entretien naturel des espaces verts. Cette initiative substitue l'usage des engins motorisés pour réduire l'empreinte carbone, tout en offrant aux équipes un cadre de travail apaisant et propice à la convivialité.



Tous en rose pour Octobre Rose

Plébiscité par les salariés, ce défi a pleinement mobilisé le Groupe dans la lutte contre le cancer du sein. Tout au long du mois, une campagne de communication dédiée a permis de sensibiliser l'ensemble des collaborateurs aux enjeux du dépistage et de la prévention. Temps fort de cette mobilisation, une journée en rose a rassemblé les équipes autour de cette cause. Enfin, LORCA a également relayé les marches et courses solidaires organisées sur notre territoire, incitant chacun à s'engager sur le terrain.

15ÈME ÉDITION DU SEMI-MARATHON DES COOPÉRATIVES : UN DÉFI COLLECTIF RELEVÉ AVEC SUCCÈS

UNE ÉDITION HISTORIQUE PORTÉE PAR LES VALEURS DE LA COOPÉRATION

Le 20 septembre 2025, le Groupe LORCA a eu le plaisir de coorganiser, aux côtés d'EMC2 et avec le soutien d'AREA, la 15ème édition du Semi-marathon des coopératives agricoles à Amnéville.
Bien plus qu'un événement sportif, cette journée a rassemblé les coopératives agricoles françaises autour de valeurs qui nous sont chères : la coopération, la solidarité, le collectif et le dépassement de soi.

Face à l'absence de repreneur lors de l'édition précédente, LORCA et EMC2 ont choisi d'unir leurs forces afin de faire perdurer ce rendez-vous incontournable. Baptisée Course For Est, cette édition rendait hommage au célèbre film *Forrest Gump* tout en mettant à l'honneur le territoire du Grand Est grâce à un véritable fil rouge décliné tout au long de l'événement.

UNE ÉDITION PLACÉE SOUS LE SIGNE DE L'INCLUSION

L'organisation de cette édition s'est également appuyée sur des partenaires engagés dans le domaine social et solidaire.

L'**AFAEDAM** a assuré la préparation des sacs coureurs ainsi que la traditionnelle pasta party, favorisant ainsi l'inclusion de personnes en situation de handicap.

De son côté, le **Lions Club** est intervenu sur la logistique de la marche gourmande et reversera les bénéfices de son action à la **Ligue contre le cancer**.

EN CHIFFRES

19 MOIS DE PRÉPARATION

3 ENTITÉS ORGANISATRICES

+100 SPONSORS ET PARTENAIRES

400 BÉNÉVOLES MOBILISÉS

2500 PARTICIPANTS

4 PARCOURS PROPOSÉS







UNE RECONNAISSANCE NATIONALE

Le 10 juin 2026, une partie de l'équipe organisatrice s'est rendue à Paris à l'occasion des Prix Coop Com organisés annuellement par La Coopération Agricole.

COURSE FOR EST A REÇU LA MÉDAILLE D'ARGENT DANS LA CATÉGORIE « ÉVÉNEMENTIEL »

Une distinction qui récompense près de deux années de travail, l'engagement de centaines de bénévoles et la réussite d'un projet collectif porté par les valeurs de la coopération.



NOS COLLABORATEURS

UNE FORMATION INTERNE POUR FAIRE GRANDIR NOS TALENTS

Au cœur de notre démarche RSE, la montée en compétences des collaborateurs est un levier clé pour bâtir le commerce de demain. Après 18 mois d'un parcours exigeant mêlant formation théorique, accompagnement par des tuteurs sur le terrain et visite inspirante aux Pays-Bas, la promotion EVOLUGO 2026 a franchi avec succès sa dernière étape.

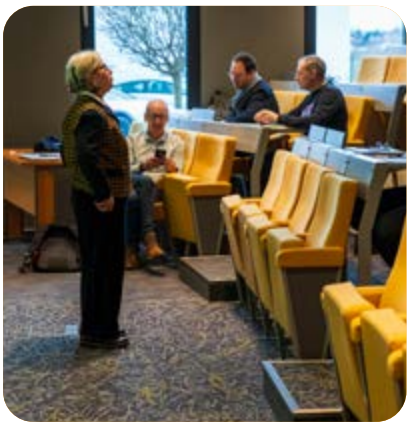
Devant un jury composé de la DRH du Groupe, du Responsable du réseau Jardin & Terroir, des tuteurs et des responsables de magasin, chaque participant a soutenu son projet professionnel. Nouveaux univers en magasin, services innovants, optimisation des outils ou amélioration du parcours client : les soutenances ont démontré la capacité des équipes à transformer leurs idées en leviers de performance concrets.

