

L'Essentiel

2021 / 2022



SOMMAIRE

Rencontre avec Stanislas Lemor	02
Nos fondamentaux	06
Pour nos équipes	11
- Regards croisés	
- Coup d'œil sur nos pays	
- Portraits de collaborateurs	
Pour nos clients	23
- Regards croisés	
- Toujours plus loin !	
- Ils nous font confiance	
- Des solutions à valeur ajoutée	
Pour notre planète	35
- Regards croisés	
- <i>Moving Green</i> : l'an déjà !	
- Nos actions pour une mobilité durable	
- Nos pays s'engagent	
La Méridionale	46



ÉDITO

Cette nouvelle édition de L'Essentiel se fait l'écho des défis auxquels nous avons fait face, des chantiers que nous avons lancés et des projets que nous avons engagés pour bâtir ensemble la *supply chain* de demain. Elle met en lumière via des actions concrètes qui nous sommes et comment nous entrons en résonance avec nos parties prenantes.

Alors que les enjeux économiques, sociétaux et environnementaux sont immenses dans notre domaine, nous entendons créer toujours plus de valeur pour nos clients, nos équipes et pour la planète. Comment ? En conjuguant engagement collectif et créativité afin de parvenir à un transport, une logistique et un conditionnement toujours plus durables.

Bonne lecture à tous et toutes !

ALIMENTEZ LE QUOTIDIEN
DE MILLIONS DE
CONSUMMATEURS



STEF 

RENCONTRE AVEC

STANISLAS LEMOR

Président-directeur général de STEF



L'année 2021 a été riche en développements pour STEF. Le Groupe en sort-il renforcé ?

Nous avons vécu une année de rebond économique un peu partout en Europe malgré l'instabilité liée au contexte sanitaire et une conjoncture marquée par de fortes tensions inflationnistes. Cette situation nous a demandé des capacités d'adaptation renouvelées mais, grâce à l'engagement de tous et de toutes, nous avons su renouer avec nos performances de 2019 et même les améliorer.

Plus que jamais, le Groupe a démontré sa solidité et sa capacité à investir dans l'avenir. Concrètement, cela signifie que, malgré un environnement incertain, nous avons continué d'engager de grands projets qui seront la colonne vertébrale de notre développement futur. L'année dernière, nous avons, par exemple, consacré près de 300 M€ - un record pour le Groupe - à de nouveaux investissements immobiliers, matériels et à nos opérations de croissance externe.

Ces investissements vous ont notamment permis de faire une percée en Europe du Nord avec l'acquisition de Langdons. Qu'est-ce qui a décidé le Groupe à faire ce pas stratégique ?

Cette acquisition est une étape naturelle et logique dans la construction de notre réseau, débutée il y a plus de 30 ans. Ce mouvement stratégique vers le Royaume-Uni, nous l'avons souhaité, à la fois, pour répondre aux besoins de plus en plus globalisés de nos clients et pour consolider notre présence en Europe de l'Ouest.

Désormais, nous pouvons leur proposer un accompagnement de qualité dans un 8^e pays, en s'appuyant sur l'expertise de nos collaborateurs et collaboratrices britanniques, ainsi que sur un réseau qui couvre intégralement le territoire.

Le rebond de l'économie britannique et les synergies que nous pourrons tresser avec notre réseau continental annoncent des perspectives très positives.

Je crois que vous avez également consolidé votre présence dans vos pays d'implantation ?

Il est vrai que nous avons conforté notre stratégie de développement dans de nombreux pays.

En Italie, en Belgique et aux Pays-Bas, cela s'est concrétisé par l'acquisition d'activités de transports internationaux auprès de Nagel-Group et par la signature d'accords de partenariat qui nous permettent de proposer à nos clients des services vers l'Allemagne, l'Europe Centrale et l'Europe du Nord.

En France, le rachat complet des sociétés LIA et Nagel Airfreight France nous ouvre également de nouvelles opportunités à l'international et marque les prémices de la création d'une nouvelle *business unit* spécialisée dans les flux internationaux.

Enfin, nous avons également consolidé notre présence en Italie avec une prise de participation dans le groupe SVAT, le spécialiste du transport de surgelé et avons finalisé le rachat d'Enaboy, qui vient améliorer le maillage de notre réseau transport en Espagne.

