

Région

LORCA et CAL

Convergence sur Point vert

Les coopératives lorraines LORCA et CAL unissent leurs réseaux de distribution Magasin vert et Point vert dans une structure unique. Une cinquantaine de magasins et 339 salariés sont concernés.

«Un événement fort car cette convergence va permettre de réunir deux réseaux sous une même identité.» Président de la société SEVE du groupe LORCA, Jean-Louis Stemart apparaît serin et souriant à l'heure d'évoquer la dernière grande nouvelle économique du microcosme agricole lorrain. La news ? LORCA et CAL s'associent pour la gestion de leurs magasins. A la fois franchiseurs et franchisés des enseignes Point vert et Magasin vert du bassin lorrain, les deux groupes ont décidé d'unir leurs forces. Une seule base logistique, située à Lemud, servira à gérer et approvisionner la cinquantaine de boutiques désormais sous le joug de cette alliance. Avant ce rapprochement le réseau de LORCA comportait trente-huit magasins contre quinze pour celui de CAL. Le premier étant plutôt concentré sur la Moselle alors que l'autre se déployait sur la Meurthe-et-Moselle. «Ce projet est une évidence dans le sens où nos structures partagent des valeurs communes et ont toutes les deux développé des activités en relation avec nos racines agricoles. Notre bassin de popula-



tion est commun et nos clients ont des attentes de consommation similaires. Concernant l'activité jardinerie il paraissait plus que cohérent de mettre en commun nos activités», explique Alexandre Raguét, directeur général du groupe LORCA. Cette fusion concerne donc le pôle «Jardin & terroir» d'une coopérative LORCA qui pour ses activités dédiées aux professionnels du monde agricole, reste indépendante. Pareil pour le groupe CAL dont l'activité principale, le machinisme, reste à sa propre charge. Là où les deux mastodontes du monde agricole lorrain s'associent, c'est pour la distribution à destination du grand public. Car la cinquantaine de magasins concernés englobe six enseignes. Les jardinerie Point vert, Magasin vert et

rôle de relais et de porteur d'image du terroir à travers nos magasins. Nous sommes légitimes et nous y croyons. Au niveau de la distribution, nous avons également un rôle important à jouer auprès de nos agriculteurs adhérents pour qu'ils puissent vendre leurs produits directement au consommateur final», développe Éric Chrétien, directeur général du groupe CAL. Aussi, LORCA et CAL entendent-elles profiter de leur nouvelle force de frappe pour ouvrir de nouveaux magasins, histoire de surfer sur la bonne forme du jardinage grand public. Les projets précis n'ont pas été annoncés, même si les dirigeants évoquent une préférence pour les périphéries urbaines et le sillon lorrain.

Rémi Alezine