Cette formation a également permis d'accompagner l'évolution professionnelle de plusieurs collaborateurs. La promotion « Responsable de rayon » a conduit à la prise de fonction d'Audren SCHIEL à La Maison Point Vert de Saint-Avold, Thomas MANGENOT à La Maison Point Vert de Lemud, Audrey DIDIER à Point Vert de Baccarat. La promotion « Responsable adjoint de magasin » a quant à elle permis l'évolution de Nicolas BOUR à La Maison Point Vert de Sarralbe, Olivia CORPART à Magasin Vert de Marly et Caroline REINHART à Magasin Vert de Metz. Une illustration concrète de l'engagement du Groupe en faveur du développement des compétences et de la promotion interne.



LORCA DOTE SES MANAGERS DE NOUVELLES COMPÉTENCES POUR MIEUX MANAGER

Durant la campagne 2025-2026, **43 managers** ont suivi la formation PCM (*Process Communication Model*). **Trois sessions**, représentant **833 heures de formation**, ont été organisées et le programme se poursuivra lors de la prochaine campagne.



L'objectif est d'aider les managers à mieux comprendre leurs propres réactions, décrypter celles de leurs interlocuteurs et adapter leur posture. Cette formation favorise une communication plus efficace avec les équipes, une meilleure gestion des situations de stress et le développement d'une culture du feedback constructif. Un levier concret pour renforcer la cohésion d'équipe et la qualité de vie au travail.

PARCOURS MANAGER DE PROXIMITÉ

Cette formation accompagne les managers nouvellement confirmés dans leurs fonctions.
Les participants acquièrent les repères, outils et pratiques nécessaires pour animer leur équipe, développer leur leadership, communiquer efficacement et piloter la performance opérationnelle de leurs centres de profit.

PARCOURS MANAGER STRATÉGIQUE

Cette formation permet aux managers de mieux relier les enjeux stratégiques du Groupe LORCA au management des équipes et à la conduite du changement. Les participants renforcent leur capacité à engager les collaborateurs, adapter leur posture, développer la coopération entre les services et accompagner les transformations de l'entreprise. À l'issue du parcours, ils disposent de leviers concrets pour soutenir durablement la performance de leurs activités.

LE DUODAY : UNE JOURNÉE PLACÉE SOUS LE SIGNE DE L'INCLUSION



Le DuoDay, c'est quoi ?
C'est une journée de découverte professionnelle qui permet à une personne en situation de handicap de former un duo avec un collaborateur volontaire, afin d'observer son métier, découvrir son environnement de travail et échanger sur son parcours. Organisée dans le cadre de la Semaine européenne pour l'emploi des personnes handicapées (SEEPH), le DuoDay est pilotée par l'ALGEEI, en partenariat avec le ministère du Travail, de la Santé, des Solidarités et des Familles.

À cette occasion, plusieurs magasins et services du Groupe LORCA ont accueilli des personnes en situation de handicap afin de leur faire découvrir les métiers de la coopérative, aux côtés de nos collaborateurs.

Cette journée d'échange et de partage illustre notre volonté de favoriser l'inclusion et de faire évoluer les regards sur le handicap. Au-delà de la découverte professionnelle, ces rencontres ont permis de créer des liens, de partager des expériences et de rappeler que la diversité est une richesse pour notre collectif.

FAIRE VIVRE LE BIEN-ÊTRE AU TRAVAIL ET L'ESPRIT D'ÉQUIPE

Dans le cadre de la Semaine de la Qualité de Vie et des Conditions de Travail (QVCT), le Groupe LORCA a encouragé l'ensemble de ses sites, agences et magasins à organiser des temps forts de convivialité pour rassembler les équipes et renforcer la cohésion au quotidien.

Repas partagés, animations ou pauses gourmandes : chaque site s'est emparé du rendez-vous pour faire vivre l'esprit d'équipe. Ces instants informels contribuent directement à renforcer le sentiment d'appartenance et à faire vivre au quotidien la convivialité qui caractérise notre Groupe.



SÉCURITÉ DES COLLABORATEURS : ANCRER LA PRÉVENTION AU QUOTIDIEN

Années	Nombre d'accidents de travail avec arrêt
2021 / 2022	25
2022 / 2023	18
2023 / 2024	22
2024 / 2025	10
2025 / 2026	12

La santé et la sécurité de nos collaborateurs demeurent une priorité absolue. Sur la campagne 2025-2026, le nombre d'accidents du travail avec arrêt s'établit à 12 (contre 10 lors de la campagne précédente), confirmant une trajectoire maîtrisée par rapport aux années antérieures. La manutention manuelle restant la principale cause d'accident, nos efforts de sensibilisation se sont intensifiés sur cette thématique.

En parallèle, la culture du terrain s'est affirmée avec 192 Visites Sécurité Terrain (VST) réalisées sur l'exercice.