Au-delà de notre périmètre habituel, nous avons investi pour la première fois dans de nouvelles formes de e-commerce avec une prise de participation dans Califrais, une *start-up* destinée à accompagner le Marché de Rungis dans l'accélération de sa transformation digitale.

Faites-vous un bilan aussi positif au niveau de la croissance organique ?

Même si 2021 n'a été en rien comparable à 2020, le contexte sanitaire, avec ses périodes successives de confinement et de restrictions, a continué de peser sur le climat des affaires. Cela a impacté notre dispositif opérationnel qui a subi de fortes variations durant l'année, dans un contexte de pénurie de main-d'œuvre caractérisé.

Toutefois, la reprise du secteur agroalimentaire et l'évolution positive de la consommation ont permis de renouer avec notre dynamique de croissance antérieure à la pandémie. Le rebond de la plupart de nos activités en France, avec un redressement notable de nos activités Seafood et RHD et la bonne dynamique enregistrée dans tous nos pays, avec un retour à la performance opérationnelle de la Suisse, prouvent que notre *business model* est solide.

Mais il n'est rien sans la confiance que nous accordons nos clients partout en Europe. À ce titre, nous nous félicitons de la signature de nouveaux contrats ou de leurs renouvellements et je souhaite vivement les remercier.

Ces bons résultats interviennent dans un environnement compliqué puisque vous avez subi une forte hausse du coût de l'énergie...

La forte reprise de l'économie mondiale a brutalement ramené la question de l'inflation au centre de l'attention. C'est particulièrement vrai dans le domaine de l'énergie où le second semestre a été marqué par une flambée des coûts. Si la forte hausse du pétrole est en partie absorbée par certains mécanismes de refacturation, la hausse du coût de l'électricité a fortement impacté nos résultats.

La situation géopolitique actuelle venant encore accroître les tensions sur le marché de l'énergie, nous sommes résolus à avancer sur la voie de la maîtrise énergétique. Plus que jamais, la question qui se pose est de savoir comment assurer notre mission en réduisant nos émissions, en diminuant notre recours aux énergies fossiles ou en trouvant d'autres sources d'énergies.

C'est le cœur même de nos engagements pour le climat. Nous avons lancé un programme ambitieux d'investissements dans l'équipement de panneaux photovoltaïques pour la production d'électricité dans nos entrepôts et plateformes. Nous avons, par ailleurs, choisi de réduire l'utilisation de gasoil pour alimenter nos véhicules, en introduisant progressivement dans notre mix énergétique, un bio-carburant 100 % végétal, l'Oleo100, qui représentera d'ici à 2025 30 % de notre consommation totale.

« LES ENGAGEMENTS PRIS DANS LE CADRE DE NOTRE DÉMARCHE MOVING GREEN ONT VOCATION À ÉCLAIRER NOTRE TRANSITION ÉNERGÉTIQUE JUSQU'EN 2030. »

Cela fait bientôt 12 mois que vous avez annoncé engager votre Groupe dans une démarche climat. Un an après, quels sont vos résultats ?

Les engagements pris dans le cadre de notre démarche *Moving Green* ont vocation à éclairer notre transition énergétique jusqu'en 2030 et à marquer notre différence sur notre marché. Je me réjouis de l'élan que cette démarche a créé en interne auprès de tous nos collaborateurs et collaboratrices ainsi que des premiers résultats encourageants que nous avons pu enregistrer. Concernant notre premier objectif de réduire de 30 % nos émissions de gaz à effet de serre, nous avons déjà diminué celles-ci de 13 % par rapport à 2019, qui est notre année de référence. Nous comptons évidemment sur une accélération du mouvement avec le déploiement à plus large échelle du bio-carburant B100, la généralisation des groupes froids électriques, en remplacement des groupes froids diesels pour nos porteurs et la mise en service de camions fonctionnant au gaz pour la distribution dans les zones à faibles émissions (ZFE).

Quant à notre second objectif qui est de consommer 100 % d'énergie bas carbone sur nos sites d'ici 2025, la mise en service de 10 installations photovoltaïques nous permet d'afficher aujourd'hui une consommation composée d'énergie bas carbone à hauteur de 76 %, pour un investissement de 25 M€ sur 2021 et 2022. Et ce n'est pas tout, nous devrions atteindre fin 2022 le nombre de 42 centrales photovoltaïques en fonctionnement.

