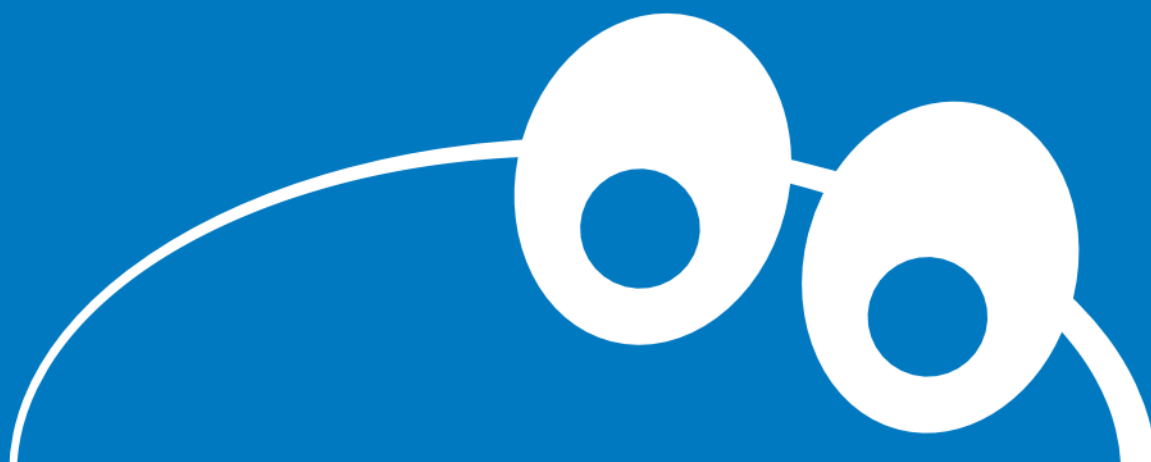


**LA SOCIÉTÉ DES
CONSOMMATEURS**

RAPPORT DE GESTION 2025-2026





SOMMAIRE

1. ORGANISATION JURIDIQUE ET FINANCIÈRE	6
2. EXERCICE COMPTABLE DE LA COOPÉRATIVE AU COURS DE L'EXERCICE ÉCOULÉ	8
3. LA SOLIDARITE : PARTAGE DE LA VALEUR & FONDS DE SOUTIEN AUX PRODUCTEURS	10
4. BILAN DE L'ANNÉE	14
5. NOS PRODUITS EN RAYON	20
6. LA VIE DE LA COMMUNAUTE	28
7. LES PRIORITÉS 2026	38
8. NOTRE GOUVERNANCE DÉMOCRATIQUE	42
9. ACTIVITÉS SPÉCIFIQUES À MENTIONNER	44

Le rapport de gestion portant sur l'année 2025, vous verrez les chiffres actualisés au 31 décembre 2025.

LA SOCIÉTÉ DES CONSOMMATEURS

RAPPORT DE GESTION 2025-2026



Chères sociétaires,

Chers sociétaires,

En 2025, tous ensemble, nous avons franchi une nouvelle étape. Dans un contexte agricole toujours plus tendu, notre aventure C'est qui le Patron ?! a continué à avancer avec une conviction simple : la juste rémunération des producteurs est le prérequis indispensable pour construire une alimentation durable, préserver notre production française et permettre une évolution des pratiques.

Cette année restera marquée par un soutien croissant aux producteurs : notre brique de lait bleue s'est imposée comme la première brique de lait vendue en France, le lancement de deux fromages a permis de soutenir 88 nouvelles familles, et nous avons décidé de venir en aide aux producteurs de fruits et légumes durement impactés, avec quatre références qui ont vu le jour grâce à nous tous.

//

Rien de tout cela n'aurait été possible sans la mobilisation de toutes celles et ceux qui font vivre notre démarche.

//

Voir ces produits solidaires arriver en rayon, parfois là où on ne nous attendait pas, est une immense fierté collective.

Rien de tout cela n'aurait été possible sans la mobilisation de toutes celles et ceux qui font vivre notre démarche.

Les producteurs, d'abord, qui appliquent chaque jour sur leurs exploitations les ca-

hiers des charges que nous avons votés collectivement et témoignent de l'impact de notre initiative, toute l'année, à nos côtés.

Les fabricants et partenaires, qui jouent le jeu d'un modèle exigeant mais plein de bon sens. Les enseignes et les équipes en magasin, qui font de plus en plus de place en rayons pour les produits solidaires qui soutiennent l'agriculture française.

Mais surtout, les consommateurs et sociétaires de la coopérative, toujours plus nombreux et engagés, qui donnent de leur temps pour faire connaître nos produits.

Ce que nous construisons ensemble dépasse largement les chiffres : c'est une dynamique collective qui redonne le pouvoir aux citoyens dans leur alimentation, qui recrée le lien entre ceux qui nous nourrissent et nous les consommateurs.

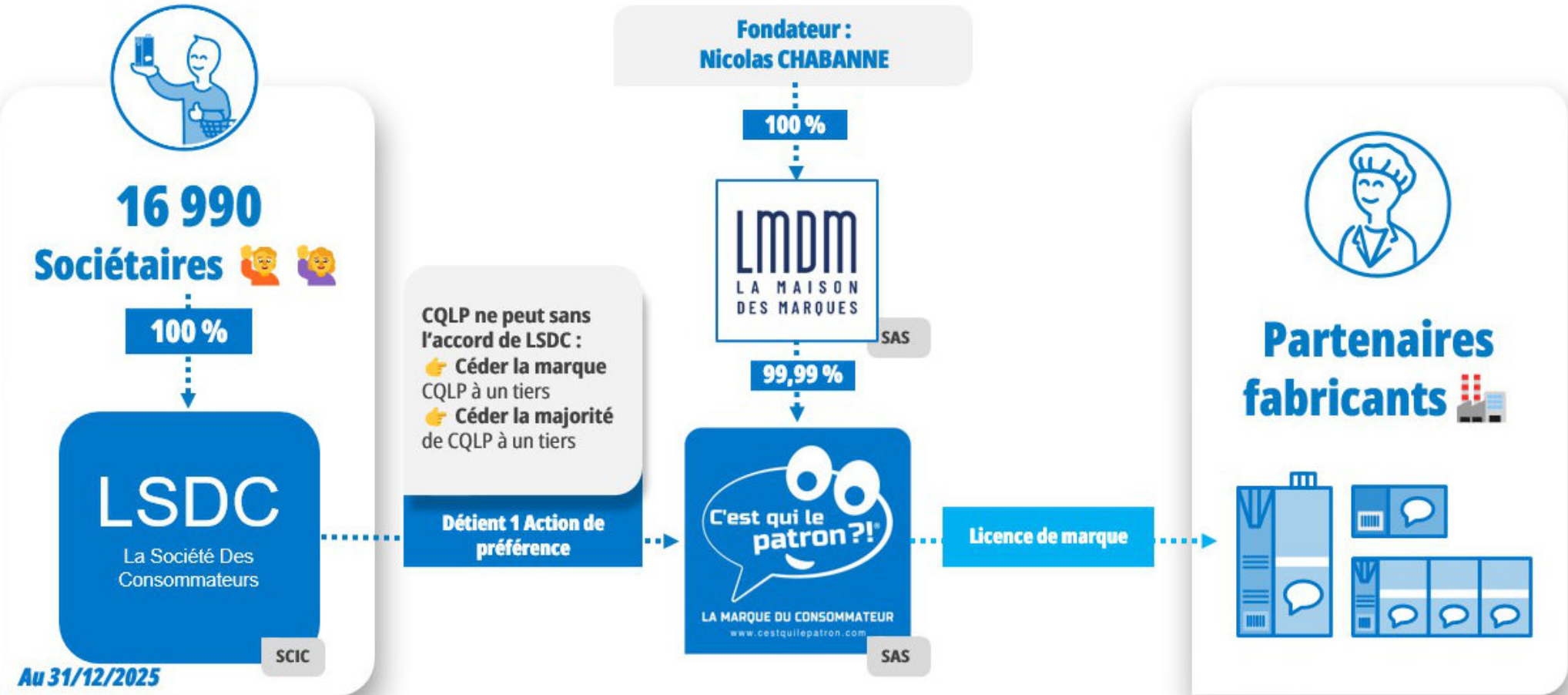
Pour 2026, nous faisons le vœu que cette énergie continue de grandir. Merci à tous et toutes pour cette grande et belle mobilisation !

L'équipe C'est qui le patron ?!



Visite sociétaire chez Nicolas, producteur de cerises

Comment fonctionne notre initiative ?



Aucun dividende n'est reversé sur aucune des structures pour renforcer le soutien aux producteurs

- Assurer le respect du cahier des charges via le contrôle d'un organisme certificateur tiers
- Suivre et accompagner la commercialisation des produits.

La société LMDM (SAS) comprend, quant à elle, les fonctions support nécessaires à la vie de notre initiative collective : Finance, Ressources Humaines, Juridique, Tech, Communication, Création. Elle mène par ailleurs une activité d'expérimentation et de développement des nouveaux projets en soutien aux producteurs. Elle est détenue par Nicolas Chabanne.

Ces structures participent chacune à leur niveau à faire vivre et développer notre initiative collective. Leurs destins sont liés car **C'est qui le Patron ?! ne peut être cédée ni céder les marques sans l'accord de notre coopérative** qui en est devenue actionnaire en début d'année 2025. **Ce droit de véto permet de protéger la mission de notre coopérative.**

Pour aller plus loin, **Nicolas a fait le choix de léguer ses actions de LMDM (et par extension de C'est qui le Patron ?!) à une fondation actionnaire.** Cette structure d'intérêt général aura pour objet la défense du monde agricole et le soutien de projets de mobilisation citoyenne. Elle a vocation à assurer la gouvernance de la démarche à la suite de Nicolas, tout en poursuivant une mission philanthropique par l'utilisation des bénéfices de la démarche pour financer des projets d'intérêt général.

Ce modèle permet d'allier pérennité de la démarche tout en continuant d'œuvrer pour l'intérêt général tel qu'il l'est fait depuis les débuts de la démarche. La mise en place de ce modèle a été initiée en 2025 et se poursuit sur 2026.

Tout l'argent généré par l'initiative est réparti entre les structures afin de payer leurs charges respectives (salaires, loyers, frais généraux, projets, etc) :

- CQLP perçoit les redevances des fabricants correspondant aux ventes de nos produits (5% du Prix de vente Voté Conseillé (plafonnées à 0,15 € par produit) ;
- LSDC et LMDM lui facturent les missions réalisées dans le cadre du fonctionnement de l'initiative.

Pour LSDC, cela correspond à un montant de **852 000 € HT au titre de l'exercice 2025.**

1. ORGANISATION JURIDIQUE ET FINANCIÈRE

La coopérative La Société des Consommateurs (LSDC) est la structure centrale de notre initiative. C'est elle qui décide collectivement des orientations et des évolutions des produits, assure la transparence de la démarche et les vérifications par les sociétaires, et recrée le lien direct entre consommateurs et producteurs (au travers de rencontres chez les producteurs, d'animations en magasin, etc.).

Elle appartient à nous tous, consommateurs sociétaires. Tout le monde peut devenir sociétaire pour 1€ symbolique. Sa gouvernance est encadrée par un conseil d'administration de 16 sociétaires (consomma-

teurs, producteurs, salariés, fondateurs), présidé par Nicolas Chabanne.

Afin de mener à bien toutes nos missions, notre coopérative est accompagnée par deux autres structures dans lesquelles se répartissent les équipes opérationnelles : C'est qui le Patron ?! et LMDM.