MOBILISATION AUTOUR DE LA QUINZAINE DE LA SÉCURITÉ

Pour renforcer la prévention et rendre chaque salarié acteur de sa propre sécurité, une **Quinzaine de la Sécurité** s'est tenue au mois de mars. Sur la thématique de la manutention et du port de charges, elle s'est articulée autour de 3 défis interactifs :

- Test de connaissances sur la prévention des Troubles Musculosquelettiques (TMS)
- Réalisation d'une VST (Visite Sécurité Terrain) ciblée sur les gestes de manutention manuelle
- Challenge photo « Bien / Pas bien » pour identifier visuellement les bons comportements

La VST est un outil qui permet d'échanger sur le comportement de chacun au quotidien, de valoriser les bonnes pratiques et de les partager.

ENQUÊTE SOCIALE 2026 : L'ÉCOUTE COLLABORATEURS S'INTENSIFIE

Le Groupe LORCA modernise son dialogue social avec l'introduction d'ELE-TIVE, un outil d'enquête plus régulier et agile. La première campagne, menée du 2 au 20 mars 2026, a mobilisé 72 % des collaborateurs, soit 9 points de plus qu'en 2024.

Ces résultats témoignent d'une progression globale de la satisfaction des collaborateurs. Un plan d'amélioration dédié permettra de traduire ces retours en actions concrètes dès cette année.

PRINCIPAUX ENSEIGNEMENTS DE 2026

ENGAGEMENT
3,6/5
CONTRE 3,35/5 EN 2024

CONDITIONS DE TRAVAIL
3,4/5
CONTRE 2,9/5 EN 2024

BIEN-ÊTRE GÉNÉRAL
3,5/5
CONTRE 3,35/5 EN 2024

RELATION AVEC MANAGER
3,7/5
CONTRE 3,5/5 EN 2024

TALKSPIRIT : UN OUTIL AU SERVICE DE L'IMPLICATION DES COLLABORATEURS

Au sein du Groupe LORCA, la communication interne joue un rôle essentiel pour informer, fédérer et donner la parole aux collaborateurs. C'est dans cette dynamique que nous avons choisi de déployer Talkspirit, notre intranet collaboratif, conçu comme un véritable outil d'échange et d'implication.

Au-delà de la diffusion d'informations, Talkspirit permet à chacun de participer activement à la vie du Groupe à travers des contenus participatifs, des sondages et des espaces d'échange.

Plusieurs initiatives ont ainsi permis de mobiliser les collaborateurs :

- Un **concours photo sur le thème agricole**, dont les clichés proposés ont ensuite été soumis au vote des salariés afin d'élire leur photo préférée
- La création d'un **engrais « Made in LORCA »**, pour lequel les collaborateurs ont été associés au choix du nom, en proposant leurs idées puis en votant pour leur nom favori, c'est ainsi qu'est né LORN'46
- La diffusion de **questionnaires et campagnes de sensibilisation**, notamment autour du handicap, afin d'informer et favoriser les échanges
- L'hébergement de la **Quinzaine Sécurité du Groupe LORCA**, permettant de centraliser les contenus de sensibilisation et les réalisations des collaborateurs, en les impliquant autour des enjeux de prévention

À travers ces actions, Talkspirit devient un véritable levier de dialogue et de participation, renforçant le sentiment d'appartenance et la dynamique collective au sein du Groupe.







NOS CONSOMMATEURS

L'EXPÉRIENCE CLIENT AU CŒUR DE NOTRE DÉMARCHE D'AMÉLIORATION CONTINUE

Afin de mieux comprendre les attentes de nos clients et d'améliorer en continu la qualité de nos services, nos pôles de diversification s'appuient sur *Wizville*, une solution dédiée au suivi et à l'analyse de l'expérience client.

Déployé depuis plusieurs années dans 21 de nos enseignes *Magasin Vert*, *La Maison Point Vert* et *Terranimo*, l'outil a été étendu en mai aux 7 agences *Gedimat LORCA*, permettant ainsi de recueillir les retours de nos clients sur l'ensemble de ces activités.

Grâce aux avis collectés, *Wizville* permet de mesurer la satisfaction client en temps réel, d'identifier les points forts ainsi que les axes d'amélioration, et de suivre l'évolution de la qualité de service. Cette démarche contribue également à renforcer notre visibilité grâce au développement des avis clients et à mieux positionner nos enseignes face aux attentes du marché.

Au-delà des indicateurs de satisfaction, cette écoute régulière constitue un véritable outil de dialogue avec nos clients et accompagne nos équipes dans une démarche d'amélioration continue.



CHIFFRES CLÉS

Données Wizville au 05/08/2026

Vertugo

10 798
AVIS POST-ACHAT DU 30/06/2025 AU 30/06/2026

9.0/10
NOTE GLOBALE ATTRIBUÉE PAR NOS CLIENTS

1 089 AVIS GOOGLE
SOIT UNE AUGMENTATION DE 27 % GRÂCE À LA SOLUTION

AUGMENTATION DE NOS NOTES GOOGLE DE
4,43 À 4,57

GEDIMAT Lorca

225 AVIS CLIENTS COLLECTÉS DEPUIS LE LANCEMENT DE WIZVILLE

9,4/10
NOTE MOYENNE ATTRIBUÉE PAR NOS CLIENTS (B2C)

9,5/10
NOTE MOYENNE ATTRIBUÉE PAR NOS CLIENTS (B2B)

ALLIER POUVOIR D'ACHAT ET ÉCONOMIE CIRCULAIRE

Face aux tensions sur le pouvoir d'achat et dans une démarche d'optimisation de nos stocks, le Groupe a lancé le concept « Point Vert Déstock » dans son magasin de Creutzwald.

