

Magasin Vert et Point Vert : les groupes Lorca et CAL s'unissent sur la jardinerie

Par Jean-François Michel, le 13 février 2020

Les coopératives agricoles lorraines CAL et Lorca viennent de créer un unique réseau de distribution Magasin Vert et Point Vert. Dans une période où le secteur de la jardinerie est en pleine consolidation, les deux groupes vont jouer la carte de la proximité.



▲ Le nouveau réseau de distribution des groupes Lorca et CAL pèse 57 millions d'euros de chiffre d'affaires. — Photo : © Jean-François Michel

Pour Charles Colasse, le responsable de l'activité « jardin et terroir » du groupe Lorca, l'union des réseaux de distribution des jardinerie grand public Magasin Vert et Point Vert des coopératives agricoles Lorca et CAL peut se résumer simplement : « Ensemble, on est plus fort ».

Le réseau de groupe CAL (450 salariés, 300 M€ de CA) compte 15 magasins pour 58 salariés, et s'est développé sur les départements de la Meurthe-et-Moselle puis des Vosges. De son côté, le groupe Lorca a constitué en Moselle un réseau de 35 magasins pour 281 salariés. « Les discussions pour rapprocher nos deux réseaux ont été entamées il y a un an », précise Alexandre Raguet, le directeur général du groupe Lorca. « Nous nous connaissions déjà, ce qui a facilité les choses », souligne Eric Chrétien, le directeur général du groupe CAL.

Tous les deux franchisés du groupe Apex, la centrale qui exploite les marques Magasins Vert et Point Vert, les deux groupes lorrains ont des priorités stratégiques différentes : « Nous nous sommes plus spécialisés dans le machinisme agricole », précise Eric Chrétien. Du côté du groupe Lorca, l'activité jardinerie est perçue comme un vecteur de développement : « Dans notre réseau, l'activité est en croissance de 4,5 % », précise Charles Colasse. « Nous superformons le marché national, notamment parce que nous avons une politique dynamique de conquête clients. » Les dernières données disponibles montrent que le marché de la jardinerie en France affiche des croissances annuelles de l'ordre de 1 %, pour atteindre les 2,8 milliards de chiffre d'affaires.

Taille critique

Pour mettre en commun leurs deux réseaux, les groupes Lorca et CAL ont décidé de supprimer leurs deux filiales qui les exploitaient, pour recréer une nouvelle structure : Lorca et CAL vont ainsi former un nouveau réseau de 50 magasins, pour 339 employés et un chiffre d'affaires de 57 millions d'euros. « C'est la bonne taille », estime Alexandre Raguet. « C'est la taille critique qui va nous permettre de nous développer, de financer ces développements mais aussi d'attirer les talents qui nous permettront de mieux nous développer. » La logistique des 50 magasins du réseau va s'appuyer sur une plateforme basée à Lemud, en Moselle, dans laquelle le groupe Lorca a injecté 5,5 millions d'euros.

Actuellement rassemblées autour du Sillon Lorrain, autour des bassins de vie de Metz et Nancy, les enseignes Point Vert et Magasin Vert veulent jouer la carte de la proximité avec des villes moyennes et les espaces ruraux qui leur sont connectés. « Nous savons nous adapter à tous types de clients », estime Charles Colasse. Si les deux coopératives restent discrètes sur le sujet, deux, voire trois ouvertures de magasins, pourraient intervenir dans les « deux à trois ans qui viennent », lâche le responsable de l'activité « jardin et terroir » du groupe Lorca.

Une certitude : le rapprochement des deux réseaux devra être « un atout pour l'activité agricole globale » des deux coopératives, souligne Jean-Louis Stemart, le président de la société Seve du groupe Lorca. « Nous voulons que l'activité jardin et terroir soit rentable, autonome et génératrice de dividende pour la coopérative ». ●