La société C'est qui le Patron ?! (SAS), détenue par la société LMDM, protège et développe la marque. Au quotidien, elle a pour mission de :

- Co-crée les questionnaires et établir les cahiers des charges
- Contractualiser les engagements avec les partenaires

2. EXERCICE COMPTABLE DE LA COOPÉRATIVE AU COURS DE L'EXERCICE ÉCOULÉ

Evolution de l'activité	2025	2024
Chiffre d'affaires	852 000 €	736 992 €
Produits d'exploitation	852 017 €	737 039 €
Charges d'exploitation	835 273 €	725 753 €
Résultat de l'exercice	23 320 €	23 174 €

Au cours de l'exercice 2025, la coopérative a poursuivi le développement de son activité. Le chiffre d'affaires s'établit à 852 000 €, contre 736 992 € en 2024, soit une hausse de 15,6 %. Cette progression reflète la poursuite des actions menées par la Société des Consommateurs pour animer sa communauté de consommateurs et de producteurs, et accompagner le développement de son activité.

Les produits d'exploitation s'élèvent à 852 017 €, contre 737 039 € au titre de l'exercice précédent. Parallèlement, les charges d'exploitation atteignent 835 273 €, contre 725 753 € en 2024, en hausse sous l'effet :

- Du renforcement et de la mobilisation de l'équipe salariée chargée de l'animation de la communauté et de la mise en œuvre des actions de la coopérative ;
- Des actions de communication et d'animation menées auprès des sociétaires et des producteurs ;
- Des frais de fonctionnement et de structure nécessaires au développement de l'activité ;
- Des dons et actions de soutien menés par la coopérative dans le cadre de ses missions ;

Malgré cette augmentation des charges, la coopérative maintient un résultat bénéficiaire de 23 320 € au titre de l'exercice 2025, contre 23 174 € en 2024, traduisant sa capacité à accompagner le développement de son activité tout en préservant son équilibre de gestion.

Situation financière à la clôture de l'exercice	2025	2024
Créances	116 318 €	29 929 €
Dettes	170 240 €	107 942 €
Trésorerie disponible	561 658 €	620 405 €

Au 31 décembre 2025, la coopérative présente une situation financière saine.

Les créances s'élèvent à 116 318 €, dont 85 200 € liés à une prestation facturée à la société C'est qui le Patron ?! dans le cadre de l'activité de la coopérative, le solde, soit 31 118 € correspond à diverses autres créances.

Les dettes d'exploitation s'élèvent à 170 240 € et correspondent essentiellement aux dettes fournisseurs (98 631 €) ainsi qu'aux charges fiscales et sociales (71 609 €).

La trésorerie disponible s'établit à 561 658 € au 31 décembre 2025. Bien qu'en légère diminution par rapport à l'exercice précédent, elle demeure à un niveau élevé, permettant à la coopérative d'assurer le financement de ses activités et de ses engagements à court terme dans de bonnes conditions.

Cette baisse de trésorerie, s'explique principalement par un décalage de paiement de certaines créances clients facturées en fin d'année 2025 et encaissées au début de l'exercice 2026.

1. PROPOSITION D'AFFECTATION DU RESULTAT

Nous vous proposons d'affecter le bénéfice de l'exercice, qui s'élève à 23 320 €, de la manière suivante :

- À la réserve légale : 1 513 € (soit 6,49 % du bénéfice) ;
- À la réserve statutaire : 11 660 € (soit 50 % du bénéfice)
- Le solde, soit 10 147 €, serait intégralement affecté au compte « Autres réserves »

2. RAPPEL DES DIVIDENDES DISTRIBUÉS

Conformément aux dispositions de l'article 243 bis du Code général des impôts, nous vous rappelons qu'il n'a pas été procédé à une distribution de dividendes depuis la constitution de la Société.

3. DEPENSES NON DEDUCTIBLES FISCALEMENT

Conformément aux dispositions des articles 223 quater et 223 quinquies du Code général des impôts, nous vous informons que les comptes de l'exercice écoulé intègrent les dépenses non déductibles du résultat fiscal suivantes :

- Dons aux associations d'intérêt général : 32 325 €
- Taxe sur les véhicules de société (TVS) : 476 €
- Amortissements excédentaires : 1 122 €

Soit un total de 33 923 € de charges non déductibles.

4. NOS EFFECTIFS

La coopérative LA SOCIETE DES CONSOMMATEURS emploie l'équipe "Communauté" qui se charge de l'animation des communautés des 16 992 sociétaires et des 2 000 producteurs de la démarche.

En 2025, l'équipe a intégré une nouvelle recrue, en charge des contenus. Au 31 décembre 2025, elle est donc composée de 5 Salariés :

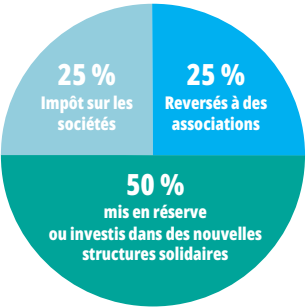
- 1 responsable d'équipe,
- 2 CDI affectés à la communauté des producteurs,
- 2 CDI affectés à la communauté des sociétaires.



Dans nos bureaux à Paris

3. LA SOLIDARITE: PARTAGE DE LA VALEUR & FONDS DE SOUTIEN AUX PRODUCTEURS

Pour la suite du présent rapport, nous aborderons l'activité de la démarche dans son ensemble, toutes structures confondues, l'une étant indissociable des autres pour faire vivre et développer notre initiative collective.



Les pourcentages indiqués dans ce schéma sont à titre indicatifs et peuvent varier selon les années.

Chaque année notre démarche collective alloue des fonds pour soutenir le monde agricole: 25% des bénéfices générés permettent de financer des projets en faveur des agriculteurs et agricultrices en difficulté. Aucun dividende n'est reversé ni aux sociétaires ni aux fondateurs de la démarche.

En + du reversement de 25% de nos bénéfices, nous soutenons une agriculture plus juste et durable :

Via les centimes collectés sur certains produits :

- 0,008€ par conserve et 0,004€ par 4 pots de purée de pommes pour le Fonds de Sauvegarde des Abeilles.
- 1 444.46€ seront reversés pour les ventes 2025

Via notre mobilisation en tant que sociétaires :

- 150€ par sociétaire sont reversés pour chaque journée de participation à des animations, au Salon de l'Agriculture, lors de tournées en magasin ou visite sociétaires.
- Ce sont 44 850 € qui seront reversés en 2026 grâce à la mobilisation de toutes et tous au cours de l'année 2025.

A travers le reversement de notre redevance :

- Sur les achats de nos produits par des associations du Secours Populaire pour leur permettre un accès plus abordable en produits de qualité et contribuer à lutter contre la précarité alimentaire.

LES PROJETS FINANCÉS:



Solidarité Paysans a été fondé par les producteurs en 1992 pour accompagner et défendre les familles, leur permettre de sortir de l'isolement, faire valoir leurs droits et trouver des solutions sur leurs fermes.

HISTORIQUE DU PARTENARIAT	
2021	Nous décidons collectivement de reverser l'ensemble des bénéfices générés en 2020. 👉 Création du dispositif d'aide d'urgence
2023	Nous cherchons à aller plus loin dans le soutien aux producteurs 👉 Création du dispositif d'emprunts à 0%
2024	Pour permettre à l'association de continuer ses actions d'accompagnement auprès des producteurs: 👉 Don de 30 000€ à l'association renouvelé en 2025.

Les aides d'urgence:

Pour la 4e année consécutive nous avons versé des aides aux agriculteurs accompagnés par l'association Solidarité Paysans pour leur permettre de subvenir à leurs besoins personnels essentiels.

En 2025, **68 agriculteurs** en grande difficulté ont reçu cette aide allant jusqu'à 1 500 €, soit **une enveloppe totale de 102 000 €** pour répondre au plus urgent.



« Cette aide me permet de subvenir à mes besoins vitaux: manger... vivre, tout simplement! Plus largement, votre concours contribue à rallonger de quelques mois mon autonomie sociale, conforter une situation d'indépendance permettant de m'affirmer et me battre à nouveau. »

Christophe, producteur en Alsace, soutenu par l'aide d'urgence.

L'emprunt à taux zéro:

Ce dispositif créé en 2023 vise à accompagner les producteurs en leur permettant d'accéder à un financement professionnel via des emprunts à 0% d'intérêt. Cet emprunt peut s'élever jusqu'à 10 000 €, remboursable sur une période allant jusqu'à 7 ans.

Il a permis depuis 2023 d'accompagner **24 producteurs**, pour un montant total prêté de **224 900€**, pour permettre l'étalement de leur dette, financer des besoins en trésorerie, des installations ou encore l'agrandissement de leur cheptel, etc...

Ce dispositif, se révélant complexe à gérer au sein de notre structure, prend fin en décembre 2025.

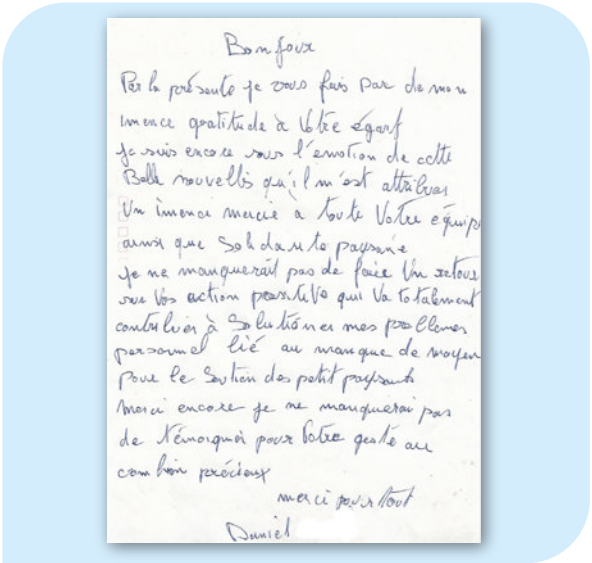


Fonds de Sauvegarde des Abeilles (FSAb)

Le FSAb a été créé pour soutenir des projets portés par des agriculteurs pour améliorer la santé des abeilles, diminuer leur mortalité et ainsi préserver notre écosystème à travers notamment la plantation de haies mellifères.

Il permet de financer des projets de moyenne durée (2 à 3 ans) avec une enveloppe maximum de 500€ ou des projets de plus longue durée (+ de 3 ans) avec une enveloppe maximum de 1000 €.

Sur la saison 2024-2025, ce sont **41 producteurs** qui ont pu en bénéficier !



BILAN DE L'ANNÉE



Salon de l'agriculture



Chez un producteur de cerises



Visite sociétaire de la farine



Animation emmental en magasin

2025

4. BILAN DE L'ANNÉE

En 2025, C'est qui le patron ?! a confirmé la solidité de son modèle. Les ventes ont progressé de 4,3%. Les produits historiques sont restés en tête des ventes (le lait et le beurre bio doux) tandis que les pommes de terre se sont invitées sur le podium. Le nectar de pomme a fait une entrée remarquée chez Burger King avec 1,5 million de briquettes écoulées en seulement trois mois. L'année a aussi été marquée par l'arrivée des fruits et légumes : après le lancement réussi de la cerise en mai (301 824 barquettes vendues 🍷), les oignons, échalotes et pommes ont rejoint les rayons à la rentrée.