Grâce à un réaménagement astucieux des univers de vente, les équipes locales ont libéré 200 m² pour offrir une seconde vie aux produits en fin de série. Au total, ce sont 7 semi-remorques et près de 10 000 articles qui ont été acheminés et proposés à prix réduits.

Une belle réussite d'équipe qui allie circularité des produits, soutien du pouvoir d'achat et dynamisation de la surface de vente.



NOS ADHÉRENTS

TESTER LES INNOVATIONS POUR MIEUX ACCOMPAGNER NOS ADHÉRENTS

Le service agronomie de la coopérative s'inscrit dans une démarche d'innovation continue. Sa ligne de conduite consiste à tester et évaluer les solutions les plus prometteuses afin d'accompagner les adhérents face aux défis d'aujourd'hui et de demain, dans un contexte climatique toujours plus extrême et impactant pour les grandes cultures.

C'est notamment le cas de la gestion du poste fertilisation dans un contexte de marchés fluctuants où la recherche du meilleur compromis technico-économique est plus que jamais essentielle pour garantir la durabilité des exploitations. Les essais sur le sujet sont systématiquement reconduits afin de confirmer les résultats obtenus les années précédentes. Une attention particulière est portée sur les produits organiques, en particulier le digestat, en complément ou en substitution des engrais minéraux. Les engrais présentant des technologies permettant de réduire les doses apportées sont également étudiés sur l'ensemble des essais « fertilisation ».

QUELLES ALTERNATIVES PROPOSER AUX SUBSTANCES ACTIVES RETIRÉES DU MARCHÉ ?

Un autre enjeu agronomique majeur risque de perturber fortement les pratiques culturales : le retrait de certaines substances actives permettant de gérer efficacement le vulpin, adventice très problématique sur notre zone qui présente une nuisibilité directe sur les récoltes (impact rendement et qualité) et indirecte sur la pérennité des systèmes de culture. Face à cela, une part importante de nos expérimentations est consacrée à ce sujet afin d'apporter des réponses à court terme à nos adhérents. Sur ces essais, l'objectif principal est d'identifier les leviers agronomiques efficaces et adaptés à notre contexte pédoclimatique, en complément de désherbages conventionnels.



LA FERTILITÉ DES SOLS UN SUJET FONDAMENTAL

Nous poursuivons nos travaux autour d'autres sujets comme l'évolution des performances variétales, la gestion de la fertilité des sols, les biosolutions, etc. Sur la campagne 2025-2026 on compte 79 protocoles d'essais mis en place, soit environ 57 680 microparcelles d'étude.

DES PARTENARIATS À IMPACT

Face aux enjeux agronomiques, réglementaires et climatiques, nous multiplions les partenariats techniques : instituts techniques, fournisseurs, services agronomiques des autres coopératives. Ces échanges nous permettent de confronter et de mutualiser nos résultats, d'avoir un regard complémentaire sur nos approches vis-à-vis des différentes problématiques étudiées.

MIEUX VALORISER NOS ADHÉRENTS ÉLEVEURS GRÂCE AU LABEL ROUGE

VIANDE LABEL ROUGE : LES ÉLEVEURS AU CONTACT DES CONSOMMATEURS

Tout au long de l'année, des animations sont organisées dans les grandes surfaces afin de promouvoir les viandes Label Rouge. Ces rendez-vous offrent une occasion privilégiée de faire découvrir aux consommateurs les qualités gustatives de ces produits, mais aussi de partager les valeurs et les engagements de la filière.

La présence de nos éleveurs est un véritable atout lors de ces animations. En partageant leur quotidien, leur savoir-faire et leur passion, ils incarnent le Label Rouge et apportent une réponse concrète aux attentes des consommateurs en matière de qualité, de traçabilité et de modes d'élevage. Leur témoignage authentique fait d'eux les meilleurs ambassadeurs de la filière.

Ces échanges directs permettent de créer un dialogue de confiance, de répondre aux interrogations du public, de valoriser les pratiques d'élevage et de mieux faire connaître les exigences du cahier des charges Label Rouge. Au-delà de la dégustation, ces rencontres donnent du sens à l'acte d'achat et renforcent le lien entre les éleveurs et les consommateurs.



COMBINER EFFICACITÉ ÉCOLOGIQUE ET ALTERNATIVES LOCALES : LORN'46

La gestion du poste fertilisation, en particulier de la fertilisation azotée, constitue un enjeu majeur à la fois d'un point de vue agronomique et économique. La gestion de la nutrition azotée se complexifie chaque campagne : coûts importants, fenêtres de positionnement agronomique courtes et dépendantes des conditions météo, cultures stressées qui ne sont pas toujours en capacité de valoriser pleinement les apports, etc. Dans ce contexte, l'étude de « nouveaux » engrais avec des technologies de protection présentent un réel intérêt pour nos adhérents.

Au-delà de leur intérêt environnemental, en lien avec la réduction des pertes d'azote ammoniacales dans l'air, les engrais protégés permettent d'améliorer les performances intrinsèques de l'urée et de gagner en souplesse sur son positionnement tout en conservant de très bonnes performances agronomiques. Ces solutions font l'objet d'essais agronomiques depuis une dizaine d'années et des résultats particulièrement intéressants sont mesurés depuis quelques campagnes, notamment lors de conditions climatiques stressantes. LORN46 représente ainsi un levier supplémentaire dans les stratégies de fertilisation azotée où l'on recherche une valorisation optimale de chaque unité apportée.



NOS ADHÉRENTES À L'HONNEUR : UN TEMPS POUR SOI

En mars 2026, dans le cadre de la Journée internationale des droits des femmes, LORCA a offert à ses adhérentes une demi-journée dédiée au bien-être et au partage, coorganisée avec l'agence Jeune Pousse.

Au programme :

- Un atelier de sophrologie et psychothérapie animé par Stella LELLOUCHE sur le thème : « De la compréhension de soi à l'action : réguler ses émotions et se reconnecter à son corps pour OSER ».
- Un temps d'échange entre agricultrices pour libérer la parole sur la gestion des enjeux du quotidien et le partage de solutions concrètes.

Un rendez-vous chaleureux qui renforce les liens et valorise la place des femmes au sein du monde agricole et de notre coopérative.



RAPPROCHER LE MONDE AGRICOLE ET LES CITOYENS



Rapprocher la société du monde agricole est au cœur des engagements sociétaux du Groupe LORCA. Sur nos réseaux sociaux, notre coopérative multiplie les initiatives de vulgarisation pour faire comprendre le quotidien de nos adhérents au plus grand nombre.

Deux formats phares diffusés lors de la campagne 2025-2026 :

- 12 vidéos thématiques : un dialogue pédagogique entre un adhérent et sa fille pour expliquer 12 sujets agricoles clés
- Interviews d'enfants d'éleveurs : des témoignages spontanés et touchants pour raconter le métier de leurs parents au grand public

Une démarche interactive qui valorise l'humain et renforce le lien de confiance entre nos territoires et le grand public.

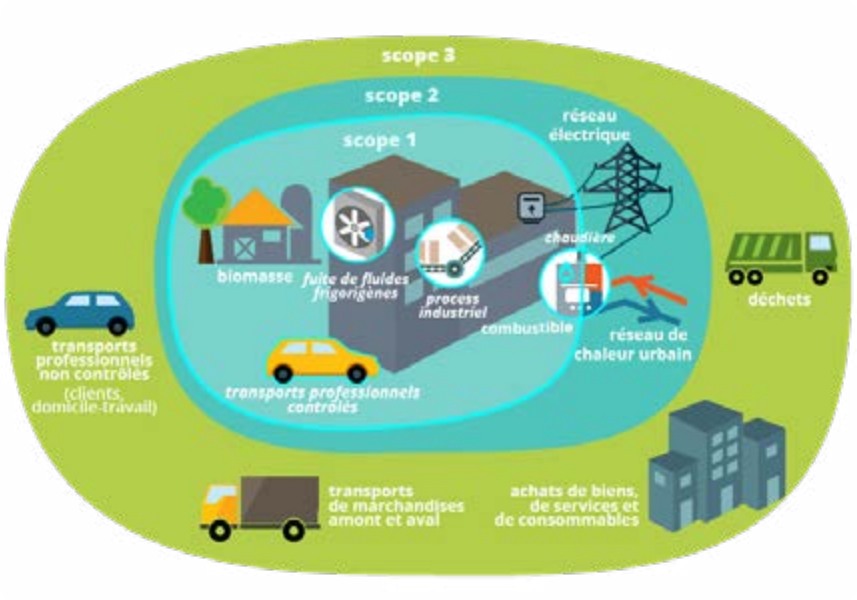
COMMENT CALCULER LA DÉPENSE ÉNERGÉTIQUE D'UNE ENTREPRISE

Les scopes 1, 2 et 3 correspondent aux trois périmètres de calcul permettant de mesurer l'empreinte carbone globale d'une entreprise ou d'un produit.

Scope 1 (Émissions directes) regroupe les gaz à effet de serre émis directement par l'entreprise (combustion de gaz, carburant des véhicules professionnels, fuites de fluides frigorigènes).

Scope 2 (Émissions indirectes liées à l'énergie) concerne les émissions générées lors de la production de l'électricité, du froid ou de la chaleur achetés et consommés par l'organisation.