Au-delà des chiffres, 2025 confirme la force de la mobilisation collective. La communauté s'est illustrée avec près de **460 événements partout en France**. Les groupes de sociétaires ambassadeurs ont joué un rôle clé, notamment pour l'arrivée et la progression des fruits et légumes en magasins. L'engagement des consommateurs s'est aussi vu en magasin, avec **158 animations organisées** aux côtés d'enseignes toujours plus impliquées dans la mise en avant de produits solidaires.

Enfin, notre coopérative continue de gagner en reconnaissance. Nos voix de consommateurs comptent davantage dans les débats liés à la rémunération des producteurs et au rôle des consommateurs dans le système agro-alimentaire. 2025 s'inscrit comme une année de consolidation, qui confirme la capacité du collectif à faire bouger, on l'espère, durablement les lignes.



Au salon de l'agriculture 2025

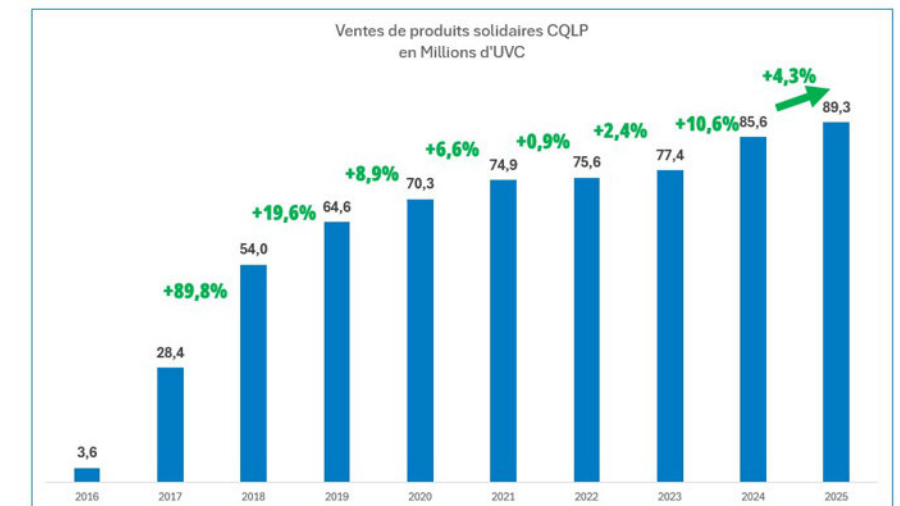
1. NOS RÉSULTATS COMMERCIAUX

L'année 2025 a marqué un vrai tournant pour notre démarche de consommateurs avec :

- Des ventes qui se sont développées en grande distribution ;
- Le développement de la filière végétale avec l'arrivée de 4 nouveaux fruits et légumes en rayons ;
- L'arrivée dans les rayons de 3 nouveaux produits en soutien aux producteurs de lait : le lait sans lactose, l'emmental et la raclette
- L'arrivée de notre initiative chez de nouveaux acteurs de la restauration hors foyer (RHF).

Toujours + de produits solidaires vendus

Toujours + de soutien aux producteurs année après année



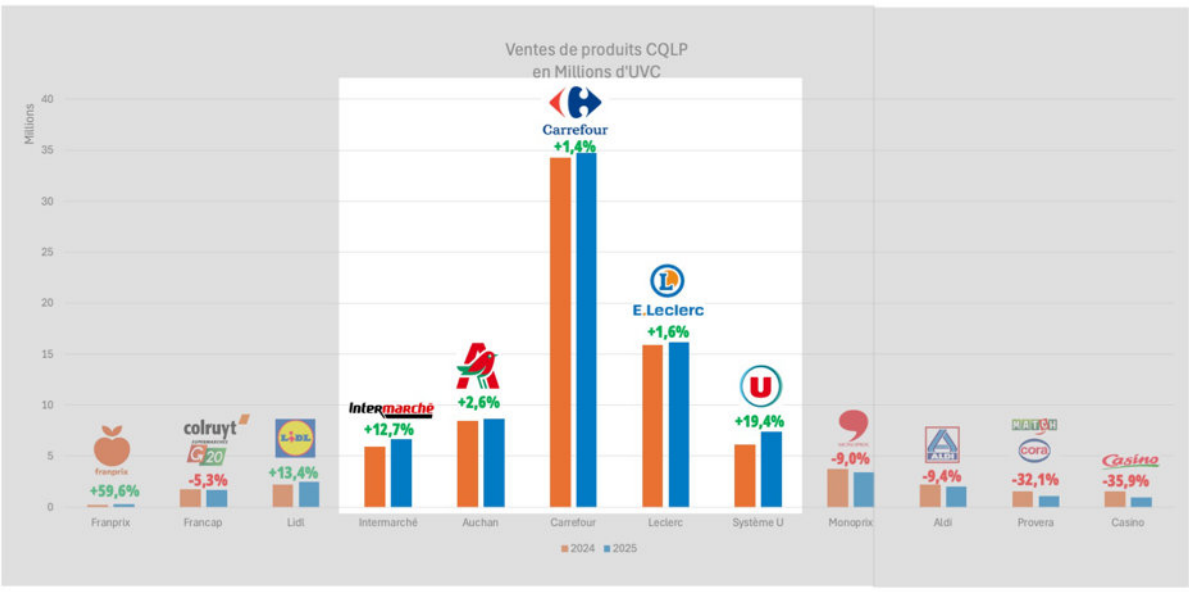
Une progression de 4,3% par rapport à 2024.

Nos ventes de produits en volume d'UVC vendues progressent de :

- 1,6% en hypermarchés
- 2,4% en supermarchés
- 6,1% dans les magasins dits de « proximité »
- 1,7% dans les drives
- 112% dans la RHF, qui pèse désormais 4,4% dans les ventes de produits CQLP (+2,2 points qu'en 2024)



Croissance dans nos 5 enseignes prioritaires 🦹



Nos ventes continuent également de se développer dans les 5 principales enseignes de Grande Distribution :

Carrefour reste l'enseigne qui soutient le plus notre démarche avec près de 35 millions de produits CQLP vendus en 2025 dans ses magasins. La croissance est toutefois particulièrement forte chez Intermarché et Co-opérative U, deux enseignes qui référencent encore peu de produits CQLP en 2025 mais qui ont fait davantage de place à notre lait solidaire.

- + 124 hypers et supermarchés Intermarché
- + 47 hypers et supermarchés U
- Sur le deuxième semestre, les magasins U ont eu pour recommandation de placer le lait CQLP en palette au sol (plutôt qu'en étagère en rayon), ce qui a contribué à une augmentation des ventes de plus de 30% !



JE DEMANDE L'ARRIVÉE DES PRODUITS

- 🕒 5 minutes en ligne ou en magasin
- 🛒 Pas de commerciaux, c'est par la force du collectif qu'ils arrivent peu à peu en rayon 🦹

En 2025, **6 473 consommateurs** ont demandé l'arrivée des produits CQLP dans leurs magasins **via notre formulaire en ligne** (sans compter tous les mots laissés à l'accueil des magasins !). Merci à toutes et tous de contribuer à l'arrivée de nos produits solidaires en rayon, permettant de faire connaître notre démarche collective de soutien aux producteurs aux responsables de magasins 🙏

Produits	Nombre de produits vendus en 2025 (En unité)	Evolution par rapport à 2024	Nombre de magasins supplémentaires ayant référencé les produits
NOUVEAUX PRODUITS			
Lait sans lactose	399 258		417
Emmental râpé	183 324		975
Raclette	15 162		185
Cerises	301 824		344
Pommes	30 064		196
Oignons	172 916		201
Echalotes	80 980		201
PRODUITS DITS « LOCOMOTIVES »			
Laits (hors lait sans lactose)	70 476 002	+0,4%	626
Œufs PA	4 528 508	+16,8%	339
Beurres Bio	3 022 020	+2,7%	391
Jus de pommes	2 782 321	+95,2%	-260
Pommes de Terre	1 873 495	+40,2%	139
Yaourt	1 309 255	+11,2%	339
NOS AUTRES PRODUITS			
Lait bio	1 131 620	+28,4%	130
Œufs BIO	792 302	+21,4%	37
Beurres de Baratte	556 140	+1,4%	26
Farine	536 500	+1,9%	40
Fromage blanc	365 443	+18,4%	52
Purée de pommes	245 028	-42,5%	-130
Crème UHT	259 182	+15,8%	13
Concassé de tomates	255 324	+38,0%	130

2. LE DÉVELOPPEMENT DE CQLP AU-PRÈS DE LA RESTAURATION HORS FOYER (RHF)

Après deux années 2023 et 2024 riches pour nos produits solidaires dans le secteur de la restauration, de nouveaux projets ont vu le jour en 2025 :

MÉTRO : Notre principal débouché en restauration, avec près de 1 million de litres de lait vendus, a continué de progresser (+23,7%).

BURGER KING : après avoir basculé tout le lait utilisé pour ses cafés et chocolats chauds, le projet "nectar" a officiellement démarré au mois d'octobre avec de très fortes perspectives : entre 4 et 5 millions de briquettes 20cl devraient être vendues par an.

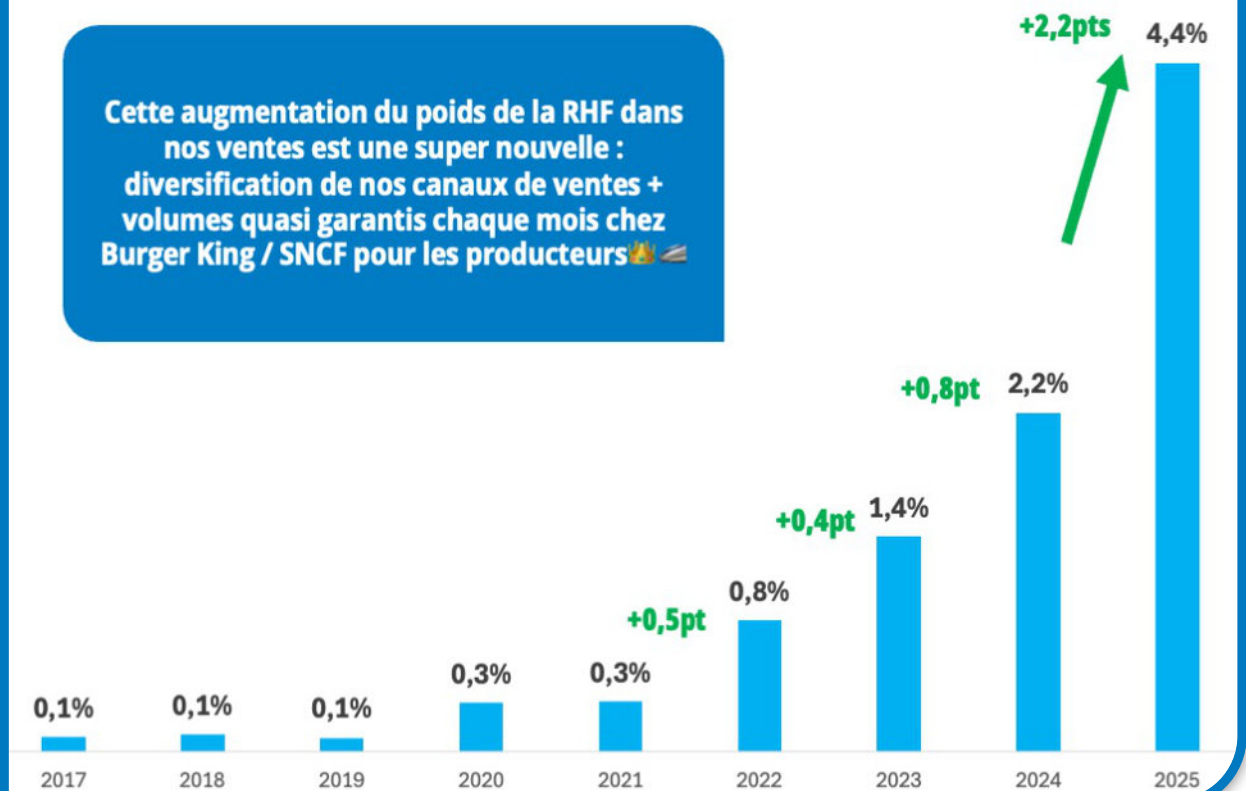
SNCF : fort du succès de notre jus de pomme en format 33cl, un projet de moelleux au citron incluant 4 de nos produits solidaires (les œufs plein air, le beurre bio, le fromage blanc et la farine) a été validé par nous, sociétaires en fin d'année, pour une arrivée fin février dans les services de restauration TGV et Intercités (environ 600 000 moelleux par an).