Scope 3 (Autres émissions indirectes) englobe l'ensemble de la chaîne de valeur (achats de matières premières, transport des fournisseurs et des clients, utilisation et fin de vie des produits vendus).



SCOPES 1 ET 2

Depuis la campagne 21/22, les consommations d'électricité sont en baisse et cela malgré une augmentation du périmètre (nouveaux magasins, nouvelles activités). Les investissements réalisés (relamping LED magasins) et la mise en place d'une charte énergétique ont contribué à cette réduction. Il en va de même pour les consommations de Fuel domestique notamment grâce à la rénovation et le remplacement de nos structures vieillissantes.



	Cam-pagne 25/26	Campagne 24/25	Campagne 23/24	Campagne 22/23	Campagne 21/22
Consommation de FUEL domestique (en litres)	115 281	168 900	145 720	170 634	208 313
Consommation de gaz naturel (en kwh)	9 881 923	11 017 310	4 402 715	3 652 360	12 062 100
Consommation de GNR (en litres)	64 533	66 674	61 952	60 479	/
Consommation d'électricité (en kwh)	7 309 395	7 086 884	6 252 277	7 058 931	8 875 220
Consommation gasoil (en litres)	997269	1 020 714	960 420	1 026 740	897 616
Consommation propane (en kg)	16 258	19 062	10 286	10 990	22 884
Nombre de climatiseurs (à l'unité)	67	67	67	67	60

SCOPE 3 : UN SCOPE 3 EN AUGMENTATION

Les émissions du Scope 3 sont, pour un bon nombre calculés sur des ratios monétaires (achats de marchandises, fret externe qui correspond au transport sur achats ou ventes, par exemple). Du fait de l'inflation, les émissions sont de facto en hausse.

Scope 3
600 848 T_{eq} CO_2

MICROLISE : UN LEVIER DE PERFORMANCE POUR LE TRANSPORT

Déployée comme prévu le 20 janvier 2026, la solution Microlise est désormais utilisée quotidiennement par les conducteurs du Groupe. Elle permet le suivi en temps réel des véhicules, l'optimisation des tournées grâce aux données trafic, la dématérialisation des bons de livraison et des signatures, ainsi qu'un meilleur suivi des consommations et de la traçabilité des produits.

Après six mois d'utilisation, les premiers résultats sont encourageants avec un taux de réalisation des tournées de 97,38 % et une automatisation croissante des tâches administratives. L'outil contribue également au suivi des émissions de CO_2 et à l'amélioration de l'éco-conduite.

Les prochaines étapes viseront à capitaliser sur les bonnes pratiques, analyser plus finement les consommations et intégrer la solution TruAnalysis. L'ambition est de poursuivre les gains de performance avec un objectif de réduction de la consommation moyenne de 0,5 l/100 km sur l'ensemble des activités.



MODERNISER NOS INFRASTRUCTURES ET ACCÉLÉRER LA TRANSITION ÉNERGÉTIQUE

Pour répondre aux enjeux d'efficacité opérationnelle et de transition écologique, le Groupe LORCA poursuit son plan d'investissement stratégique à travers la modernisation de ses installations et le développement des énergies renouvelables. Au total sur tout le groupe les panneaux solaires comptabilisent 4 000 m² pour 861 kW de puissance.

FOCUS SUR LES PROJETS PHARES DE LA CAMPAGNE



SILO DE VOLMUNSTER

Reconstruction du silo en intégrant un plancher ventilé de nouvelle génération, garantissant une meilleure conservation des récoltes et une efficacité énergétique accrue.



SITE DE KŒNIGSMACKER

Installation de 800 m² de panneaux photovoltaïques sur le site, permettant d'alimenter les besoins locaux en autoconsommation tout en réinjectant le surplus sur le réseau.



RÉNOVATION ÉNERGÉTIQUE À MONTOY-FLANVILLE

Modernisation globale du bâtiment abritant *Bois & Jardins* et *GEDIMAT LORCA* (renforcement de l'isolation, remplacement des baies vitrées pour limiter les déperditions thermiques et aménagement d'un espace SAV dédié).

LE TRI DES DÉCHETS

	Campagne 21/22	Campagne 22/23	Campagne 23/24	Campagne 24/25	Campagne 25/26	Évolution
Carton	174.42	155.66	144.60	156.63	156.64	≈
Papier	7.44	7.96	0.38	5.56	3.40	↘
Plastiques	70.10	66.16	81.4	81.14	67.62	↘
Déchets verts	67.86	85.62	96.68	95.08	103	↗
Ferrailles	64	50.28	16.62	64.91	36.19	↘
Bois	334.54	250.16	261.70	235.5	246.6	≈
DIB	455.72	418.02	352.58	325.27	256.27	↘
Total	1185	1034	956	967	870	↘

CHIFFRES CLÉS

734 TONNES
DE DÉCHETS ONT TRANSITÉ SUR LA PLATEFORME DE TRI DU GROUPE

613 TONNES
DE DÉCHETS ACHEMINÉES VERS DES FILIÈRES DE TRI, SOIT

82% DE DÉCHETS TRIÉS

Depuis 2021
UNE RÉDUCTION CONSTANTE DE NOS DÉCHETS

FACTURATION ÉLECTRONIQUE : LORCA PRÉPARE L'AVENIR EN ACCÉLERANT SA TRANSFORMATION NUMÉRIQUE

Anticiper les évolutions réglementaires, simplifier les échanges et réduire l'usage du papier : le Groupe LORCA poursuit activement sa préparation à la réforme de la facturation électronique. Un projet structurant qui s'inscrit pleinement dans la stratégie de modernisation et de digitalisation du Groupe.