Tous les autres acteurs ont continué de proposer nos produits avec de belles progressions : **Transgourmet** (+30%), **Passion Froid** (+229%), **France Frais** (+60%), **Groupe Bertrand** (+17%).



Poids de la RHF dans les ventes unité de CQLP

Cette augmentation du poids de la RHF dans nos ventes est une super nouvelle : diversification de nos canaux de ventes + volumes quasi garantis chaque mois chez Burger King / SNCF pour les producteurs 🥰



La RHF prend de + en + de place dans le chiffre d'affaires de la démarche et représente 4,4% de nos ventes !

L'IMPORTANT MOBILISATION AUPRÈS DES ENSEIGNES ET MAGASINS:

En 2025, **98 rendez-vous** ont eu lieu avec des acheteurs et décideurs de la grande distribution. Des sociétaires de notre démarche ont accompagné l'équipe opérationnelle dans 50% de ces rendez-vous. Un record pour notre initiative !

92 visites de magasins ont également été réalisées, sur plusieurs départements, par nos référents locaux accompagnés de sociétaires.

Ces rendez-vous et visites permettent d'**expliquer notre démarche, demander l'arrivée des produits**, mais aussi de **remercier** les magasins qui jouent le jeu en soutenant durablement les producteurs.



5. NOS PRODUITS EN RAYON

L'année 2025 a vu naître cinq nouveaux produits: les cahiers des charges de l'emmental, la cerise, les pommes, les oignons et les échalotes ont été créés entre janvier et juin 2025. Nous avons également décidé de revoir le cahier des charges de notre jus de pomme à travers la refonte de la filière et l'adaptation aux attentes de l'enseigne de restauration rapide Burger King (sous forme de nectar, sans sucre ajouté).

Ces créations et adaptations sont le fruit de groupes de travail qui ont été menés avec les producteurs et les fabricants tout au long de l'année, afin d'échanger sur l'évolution des besoins des producteurs, les coûts de production agricoles et industriels, mais également sur les difficultés de production ou de commercialisation de certains produits.

1. L'ARRIVÉE DES FRUITS & LÉGUMES

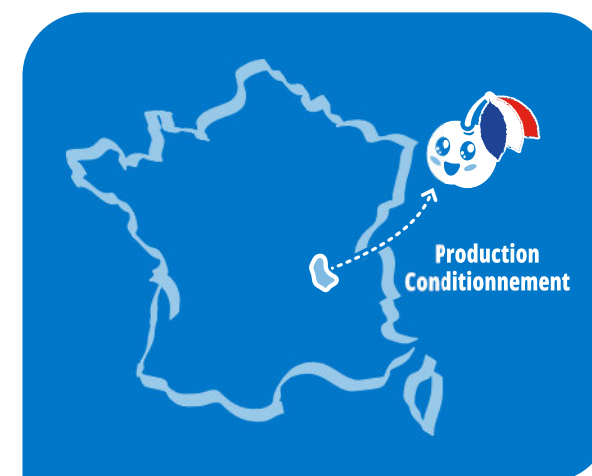
De la crise du monde agricole, en 2024, a émergé une prise de conscience des difficultés auxquelles les producteurs sont confrontés. Pour aider toujours plus de producteurs, notre démarche s'est attelée à étudier et échanger avec des producteurs de fruits et légumes. En 2025, nous avons ainsi pu **étendre notre soutien aux producteurs de la filière fruits et légumes** en votant collectivement l'arrivée de quatre nouveaux fruits et légumes. Dans un premier temps, il n'a pas été simple de convaincre les distributeurs de référencer ces fruits et légumes solidaires. Nous avons fait face à de nombreux doutes quant à un prix voté conseillé fixe, dans un univers où les prix proposés aux consommateurs fluctuent tous les jours.



Les cerises solidaires



Les producteurs de cerises de la Sicoly situés dans les Côteaux du Lyonnais ont pris contact avec C'est qui le Patron ?! dès 2024 en alertant sur la détresse de cette filière : 36% de producteurs ont arrêté ces 10 dernières années, tandis que la production globale a chuté de 15%. Après 10 700 votes de consommateurs, notre cerise solidaire apparaît dans les rayons dès le 2 juin, premier fruit de cette année 2025 !

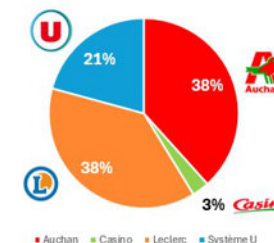


Un super succès collectif – MERCI

Demandes de référencement ✓

Repartage sur les réseaux sociaux ✓

+ 300 000 BARQUETTES VENDUES



Des producteurs qui replantent des cerisiers

Le lancement d'un nouveau chapitre, avec les cerises.

👉 Le 3 juin : une conférence de presse a réuni producteurs, distributeurs et consommateurs, pour défendre la filière fruits et légumes et la juste rémunération des producteurs.

👉 En l'espace de 2 mois : 156 retombées presse, 1 visite sociétaire, 12 ambassadeurs cerise et 7 journées d'animations en magasin.

👉 Sur notre site web, [une page de mobilisation](#) est créée pour faciliter, à travers des actions concrètes, l'arrivée des produits en magasin et les relais sur les réseaux sociaux : 4700 visiteurs et 407 témoignages de consommateurs.

- **38 producteurs** soutenus sur 2 mois de commercialisation
- **151 tonnes** et 301 824 barquettes vendues
- Un juste prix de **4€/kg**
- Des calibres 24+ habituellement mal valorisées qui représentent **52%** de la récolte
- Une aide supplémentaire de **119 000€**

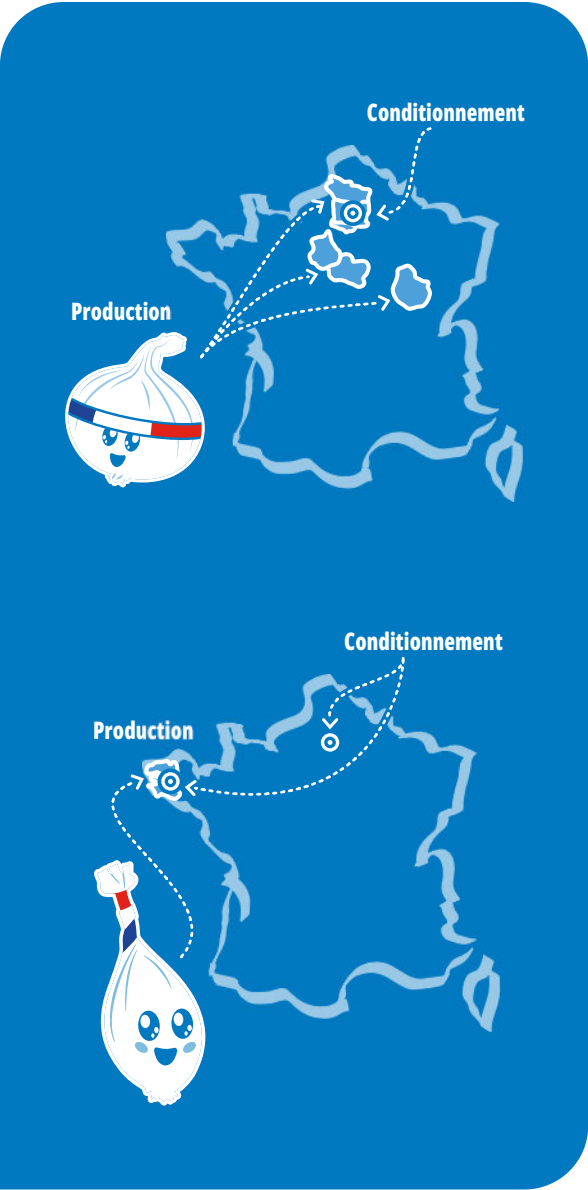
Les oignons et échalotes



Les oignons et les échalotes sont des productions qui souffrent d’une volatilité des prix, d’investissements lourds et d’une concurrence étrangère forte. Sécuriser la rémunération des producteurs est donc vitale pour maintenir cette filière en France.

Nous avons coconstruit une rémunération juste avec 8 producteurs d’oignons de Côte d’Or et d’Eure-et-Loir et 2 producteurs du Finistère. Les produits sont apparus sur

les étals des magasins en septembre, pour atteindre des ventes de 180 tonnes d’oignons et 14 tonnes d’échalotes fin décembre, des chiffres au-delà de nos prévisionnels !

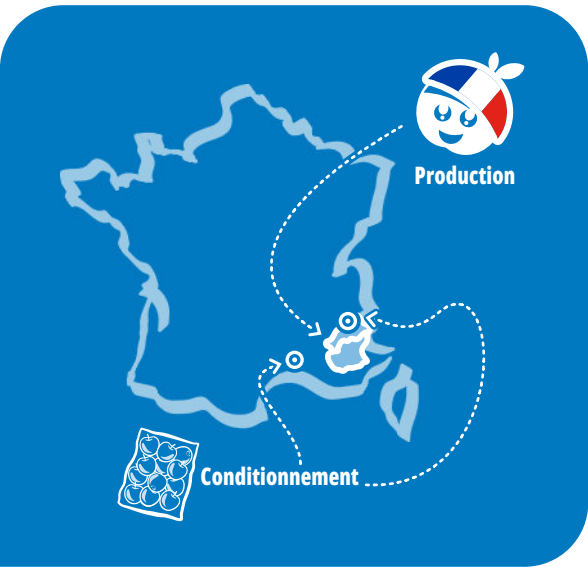


La pomme Golden



Pour clore cette année, la pomme solidaire est arrivée dans les magasins en octobre. Les difficultés économiques empêchent le renouvellement des vergers chez les producteurs, qui produisent une majorité de pommes de petits calibres et de catégorie II.

Un cahier des charges clair, une filière structurée et une co-construction de la juste rémunération ont été mis en place pour tenter d’inverser la tendance. 38 producteurs situés dans les Alpes de Haute-Provence et dans les Hautes-Alpes ont rejoint la démarche.



Les enseignes qui référencent en 2025 nos fruits et légumes CQLP :

	Carrefour	E.Leclerc	Auchan	Intermarché	Coopérative U	MATCH	chronodrive
	X	✓	✓	X	✓	✓	✓
	X	✓	✓	X	X	✓	✓
	X	✓	✓	X	X	✓	✓
	X	✓	✓	X	X	✓	✓
	✓	✓	✓	X	X	✓	✓



2. NOS NOUVEAUX PRODUITS DE CRÈMERIE

Le lait sans lactose



Il est arrivé en rayon en toute fin d'année 2024, suite à une consultation sociétales pour étendre notre gamme de laits solidaires et proposer une alternative aux personnes étant à la recherche d'un **lait plus facile à digérer**. Il a donc fait son arrivée en 2025 dans les rayons des magasins Carrefour, Auchan, Leclerc et Intermarché. **Près de 400 000 briques** de lait sans lactose ont ainsi été vendues dans ces 4 enseignes au cours de l'année.

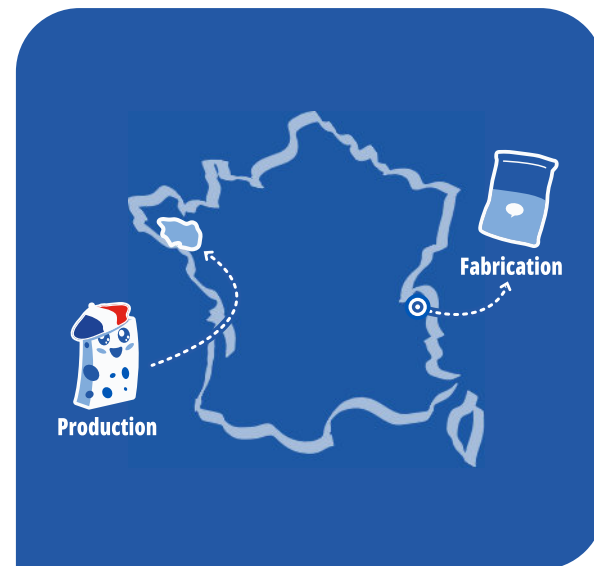


L'emmental râpé



Voté début 2025 et lancé en septembre, cet emmental est le produit le plus attendu par les consommateurs depuis la création de notre initiative. Il permet de rémunérer justement les éleveurs et de consommer un produit équitable et français, alors qu'un quart des emmentals sont importés.

Développé avec la coopérative SODIAAL, déjà partenaire pour notre beurre bio, chaque paquet vendu valorise **2,2 litres de lait et soutient 28 exploitations bretonnes**. Les éleveurs respectent le même cahier des charges que celui des autres produits laitiers. Ainsi, les éleveurs ont engagé une transition vers une alimentation sans OGM et sont certifiés depuis le 1er janvier 2026. Cet emmental se distingue aussi par une recette sans féculé de pomme de terre.



- Référencé dans 3 enseignes majeures : Carrefour, Leclerc et Auchan.



- 183 324 sachets d'emmental vendus entre septembre de décembre 2025.



Thierry Daniel, producteur de lait dans le Morbihan

La Raclette



En 2024, nous avons voté la création de la raclette CQLP pour venir en aide à la fromagerie d'Entrammes, ses 22 salariés et 32 familles de producteurs de lait de foin bio situés en Mayenne (53).

Le lait de foin certifié STG (Spécialité traditionnelle garantie) est un **cahier des charges traditionnel** et de

haute qualité **reconnu par l'Union Européenne**. L'alimentation des vaches, garantie sans aliment fermenté ni OGM, se compose essentiellement d'herbe fraîche et de légumineuses pendant l'été, et de foin en hiver.

Après une suspicion de contamination en 2024, le lancement de la raclette solidaire avait tout d'abord dû être repoussé par mesure de sécurité, empêchant la création de stocks.

Finalement lancée en septembre 2025, les enseignes Carrefour et Franprix se sont engagées à la proposer dans leurs rayons. Puis ce fut au tour de l'enseigne Coopérative U de passer commandes pour ses magasins situés dans la région Ouest.

Malgré l'importante mobilisation de tous, producteurs, salariés de la fromagerie, distributeurs et consommateurs, les ventes réalisées par la fromagerie n'ont pas réussi à compenser les difficultés financières accumulées. La fromagerie a donc demandé son placement en redressement judiciaire le 09 février 2026, dans le but de trouver un repreneur permettant de maintenir l'activité.



Pour alerter sur l'urgence pour la fromagerie d'Entrammes : visite impromptue à l'Élysée où nous avons été reçus par le chef des cuisines, raclette géante en Mayenne réunissant producteurs et distributeurs, et mobilisation des consommateurs pour demander son référencement en magasin.



Lancement de la raclette le 10 octobre 2025

3. L'ÉVOLUTION DE NOTRE JUS DE POMME

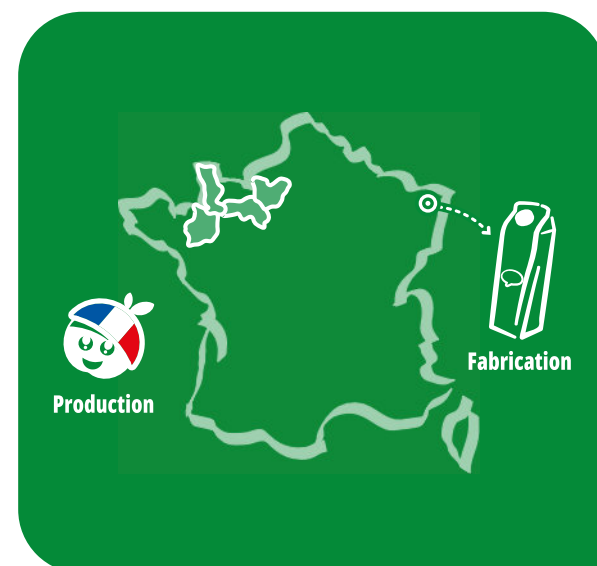
Le jus de pomme 33cl

La filière du jus de pomme a été retravaillée pour augmenter l'impact d'une juste rémunération chez les producteurs et limiter les intermédiaires. À la suite d'une consultation sociétaires, votée positivement à 97,13%, 16 producteurs de pommes à jus en Bretagne et en Normandie fournissent désormais leurs pommes pour le jus de pomme et la **briquette de la SNCF**.



Le nectar de pomme 20cl

Depuis septembre 2025, le **nectar de pommes**, dont la création a été confirmée à 83,39% permet de valoriser 700 000L de jus **chez Burger King**. Un produit dont le cahier des charges se différencie par un taux de sucre plus faible. Cette nouvelle opportunité RHF permet d'augmenter le litrage valorisé dans les exploitations.



Nos miels quittent les rayons

En janvier 2018, nous avons collectivement voté la création de deux pots de miels CQLP. Grâce à nos achats solidaires, plus d'une quinzaine d'apiculteurs ont été soutenus dans près de 10 départements. Fin 2024, le tribunal de commerce a prononcé la liquidation de Culture Miel, qui conditionnait et commercialisait nos miels. La production s'est arrêtée à ce moment, les stocks étant écoulés jusqu'en 2025.



6. LA VIE DE LA COMMUNAUTÉ



Visite sociétaire pour nos oeufs



Visite sociétaire pour notre emmental



Crêpe party pour fêter les 1 millions de briques de lait bio vendues

6. LA VIE DE LA COMMUNAUTE

Au 31 décembre 2025, La Société des Consommateurs compte 16 992 sociétaires, soit 1513 nouveaux sociétaires par rapport à 2024. Les régions Île de France (30,4%) et Auvergne-Rhône-Alpes (14,8%) sont les plus représentées.

Le Salon de l'Agriculture reste un moment fort de la coopérative (+ 448 sociétaires) même si en 2025, l'accueil de nouveaux sociétaires s'est fait de façon progressive tout au long de l'année.

1. NOTRE MOBILISATION COLLECTIVE

159 journées d'animations ont été organisées avec 89 sociétaires et 225 producteurs.

Les animations sont clé pour faire connaître l'initiative aux consommateurs et remercier ou encourager les magasins à distribuer nos produits. Ce sont des moments de rencontre et d'échanges importants dans la vie de la coopérative, entre producteurs, consommateurs et magasins. 2025 a été marquée par l'organisation de 7 animations entièrement auto-portées par un ou une sociétaire. Merci à Christophe, Jean-François, Magalie, Fanny, et Jean-Marc pour leur engagement! 🙏

55 tournées organisées avec des sociétaires. Les tournées sont complémentaires aux animations. Elles permettent de vérifier la présence de nos produits dans les magasins d'un secteur et de créer un premier lien avec les directeurs des magasins. Pour plus d'impact, elles sont généralement faites en compagnie d'un sociétaire, client des magasins.

Nos décisions collectives

Cette année a été rythmée par 10 consultations qui portaient sur :

- L'évolution du Prix Voté Conseillé à la suite de changements de coûts de production : pour les œufs bio et plein air, les beurres de baratte, le concassé de tomates et les beurres bio.
- Le changement d'un élément du cahier des charges d'un produit: le jus de pomme (changement de filière), la crème UHT, les yaourts vanille (fléchage des centimes destinés initialement aux planteurs de vanille), les beurres de baratte.
- La création d'un produit ou lancement d'un projet: le moelleux, le nectar de pomme.

Pour chacune de ces consultations, entre 307 et 883 sociétaires ont participé au vote, étant précisé que les consultations sur la création d'un produit sont ouvertes à tous les consommateurs tandis que les consultations concernant l'évolution d'un produit existant sont uniquement réservées aux sociétaires de la coopérative.



Nos rencontres avec les producteurs

Toute l'année, les temps de rencontre se poursuivent avec les producteurs, afin de faire des points d'étape sur les actualités de la démarche, le cahier des charges & la rémunération, le suivi des ventes, les actions réalisées collectivement, et enfin les actions à venir. C'est aussi un moment de vie important et convivial de l'initiative, où nous pouvons nous retrouver, prendre le temps d'échanger avec les producteurs (et entre eux également), et partager un déjeuner.



"Merci pour ce que vous faites pour nous les agriculteurs. J'ai fait cette animation avec plaisir pour faire découvrir tous les produits CQLP."

Damien, producteur d'oignons CQLP



"Grace à CQLP, au contact des consommateurs, des responsables de magasin, nous producteurs avons retrouvé du sens dans ce qu'on fait, on sait pourquoi on se lève le matin et on a retrouvé le sourire. Si seulement tous les agriculteurs pouvaient retrouver le sourire..."

Nicolas, producteur de lait CQLP





Plus d'informations aux sociétaires

En 2025, l'équipe Communauté a poursuivi ses missions d'accompagnement avec l'arrivée de nouveaux outils permettant de fluidifier l'animation de la communauté et de créer du lien entre sociétaires et producteurs.

- **La newsletter hebdomadaire:** les rencontres, événements et décisions collectives y sont partagés chaque semaine. Un travail de refonte a été mené en 2025 afin de faciliter sa lecture et de renforcer l'informations locale.
- **Les groupes WhatsApp:** de nouveaux groupes régionaux ont été créés (Nord, Grand Ouest, Auvergne Rhône Alpes, et Ile de France) pour agir localement et permettre la rencontre entre sociétaires d'une même région. Des groupes WhatsApp d'ambassadeurs ont également été créés pour accompagner le lancement des nouveaux produits (fruits et légumes, emmental et raclette). Ils ont permis une mobilisation plus ciblée et intensive de sociétaires souhaitant jouer un rôle plus grand dans la coopérative.
- **Le parcours d'accueil des nouveaux sociétaires** a été repensé autour de deux temps forts : une visio d'accueil mensuelle qui permet de présenter la démarche aux nouveaux sociétaires, en présence d'un sociétaire actif, et l'apéros d'accueil qui permet de mettre en lien les sociétaires d'une même région.

Et des outils au service de notre communauté

La modernisation des technologies utilisées au sein de la démarche s'est poursuivie.