La réforme de la facturation électronique représente une évolution majeure pour l'ensemble des entreprises françaises. Conscient des enjeux réglementaires et organisationnels qui en découlent, le Groupe LORCA a engagé depuis plusieurs mois un important chantier de préparation visant à adapter ses outils, ses processus et ses échanges avec l'ensemble de ses partenaires.

Les équipes travaillent ainsi à l'intégration des futures plateformes d'échange de factures électroniques, à l'évolution des flux comptables et commerciaux, ainsi qu'à la modernisation des applications du système d'information concernées par ces échanges. Cette démarche mobilise de nombreux métiers afin de garantir une transition fluide et sécurisée vers ce nouveau modèle.

Au-delà de la mise en conformité réglementaire, ce projet constitue une opportunité concrète d'améliorer l'efficacité opérationnelle du Groupe. La dématérialisation des factures permettra de limiter considérablement les impressions papier, de réduire les manipulations manuelles et de fluidifier les échanges avec les fournisseurs, les adhérents et les partenaires commerciaux.

Cette évolution s'inscrit dans une démarche plus globale de transformation numérique menée par LORCA. En investissant dans des solutions innovantes et des processus toujours plus performants, le Groupe confirme sa volonté d'allier performance, simplification des pratiques et responsabilité environnementale. La facturation électronique constitue ainsi une nouvelle étape vers une organisation plus agile, plus durable et résolument tournée vers l'avenir.

L'INTELLIGENCE ARTIFICIELLE, UN LEVIER DE TRANSFORMATION POUR LE GROUPE LORCA

Depuis 2023, le Groupe LORCA explore activement les opportunités offertes par l'intelligence artificielle afin d'accompagner sa transformation numérique et de renforcer l'efficacité de ses métiers.

Après une première réflexion engagée autour de la génération automatisée de contenus, l'année 2024 a marqué une étape importante dans l'acculturation des équipes à l'IA. Des échanges avec des partenaires technologiques, la participation à plusieurs événements spécialisés ainsi que l'organisation d'une journée dédiée à l'intelligence artificielle pour les membres du Comité de Direction et des managers du Groupe ont permis d'approfondir la compréhension des enjeux et des usages de cette technologie.

Cette démarche a conduit à l'identification de nombreux cas d'usage déjà déployés ou en cours de déploiement au sein du Groupe. L'IA contribue aujourd'hui à l'analyse et à la prévision des rendements agricoles, à l'optimisation des processus de recrutement, à la gestion et à la traduction de documents juridiques, à la création de contenus pour la communication digitale, ainsi qu'à l'assistance des équipes de développement informatique.
Souhaitant conjuguer performance technologique, souveraineté et sécurité des données, le Groupe a choisi de s'appuyer sur des solutions d'IA éprouvées, notamment la technologie française Mistral, pour développer des outils adaptés à ses besoins métiers et connectés à son environnement applicatif.
L'intelligence artificielle constitue désormais un axe stratégique de développement pour LORCA, avec une ambition claire : intégrer des solutions innovantes, utiles et sécurisées au service de la performance collective et de la création de valeur pour l'ensemble du Groupe.



LORCA
AGRICULTURE | JARDIN & TERROIR | MATÉRIAUX & ÉNERGIES



ANNEXES



ANNEXES FINANCIÈRES

COMPTE DE RÉSULTAT DE LA COOPÉRATIVE LORCA – AU 30 JUIN 2026

Coopérative LORCA en k€	30/06/2025	30/06/2026	Var.	Var.
Chiffre d'affaires	**240 154**	**310 915**	**70 761**	**22.8%**
Coûts d'achat des marchandises	-213 174	-280 495	-67 321	24.0%
Marge brute directe	***26 980***	***30 420***	***3 440***	***11.3%***
Autres achats et ch. ext	-13 353	-14 432	-1 079	7.5%
Valeur Ajoutée	**13 627**	**15 988**	**2 361**	**14.8%**
Subventions d'exploitation	86	55	-31	-56.1%
Impôts, taxes et versements assimilés	-1 609	-2 044	-434	21.2%
charges de Personnel	-9 268	-9 823	-555	5.7%
Transfert de charges d'exploitation	557	0	-557	
Excedant Brut d'Exploitation	**3 392**	**4 176**	**784**	**18.8%**
Résultat d'exploitation	**1 434**	**2 965**	**1 530**	**51.6%**
Résultat financier	1 346	1 669	323	19.3%
Résultat courant avant impôt	**2 781**	**4 634**	**1 853**	**40.0%**
Résultat exceptionnel	-18	0	18	
Participation	-48	-49	0	0.8%
IS	-163	-349	-186	53.2%
Résultat Net	**2 551**	**4 236**	**1 685**	**39.8%**