- Courant 2025, les équipes se sont dotées d'un CRM permettant d'assurer le suivi de la base des contacts (sociétaires, producteurs, distributeurs, fabricants) et les événements organisés (animations, tournées, visites sociétaires, rendez-vous enseigne).
- Abandon progressif des technologies obsolètes.
- Le site web a continué d'évoluer pour renforcer la mobilisation et l'adhésion à notre démarche :
- Mise en place d'une carte de France affichant la présence des produits CQLP.
- Ajout d'une page pour lister les produits qui peuvent être commandés dans chaque enseigne et chaque département.
- Retravail de la page "Se mobiliser" pour accompagner les internautes dans la mobilisation et les guider vers l'adhésion en tant que sociétaire.

Un travail de refonte a également été lancé en 2025 sur l'espace réservé aux sociétaires. Un groupe de travail intégrant des sociétaires a été constitué afin de réfléchir aux évolutions du futur espace. Objectifs :

- Réorganiser l'espace sociétaire pour faciliter la participation et l'action des sociétaires dans la communauté.
- Rendre plus visible les événements ouverts à la communauté.



2. CONFORMITÉ ET TRANSPARENCE

Les visites sociétaires, un moment clé dans la vie de la démarche

20 visites sociétaires ont été effectuées en 2025 sur 21 produits réunissant **126 sociétaires**.



Ces visites permettent à une dizaine de sociétaires en moyenne de vérifier les différents points des cahiers des charges et de s'assurer de la réalité de l'impact de nos produits sur la rémunération des producteurs. Elles offrent un nouvel espace d'échange entre consommateurs, producteurs de la démarche et partenaires fabricants.

Lorsque les producteurs ne sont pas situés à côté des partenaires fabricants, des « doubles-visites » ont été organisées.

Les contrôles Bureau Veritas

En plus de nos visites sociétaires qui permettent de s'assurer du respect des cahiers des charges votés et que la juste rémunération des producteurs est une réalité, nous faisons appel chaque année à **un certificateur externe qui réalise des contrôles officiels de respect de nos cahiers des charges.**



Le déploiement des contrôles par un certificateur externe (Bureau Veritas) s'est poursuivi en 2025. La totalité des produits commercialisés ont été contrôlés. L'ensemble des pro-

duits contrôlés fait l'objet de plans de contrôles annuels destinés à vérifier les points des cahiers des charges, côté production et côté fabrication. L'un de ces contrôles a eu lieu en présence d'un sociétaire de notre démarche pour la toute première fois.

En 2025, 183 contrôles ont été réalisés, parmi lesquels :

- 141 sur la filière lait
- 31 sur les fruits / légumes / œufs / farine

Au cours de ces contrôles, 40 non-conformités ont été remontées, liées principalement à des aspects administratifs (documents manquants ou version non actualisée du cahier des charges) qui ont été rapidement réglées.

Nous avons également travaillé en collaboration avec Bureau Veritas à la réalisation d'une **grille de contrôle de l'équité** de nos produits, adaptée à l'ensemble des filières. L'objectif de ce document est d'attester que les produits de la démarche respectent bien les critères de l'équité posés par la loi française et, à terme, faire reconnaître notre démarche comme système de garantie équitable auprès de tous.

En 2025, cette grille a été déployée sur nos œufs plein air et bio, la farine et les yaourts (11 missions de contrôle liées au contrôle de l'équité), le lait ayant déjà obtenu une certification équitable par ailleurs.



L'ÉQUITABILITÉ EN 7 PRINCIPES

Dans la continuité du travail entrepris en 2024, nous souhaiterions garantir que les produits CQLP s'ancrent dans une démarche de commerce équitable.

Au-delà de la cohérence avec notre démarche - **juste rémunération, engagement pluriannuel, traçabilité, transparence** - et de la volonté de participer à cette façon de voir l'économie, cela pourrait nous aider dans le référencement des produits, notamment en Restauration Hors Foyer (exigences de la loi Egalim : au moins 50% des produits achetés dans la restauration collective doivent être de qualité et durables, dont 20% de bio).

Aux termes de la loi française, telle qu'elle nous est connue à l'heure actuelle, la définition du commerce équitable repose sur 7 critères (ci-contre).

Tout produit "équitable" doit avoir recours à un label ou à un système de garantie équitable.

Nous ne souhaitons pas nous adosser à un label de commerce équitable, lequel serait payé par le consommateur, car nous considérons que nous sommes notre propre système de garantie, raison pour laquelle nous souhaitons faire contrôler le respect du cadre applicable en la matière par un organisme tiers, dans l'attente de la mise en place de la Plateforme RSE qui sera chargée de reconnaître les labels et systèmes de garantie équitable.

Afin de vérifier et de certifier que nos produits respectent ces sept piliers, nous avons travaillé sur une grille de contrôle de l'équité de nos produits, en collaboration avec Bureau Veritas, organisme certificateur externe.

Les contrôles sont déployés progressivement (en 2025 : les œufs, la farine et les yaourts) et réalisés en même temps que les contrôles filière "classiques".

Pour ces trois produits, Bureau Veritas est venu vérifier l'application des 7 critères de l'équité.

Pour les autres produits, ce fut l'occasion de travailler sur certains de ces critères :

- Regrouper les producteurs au sein de structures à gouvernance démocratique : au sein d'une association de producteurs pour nos pommes de terre, nos pommes de table et nos pommes à jus, ainsi que nos oignons et échalotes.
- Flécher les "centimes équitables" destinés au financement de projets collectifs afin de renforcer les capacités et l'autonomie des producteurs.

En 2026, nous chercherons à répondre aux 7 critères légaux pour l'ensemble de nos produits qui feront tous l'objet d'un audit, à l'exception des produits sur lesquels on travaille encore sur "le versement d'un montant supplémentaire destiné au financement de projets collectifs" (beurre de baratte) et de ceux dont la commercialisation s'arrête en cours d'année (raclette et purées de pommes).



Audit Bureau Veritas pour notre beurre bio



3. ON PARLE DE NOUS

Nous avons souhaité faire connaître encore davantage notre démarche de consommateurs pour toucher plus de monde, soutenir toujours plus de producteurs et renforcer la transparence dans les rayons pour pérenniser notre aventure collective. Cette année a marqué un vrai tournant, avec un gain significatif en notoriété, en visibilité et en pédagogie autour de notre engagement collectif.

Sur les Réseaux Sociaux

Cette année, **24 500 nouveaux abonnés ont rejoint nos communautés en ligne** (partagées entre Facebook, LinkedIn et Instagram). L'objectif de nos réseaux est de permettre à tous de comprendre le lien entre l'importance du soutien aux producteurs et le pouvoir des consommateurs. Pour ce faire, nos contenus reposent sur 3 piliers : la pédagogie, le partage et la transparence. Pour faire passer efficacement nos messages, nous continuons de privilégier le format vidéo, plus engageant et pédagogique et qui permet de donner la parole de façon vivante à tous les acteurs de l'initiative (producteurs, consommateurs, sociétaires...).

Les réseaux sociaux sont un pilier important de notre aventure, car ils permettent de tous nous rassembler, même à distance : nous suivons les évolutions et grands temps forts de la démarche et des produits, nous échangeons sur des sujets d'actualité, et surtout nous montrons, à travers chaque succès, actions de terrain, apprentissages (...), qu'ensemble nous pouvons changer les choses (et que ça marche !).

Nos réseaux en quelques chiffres...

71 527 abonnés sur Facebook
21 001 sur Instagram
63 848 sur LinkedIn
60% de  **40%** d' 
 Les **25 - 44 ans** sont les + représentés

Le top 3 des meilleurs posts sur les 205 posts publiés cette année :

N°1 : Lait bio : cap des 1M de briques vendues

N°2 : Loi Duplomb : seule la juste rémunération des producteurs est une solution

N°3 : Les cerises : premier jour en rayon et carton plein



Dans la presse

En 2025, ce sont au total **899 articles** qui ont parlé de l'initiative, dont **70 passages à la télévision**, **435 en presse écrite**, **70 en radio** et **324 articles et mentions web**. Par rapport à 2024, c'est **+17,66%** !



Les temps forts de nos prises de parole dans les médias :

Fin janvier : diffusion du dossier de presse fruits et légumes solidaires en 2025.

Fin février : l'émission 7 à 8 en plein salon de l'agriculture et le passage du Président Emmanuel Macron sur notre stand.

3 juin : tournée presse des cerises et journée de lancement des fruits et légumes.

15 septembre : dossier de presse "Rentrée solidaire" avec un focus sur notre raclette.

Les relations publiques et les évènements

En 2024, nous avons multiplié par 4 le nombre de rencontres/évènements/conférences en répondant positivement à presque toutes les demandes entrantes. En 2025, nous avons préféré prioriser certains temps forts et prises de parole stratégiques pour faire avancer plus rapidement le soutien aux producteurs, tel que :

- **ChangeNow avec Ramdam et MicroDon**, la table ronde du média "Stratégies" sur la responsabilité sociale des entreprises.
- **La table ronde C3D** avec Fabrice Bonnifet, l'évènement "Sacré français" sur la résilience et la transparence.
- **La conférence Sciences Po Paris** sur "la construction d'un rapport de force citoyen autour du juste prix".
- **Un TedX** sur le thème "D'un partage du monde à un monde du partage".
- Deux interventions auprès de **la Convention des Entreprises pour le Climat**.



Et bien sûr, ces 3 évènements qui ont rythmé notre année :

- Du 22 février au 2 mars, le **Salon international de l'agriculture 2025**
- Le 3 juin, la journée de **lancement des fruits et légumes**
- Et le 9 octobre, la **journée de lancement de la raclette** en Mayenne (9 octobre)



7. LES PRIORITÉS 2026

Si 2025 fut une année clé pour structurer, affirmer et accélérer notre impact, 2026 sera une année de renforcement de nos positions. Autour de 3 enjeux prioritaires:

1. FAIRE DES 7 LANCEMENTS PRODUITS UN SUCCÈS DANS LES RAYONS EN 2026

En 2026, notre premier enjeu est simple : faire en sorte que nos nouveaux produits soient vraiment trouvables et achetés en magasin. **En 2025, nous avons lancé 7 produits (dont 5 en fin d'année) : le lait sans lactose, la raclette, l'emmental râpé, les cerises, les pommes, les oignons et les échalotes.** Maintenant, il faut transformer l'essai. "Réussir les lancements", ça veut dire : être référencés en magasins, être bien placés en rayon, faire connaître les produits et surtout faire en sorte que les ventes durent dans le temps. Plus nos produits se vendent, plus nous pourrons garantir un prix juste et durable aux producteurs.

Nous partons d'une base solide. Côté fruits et légumes, nous allons bien sûr aller chercher de nouvelles enseignes. Notre objectif est de valoriser un volume toujours plus important de la production côté producteurs pour atteindre en 2026 : **40% sur la cerise (soit 155 tonnes), 12% sur l'oignon (773 tonnes), 5% sur l'échalote (37 tonnes) et 4% sur la pomme (250 tonnes).**

Sur les produits laitiers, **la volonté est que l'emmental râpé garde une très bonne présence en magasin et progresse dans plusieurs enseignes**, afin de faire progresser la part des volumes valorisés pour les producteurs. **Le lait dé lactosé suit la même trajectoire, avec une présence qui s'élargit et des ventes qui montent.** Et la première saison de **notre raclette qui a débuté en septembre 2025 et s'achèvera en avril 2026.** Malheureusement, à l'heure où nous rédi-

geons ce rapport, la fromagerie, qui fait face à une accumulation de dettes importantes, a été placée en redressement judiciaire et recherche activement un repreneur.

Pour soutenir tous ces lancements en 2026, nous allons continuer à être très présents sur le terrain, avec des animations en magasin (158 sont prévues) et des rencontres avec les producteurs et les enseignes, y compris via une dizaine de fermes/enseignes (les responsables de magasin viennent dans une ferme sur une journée). Les prochains chantiers sont d'organiser un vrai plan de déploiement par enseigne et par région, de renforcer nos outils pédagogiques en rayon et de suivre de près quelques indicateurs (présence, mises en avant, volumes) pour pouvoir corriger plus rapidement ce qui bloque.



2. INTENSIFIER LA MOBILISATION TERRAIN EN CRÉANT UNE ÉQUIPE D'AMBASSADEURS MAGASINS ET EN STRUCTURANT LE DÉPLOIEMENT DES RÉFÉRENTS LOCAUX

En 2026, nous voulons renforcer notre présence en magasin en créant un nouveau rôle : **l'ambassadeur magasin.**

Son rôle est très concret : être sur le terrain, dans les magasins, créer ou garder le lien avec les magasins, faire connaître la démarche au plus grand nombre, aider à mieux installer nos produits en rayon, organiser des temps forts avec les enseignes, et résoudre rapidement ce qui bloque.



L'objectif est très clair : faire connaître notre démarche au maximum de magasins, rendre nos produits plus visibles et plus faciles à trouver pour les consommateurs, pour que les ventes progressent et que le soutien aux producteurs soit toujours plus important.

En parallèle, nous voulons renforcer le rôle du **réfèrent local**, en le plaçant au cœur de la communauté des sociétaires, producteurs, ambassadeurs magasins et du tissu local.

Créé en 2023, l'expérience a montré que ce rôle est incontournable pour faire vivre une vraie dynamique près de chez soi. L'enjeu est de pouvoir proposer à toutes celles et ceux qui le souhaitent des actions faciles et accessibles, même avec peu de temps disponible, pour soutenir les producteurs. Et pour celles et ceux qui veulent s'engager davantage, il s'agit aussi de



pouvoir organiser plus efficacement des animations avec les producteurs et les sociétaires en magasin pour faire connaître la démarche et peser davantage. Le lien entre l'ensemble de la communauté en région est au cœur du rôle du référent local.

En 2026, nous nous emploierons donc à définir clairement ces deux rôles, les lancer dans des zones prioritaires, leur donner des outils simples pour agir (messages, supports, idées d'actions), et coordonner la communauté et ses parties-prenantes, **pour que l'énergie du terrain se transforme en résultats concrets en magasin.**



3. FAIRE DU “POUVOIR DE CONSOMMATION” UNE PRISE DE POSITION PHARE, MOBILISATRICE ET VISIBLE

En 2026, nous voulons porter haut et fort notre voix de consommateurs en faisant de notre “pouvoir de consommation” une prise de position claire, visible et mobilisatrice.

Aujourd’hui, on nous réduit souvent à de simples acheteurs, avec l’idée que seul le “pouvoir d’achat” compte.

Pourtant, chaque euro dépensé façonne le monde dans lequel on vit : il peut soutenir (ou fragiliser) des producteurs, encourager (ou freiner) certaines façons de produire et influencer ce que l’on trouve dans les rayons.

Notre enjeu ici est de mieux faire comprendre à quel point le consommateur peut être acteur, dès lors qu’il a toutes les informations nécessaires pour choisir (c’est la transparence que nous demandons) et que ces choix sont faits collectivement (mobilisation collective autour de laquelle s’est construit notre modèle).

“Chaque euro dépensé façonne le monde dans lequel on vit”



Cette prise de position est d’autant plus importante qu’en rayon, il y a de plus en plus d’allégations de “juste prix” ou “soutien aux producteurs”, sans preuves claires : plus de 8 briques de lait sur 10 le revendiquent sans pouvoir l’étayer.

Nous voulons remettre de la clarté et de la confiance, en expliquant simplement ce que nous défendons depuis le début : des engagements concrets et vérifiables, construits avec les consommateurs et utiles aux producteurs.



Pour y arriver, nous travaillons à :

- **Mieux sensibiliser** le grand public avec des contenus pédagogiques très accessibles sur notre pouvoir de consommateurs (les conséquences de nos achats, “le vrai prix” de nos choix).
- Faire de nos canaux de communication (site web, newsletters ou groupes WhatsApp) **de vrais leviers d’engagement**, pour que chacun puisse agir à son niveau : participer, acheter, vérifier, partager, se rassembler.
- Poser des bases en relations publiques, pour que **cette voix des consommateurs existe davantage** dans le débat.



Enfin, 2026 sera l’année de nos 10 ans, et ce sera un accélérateur :

- des temps forts en magasin (animations, mise en avant spéciale 10 ans),
- des événements en région
- des moments de vie avec la coopérative (comme une soirée 10 ans ou un magazine anniversaire)

Pour **rassembler, donner envie d’agir** et montrer que la mobilisation collective peut **faire bouger les lignes**.



8. NOTRE GOUVERNANCE

- Le renouvellement pour un nouveau mandat de 2 ans de Clément Coussement, Régis Mainguy, Régis Neugnot et Wilfried Paccaud du collège des "Agriculteurs",
- La nomination pour un mandat de 2 ans de Damien Fillon et du futur représentant de l'APLBC qui sera nommé par décision du Conseil d'administration de l'APLBC, au sein du collège des "Agriculteurs".
- La nomination pour un mandat de 2 ans de Marie Roquette et Julie Levesque pour représenter les salariés de la démarche

CONSOMMATEURS



Grégory Faure



Eric Breton



Violaine Pierre



Olivier Dauvers



Eric Lescurieux



Christian Meiller

FONDATEURS



Laurent Pasquier



Nicolas Chabanne

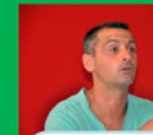
PRODUCTEURS



Olivier Legrand



Régis Neugnot



Wilfried Paccaud



Clément Coussement



Régis Mainguy



Isabelle Garnier

SALARIES*



Théo Trichard



Franck Paillaret

* Juridiquement dans le Collège des partenaires car salariés des autres structures de la démarche

Sur 2025, le mandat des administrateurs nommés et élus lors de l'Assemblée générale du 1er juin 2024 s'est poursuivi.

Le Conseil a examiné la situation des mandats des administrateurs et constate que les mandats des administrateurs du collège des consommateurs, producteurs et salariés arrivent à leur terme lors de l'Assemblée générale du 30 mai 2026. Il sera procédé à leur renouvellement ou à leur nomination selon la procédure suivante :

- Le renouvellement pour un nouveau mandat de 2 ans des 6 administrateurs "Consommateurs"

Le rôle du Conseil d'administration

Pour rappel, les administrateurs ont pour mission de :

- 👉 Administrer : admission & radiation des sociétaires, organiser le remboursement des parts sociales, gréer les nouveaux sociétaires, arrêter les termes du rapport de gestion, convoquer notre Assemblée Générale, etc
- 👉 Mais aussi de s'assurer que nous tous, sociétaires, sommes tous bien impliqués dans les décisions en soutien aux producteurs, de réfléchir aux méthodologies de prise de décision en collectif
- 👉 Et d'être une courroie de transmission

Activité du Conseil d'administration

En 2025, le Conseil d'administration de la coopérative a tenu cinq réunions au cours desquelles il a exercé ses missions d'agrément des nouveaux sociétaires, réélection du Président du Conseil d'administration, validation des priorités sur l'année, validation des comptes et du budget, organisation des réunions du Conseil, et des permanences et des groupes de travail, etc. Ce fut l'occasion pour le Conseil d'être informé et d'échanger sur les chantiers en cours et les actualités de notre démarche.

Le Conseil a également tenu deux permanences sociétaires à l'occasion desquelles il nous était donné la possibilité de poser toutes nos questions.

Enfin, l'année 2025 a vu se tenir plusieurs groupes de travail sur diverses thématiques. Ont notamment été abordés :

- La rédaction du rapport de gestion
- Le rayonnement de notre Assemblée générale
- La robustesse des exploitations

Le travail initié en 2024 sur une charte des valeurs et de la coopération, visant à servir de cadre aux échanges du Conseil d'administration, a quant à lui été mis en pause au cours de l'année et sera relancé en 2026 par le Conseil d'administration dans sa nouvelle composition.

La robustesse de nos fermes

Constitué en fin d'année 2025, un groupe de travail a mobilisé 4 membres du CA afin de réfléchir aux liens qui peuvent exister entre juste rémunération et évolution des pratiques agricoles. Ils ont pu apporter leur regard sur les différentes étapes du projet et les livrables, la création du questionnaire pour faire remonter les attentes des sociétaires, ou encore la méthode d'interview des producteurs. Ce projet se poursuivra jusqu'en 2027.

Missions statutaires

Gouvernance

- 👉 Définit les orientations stratégiques de la Coopérative
- 👉 Nomme et révoque le Président et/ou le Directeur général
- 👉 Etablit le règlement intérieur
- 👉 Valide le budget
- 👉 Autorise certaines actions de la direction générale prévues statutairement
- 👉 Autorise les conventions réglementées

Administration

- 👉 Administre les cessions de parts, l'admission et la radiation des sociétaires
- 👉 Organe disciplinaire de la coopérative
- 👉 Organise le remboursement des parts sociales
- 👉 etc.

Organisation de l'AG

- 👉 Arrête le rapport de gestion et les comptes de l'exercice clos
- 👉 Convoque l'AG et les arrête son ordre du jour
- 👉 Organise et encadre la procédure électorale du Conseil d'administration

9. ACTIVITÉS SPÉCIFIQUES À MENTIONNER

1. EVÈNEMENTS INTERVENUS DEPUIS LA CLÔTURE DE L'EXERCICE

Il est précisé en application de l'article L.232-1 du Code de commerce, qu'aucun évènement important n'est survenu entre la date de la clôture de l'exercice et la date à laquelle le présent rapport de gestion est établi.

2. ACTIVITÉS EN MATIÈRE DE RECHERCHE ET DE DÉVELOPPEMENT

Il est précisé en application de l'article L. 232-1 du Code de commerce, que la Société n'a effectué aucune activité de recherche et de développement au cours de l'exercice écoulé.

3. FILIALES ET PARTICIPATIONS

Au titre de l'exercice écoulé, suite à l'augmentation de capital de la société C'est qui le Patron ?! et à l'émission d'une action de préférence d'une valeur nominale de dix euros (10€), la Société a pris une participation au capital de cette dernière.

Le but de cette opération est de protéger la marque C'est qui le Patron ?! en la liant irrémédiablement à la coopérative qui détient un droit de veto sur la cession des marques à un tiers et la cession/prise de participation de plus de 50% des actions de CQLP à/par un tiers.