BILAN DE LA COOPÉRATIVE LORCA – AU 30 JUIN 2026

Bilan en k€	30/06/2025	30/06/2026	Var.		30/06/2025	30/06/2026	Var.
Capital souscrit non appelé	127	32	-95	Capitaux propres avt résultat	99 095	99 888	793
Immobilisations incorporelles	54	93	39	Résultat de l'exercice	2 551	4 236	1 685
Immobilisations corporelles	24 246	25 640	1 393	Provisions R&C	2 967	2 669	-298
Immobilisations financières	22 868	23 771	903	Dettes financières	37 396	24 118	-13 278
Stocks	24 203	19 751	-4 452	Fournisseurs	7 353	5 804	-1 550
Clients et comptes rattachés	23 896	15 248	-8 648	Dettes soc. & fisc.	3 305	3 467	162
Autres créances	63 446	61 922	-1 525	Autres dettes	6 272	6 366	94
Disponibilités	97	92	-5				
Total Actif	**158 938**	**146 548**	**-12 390**	**Total Passif**	**158 938**	**146 548**	**-12 390**
				Endettement net	37 299	24 026	-13 273

COMPTE DE RÉSULTAT CONSOLIDÉ DU GROUPE LORCA – AU 30 JUIN 2026

Groupe LORCA consolidé en k€	30/06/2025	30/06/2026	Var.
Chiffre d'affaires	**383 633**	**453 860**	**70 227**
Coûts d'achat des marchandises	-314 053	-380 198	-66 145
Marge brute directe	***69 580***	***73 662***	***4 082***
Autres achats et ch. ext	-23 005	-24 533	-1 527
Valeur Ajoutée	**46 575**	**49 129**	**2 554**
Subventions d'exploitation	100	158	58
Impôts, taxes et versements assimilés	-4 220	-4 653	-434
Charges de personnel	-34 022	-34 502	-480
Transfert de charges d'exploitation	188	13	-175
Excédant Brut d'Exploitation	**8 620**	**10 145**	**1 525**
Dotations et provision	-13 867	-13 818	49
Reprises sur amortissement et provisions	6 549	5 701	-848
Autres produits et charges	488	1 586	1 098
Résultat d'exploitation	**1 790**	**3 613**	**1 823**
Résultat financier	-650	128	779
Résultat courant avant impôt	**1 139**	**3 741**	**2 602**
Résultat exceptionnel	-40	0	40
IS	66	-100	-166
Résultat Net	**1 165**	**3 641**	**2 476**
Quote part résultat M.E.Q.	63	25	
Résultat part des minoritaires	248	244	
RESULTAT - PART DU GROUPE	**1 476**	**3 911**	**2 435**

BILAN CONSOLIDÉ DU GROUPE LORCA – AU 30 JUIN 2026

Bilan consolidé en k€	30/06/2025	30/06/2026	Var.
Ecarts d'acquisition	2 656	2 656	0
Total Capital Souscrit N.A.	127	32	-95
Immobilisations incorporelles	4 849	4 764	-85
Immobilisations corporelles	69 816	68 944	-872
Immobilisations financières	6 102	7 352	1 250
Titres mis en équivalence	10 198	10 220	21
Stocks	73 274	65 489	-7 784
Clients et comptes rattachés	31 496	21 966	-9 531
Autres créances	31 102	30 977	-125
Comptes de régularisation	1 114	763	-351
Disponibilités	1 385	2 125	740
Total Actif	**232 121**	**215 289**	**- 16 832**

En k€	30/06/2025	30/06/2026	Var.
Capitaux propres - Groupe	126 357	128 411	2 055
Capitaux propres - Minoritaires	2 756	2 512	-244
Provisions R&C	5 879	5 501	-379
Ecart d'acquisition négatif	350	350	0
Provisions pour impôts différés	0	0	0
Dettes financières	54 684	38 115	-16 570
Avances et acomptes reçus	0	0	0
Dettes fournisseurs	19 111	22 247	3 136
Autres dettes	22 616	18 002	-4 614
Comptes de régularisation	368	151	-217
Total Passif	**232 121**	**215 289**	**- 16 832**

ORGANIGRAMME DES SOCIÉTÉS





LORCA

AGRICULTURE | JARDIN & TERROIR | MATÉRIAUX & ÉNERGIES

Conception : Service communication LORCA/SP - Crédits photos : LORCA - Octobre 2026 - Ne pas jeter sur la voie publique