4. CONVENTIONS RÉGLEMENTÉES

Conventions conclues par un dirigeant ou un actionnaire significatif de la société mère avec une filiale :

Néant

Liste des conventions intervenues, directement ou par personne interposée, entre, d'une part l'un des membres du directoire ou du conseil de surveillance, le directeur général, l'un des directeurs généraux délégués, l'un des administrateurs ou l'un des actionnaires disposant d'une fraction des droits de vote > à 10 % de la SA et, d'autre part, une autre société dont cette dernière possède, directement ou indirectement, plus de la moitié du capital, à l'exception des conventions portant sur des opérations courantes et conclues à des conditions normales (l. 225-37-4) :

Nous vous indiquons que deux conventions visées à l'article L. 225-38 du Code de commerce sont intervenues au cours de l'exercice écoulé :

- Un avenant à la convention conclue le 15 mai 2017 entre La Société des Consommateurs et la société C'est qui le Patron ?!, autorisée par le Conseil d'administration en application des dispositions de l'article L. 225-38 du Code de commerce et poursuivie au cours de l'exercice écoulé.
- Cette convention a pour objet l'assistance et le service sur le choix des produits commercialisés, l'élaboration des cahiers des charges, la mise en œuvre des contrôles et la gestion du site internet. L'avenant signé le 6 août 2025 porte sur une augmentation du montant des prestations de La Société des Consommateurs facturées à la société C'est qui le Patron ?!, correspondant à la hausse d'activité suscitée par le développement de l'initiative et des moyens mis en place. Cette convention, d'une durée de cinq (5) ans, a démarré au jour de la signature du contrat et est renouvelée par tacite reconduction pour des périodes successives de vingt-quatre (24) mois entiers et consécutifs.
- La convention conclue le 6 janvier 2020 entre La Société des Consommateurs et la société LMDM, autorisée par le Conseil d'administration en application des dispositions de l'article L. 225-38 du Code de commerce et poursuivie au cours de l'exercice écoulé. Cette convention a pour objet l'assistance de

LMDM au bénéfice de la Société en matière de gestion, financière, fiscale, de ressources humaines, juridique, administrative, informatique, commerciale, de graphisme et de communication. Un nouveau mode de calcul de la rémunération de la société LMDM par la Société des Consommateurs en contrepartie de l'exécution des prestations a été mis en place fin 2023, permettant de tenir compte des frais de gestion réels. Cette convention, conclue pour une durée indéterminée, a démarré au 1er janvier 2020.

- La convention conclue le 6 janvier 2020 entre La Société des Consommateurs et la société CQLP, ayant pour objet le service sur l'organisation d'évènements et de rencontres entre les différentes partenaires de l'initiative et le développement de la communauté de sociétaires, a été résiliée à compter du 1er janvier 2025, cette activité étant dorénavant assurée intégralement par l'équipe salariée de La Société des Consommateurs.

Nous vous précisons que le commissaire aux comptes de la Société en a été régulièrement informé pour les besoins de l'établissement de son rapport spécial.

L'autorisation donnée a été motivée par le Conseil d'administration au regard de l'intérêt de ces conventions pour la Société et les conditions financières de ladite convention ont été précisées, conformément aux dispositions de l'article L. 225-38 du Code de commerce.

5. INFORMATIONS SUR LES MANDATAIRES SOCIAUX

Conformément aux dispositions de l'article L.225-37-4 du Code de commerce, nous vous communiquons ci-après la liste de l'ensemble des mandats et fonctions exercés dans toute société par chacun des mandataires sociaux de la Société durant l'exercice écoulé.

- Monsieur Eric BRETON administrateur, Activités exercées dans d'autres sociétés :
 - néant

- Monsieur Nicolas CHABANNE, administrateur et Président Directeur Général de la Société, Activités exercées dans d'autres sociétés :
 - Directeur Général de C'EST QUI LE PATRON
 - Président de LMDM
 - Président de LES NOUVEAUX PROJETS
 - Président-Directeur Général de LA SOCIÉTÉ DES CONSOMMATEURS – LA SUITE
 - Président de LES GUEULES CASSEES
- Monsieur Clément COUSSEMENT, administrateur, Activités exercées dans d'autres sociétés :
 - Gérant Associé de SCI F.A.F.O
 - Gérant de EARL MC2
 - Associé du GFA COUSSEMENT
- Monsieur Olivier DAUVERS, administrateur, Activités exercées dans d'autres sociétés :
 - Gérant de EDITIONS DAUVERS
 - Gérant Associé de LUJURA IMMOBILIER
 - Président de LUJURA 2
 - Gérant Associé de LES PURPARENNAIS
- Monsieur Grégory FAURE, administrateur, Activités exercées dans d'autres sociétés :
 - néant
- Madame Isabelle GARNIER, administratrice, Activités exercées dans d'autres sociétés :
 - néant
- Monsieur Olivier LEGRAND, administrateur, Activités exercées dans d'autres sociétés :
 - Gérant de GAEC DES PERNETS
- Monsieur Eric LESCURIEX, administrateur, Activités exercées dans d'autres sociétés :
 - néant

- Monsieur Régis MAINGUY, administrateur,**
Activités exercées dans d'autres sociétés:
 - Gérant de GAEC PIERRE BLANCHE
 - Gérant Associé du GFA IMMO PIERRE BLANCHE
- Monsieur Christian MEILLER, administrateur,**
Activités exercées dans d'autres sociétés:
 - néant
- Monsieur Régis NEUGNOT, administrateur,**
Activités exercées dans d'autres sociétés:
 - Gérant de EARL NEUGNOT REGIS
 - Administrateur de COOPERATIVE LAITIERE DE COTE D'OR
- Monsieur Wilfried PACCAUD, administrateur,**
Activités exercées dans d'autres sociétés:
 - Gérant de GAEC DES MIRTANGES
 - Président de SCA BRESSE VAL DE SAONE
- Monsieur Franck PAILLARET, administrateur,**
Activités exercées dans d'autres sociétés:
 - Président de SAS LES AFFRANCHIS
- Monsieur Laurent PASQUIER, administrateur,**
Activités exercées dans d'autres sociétés:
 - Président de EPP ENTRE PARTIES PRE-NANTES
 - Gérant Associé de SCI KATHELY
 - Gérant de SCI EUGENIE
- Madame Violaine PIERRE, administratrice,**
Activités exercées dans d'autres sociétés:
 - néant
- Monsieur Théo TRICHARD, administrateur,**
Activités exercées dans d'autres sociétés:
 - néant

Délégations de signature :

Une délégation de signature a été signée le 16 janvier 2025 au bénéfice de Madame Marie Roquette, coordinatrice pour la communauté des sociétaires, qui se voit confier un pouvoir de représentation pour certains actes de la Société :

- Tout contrat conclu entre un fournisseur et la Société, dès lors que ledit contrat entre dans la gestion courante de la vie de la Société, pour un montant qui ne peut excéder 20.000€,
- Tout acte commercial de la Société ou tout acte concernant la communication de la Société visant à développer les valeurs et les projets portés par cette dernière, pour un montant qui ne peut excéder 20.000€.



6. INFORMATIONS RELATIVES AUX DÉLAIS DE PAIEMENTS DES FOURNISSEURS ET DES CLIENTS

En application des dispositions du Code de commerce, nous vous indiquons la décomposition, conformément aux modèles établis par l'arrêté du 20 mars 2017 des délais de paiement de nos fournisseurs et clients, faisant apparaître les factures reçues et émises non réglées à la date de clôture de l'exercice dont le terme est échu.

	Article D. 441 I, 1° du Code de commerce : Factures reçues non réglées à la date de clôture de l'exercice dont le terme est échu				
	1 à 30 jours	31 à 60 jours	61 à 90 jours	91 jours et plus	Total (1 jour et plus)
(A) Tranches de retard de paiement					
Nombre de factures concernées	9				
Montant total des factures concernées TTC	8 158,25 €	5 783,64 €	1 224,00 €	0,00 €	15 165,89 €
Pourcentage du montant total des achats de l'exercice TTC	2,08 %	1,48 %	0,31 %	0,00 %	3,87 %
Pourcentage du chiffre d'affaires de l'exercice	1,78 %				
(B) Factures exclues du (A) relatives à des dettes et créances litigieuses non comptabilisées					
Nombre de factures exclues	/				
Montant total des factures exclues TTC	/				
(C) Délais de paiement de référence utilisés (contractuel ou délai légal - article L 441-6 ou article L 441-3 du Code de commerce)					
Délai de paiement utilisés pour le calcul des retards de paiement	Délais légaux : 60 jours				

	Article D. 441 I, 2° du Code de commerce : Factures émises non réglées à la date de clôture de l'exercice dont le terme est échu				
	1 à 30 jours	31 à 60 jours	61 à 90 jours	91 jours et plus	Total (1 jour et plus)
(A) Tranches de retard de paiement					
Nombre de factures concernées	0				0
Montant total des factures concernées TTC	/	/	/	/	/
Pourcentage du montant total des achats de l'exercice TTC	/				
Pourcentage du chiffre d'affaires de l'exercice TTC	/	/	/	/	/
(B) Factures exclues du (A) relatives à des dettes et créances litigieuses non comptabilisées					
Nombre de factures exclues	/				
Montant total des factures exclues TTC	/				
(C) Délais de paiement de référence utilisés (contractuel ou délai légal - article L 441-6 ou article L 441-3 du Code de commerce)					
Délai de paiement utilisés pour le calcul des retards de paiement	Délais contractuels : 10 jours				

7. RISQUES TECHNOLOGIQUES

Notre société ne comprend pas d'installations classées au sens de l'article L.515-8 du Code de l'environnement.

8. CONTRÔLE DES COMMISSAIRES AUX COMPTES

Conformément aux dispositions législatives et réglementaires, nous tenons à votre disposition les rapports de votre Commissaire aux comptes.

9. SITUATION DES MANDATS DES COMMISSAIRES AUX COMPTES

Le Conseil a examiné la situation des mandats des commissaires aux comptes et constate qu'aucun des mandats n'est parvenu à son terme.

10. RÉSULTATS FINANCIERS DE LA SOCIÉTÉ AU COURS DES CINQ DERNIERS EXERCICES

	NATURE DES INDICATIONS (en euros)				
	2021	2022	2023	2024	2025
CAPITAL EN FIN D'EXERCICE					
Capital social	30 105 €	31 214 €	31 925 €	34 084 €	35 597 €
Nombre d'actions ordinaires existantes	30 105 €	31 214 €	31 925 €	34 084 €	35 597 €
Nombre d'actions à dividende prioritaire (sans droit de vote) existantes	/	/	/	/	/
Nombre maximal d'actions futures à créer	/	/	/	/	/
OPERATIONS ET RESULTAT DE L'EXERCICE					
Chiffre d'affaires hors taxes	1 466 444 €	1 713 303 €	705 129 €	736 992 €	852 000 €
Résultat avant impôts, participation des salariés et dotation aux amortissements et provisions	55 689 €	105 709 €	102 874 €	15 419 €	18 582 €
Impôt sur les bénéfices	-15 151 €	3 563 €	-1 073 €	-12 000 €	-6 442 €
Participation des salariés due au titre de l'exercice	/	/	/	/	/
Résultat après impôts, participation des salariés et dotation aux amortissements et provisions	65 086 €	93 861 €	95 776 €	23 174 €	23 320 €
Résultat distribué	/	/	/	/	/
RESULTAT PAR ACTION					
Résultat après impôts, participation des salariés avant dotation aux amortissements et provisions	2,35 €/action	3,27 €/action	3,25 €/action	0,80 €/action	0,70 €/action
Résultat après impôts, participation des salariés et dotation aux amortissements et provisions	2,16 €/action	3,01 €/action	3,00 €/action	0,68 €/action	0,66 €/action
Dividende attribué à chaque action	/	/	/	/	/
PERSONNEL					
Effectif moyen des salariés employés pendant l'exercice	12	12	3	4	5
Montant de la masse salariale de l'exercice	488 883 €	560 756 €	164 975 €	218 692 €	256 363 €
Montant des sommes versées au titre des avantages sociaux (Sécurité sociale, œuvres sociales)	184 694 €	196 238 €	51 898 €	73 166 €	100 496 €

**Merci
à tous :)**

LA SOCIÉTÉ DES CONSOMMATEURS

44 rue de Turbigo, 75003 Paris 3^{ème}