Nous pouvons donc dire que nous sommes sur la bonne route.

Pour finir, comment abordez-vous l'année 2022 ? Marquera-t-elle un tournant ?

Le premier enjeu à relever sera celui de l'intégration de la société Langdons, qui est la plus importante acquisition réalisée depuis que le Groupe existe. Le second sera indéniablement de maintenir une gestion rigoureuse et une présence commerciale forte dans un contexte de poussées inflationnistes. Enfin, le troisième enjeu s'articulera évidemment autour de l'attractivité de nos métiers mais également du développement des compétences et de la fidélisation de nos collaborateurs et collaboratrices. Je souligne à cet égard que nous avons lancé, en 2020, notre démarche *MIX'UP*, relative à l'égalité et à la mixité professionnelle, au travers de laquelle nous avons pris l'engagement d'augmenter de 25 % le nombre de femmes dans le Groupe d'ici 2030. Adresser simultanément chacun de ces axes représente autant de prérequis pour faire face aux tensions croissantes sur le marché.

Nous savons qu'il nous faudra composer avec un environnement complexe, empreint d'importantes incertitudes géopolitiques, d'une raréfaction énergétique toujours plus forte et marqué par l'enjeu de renforcer l'attractivité de nos métiers.

Pourtant, nous croyons également que cette période peut offrir l'occasion aux entreprises de redessiner leurs rapports à leurs parties prenantes et de s'inscrire définitivement dans les deux grands mouvements qui impactent notre monde : celui de la transition énergétique et celui de l'innovation.

Parce que nous pensons que chacun et chacune peut ouvrir la voie vers un monde plus durable et qu'une entreprise, quelle que soit son activité, peut conduire le changement, nous poursuivrons nos engagements avec conviction en 2022.

NOTRE RAISON D'ÊTRE



Depuis plus d'un siècle, nous avons une mission unique, celle d'approvisionner les populations en produits alimentaires. Notre raison d'être est l'expression d'une conviction forte, sur la manière spécifique et différenciante dont nous concevons notre métier et souhaitons l'exercer. Elle est une boussole pour toutes les équipes et montre, au-delà des mots, la réalité de notre engagement quotidien au service de nos clients et de leurs consommateurs ainsi que notre volonté d'agir pour la pérennité du Groupe, comme pour celle du monde qui l'entoure.

NOS VALEURS

Partagées par tous et toutes, quatre valeurs nous guident au quotidien. S'adaptant aux évolutions du Groupe, elles sont le socle de notre culture d'entreprise.

“ GARANTIR DURABLEMENT
ET EN TOUTE SÉCURITÉ
L'ACCÈS À LA DIVERSITÉ
ET AU PLAISIR ALIMENTAIRES
POUR TOUS ”



Enthousiasme

Parce que notre mission est porteuse de sens pour nos clients comme pour les populations, nous l'accomplissons avec fierté et optimisme.

Respect

Le sens de l'écoute et de l'engagement est la clé de la confiance que nous entretenons de longue date avec nos clients, nos équipes, nos partenaires ainsi qu'avec l'ensemble de nos parties prenantes.

Rigueur

Dans les missions que nous assurons au quotidien, nous montrons un investissement maximal et veillons à agir avec exigence et expertise.

Performance

Nous sommes animés par le goût de l'entrepreneuriat et du challenge. Afin d'accompagner les évolutions de notre secteur et d'assurer le développement de notre Groupe, nous nous fixons des objectifs ambitieux et nous nous donnons les moyens de les réaliser ensemble.

NOTRE MODÈLE D'AFFAIRES



Notre raison d'être

Garantir durablement et en toute sécurité l'accès à la diversité et au plaisir alimentaires pour tous

Un portefeuille d'activités équilibré

- Transports nationaux et internationaux
- Logistique
- Conditionnement
- Maritime

Nos atouts

- 20 000 collaborateurs expérimentés et engagés
- 10 000 clients qui nous font confiance au quotidien
- Un savoir-faire reconnu dans la gestion des flux et la sécurité alimentaire
- Un ancrage fort dans les territoires
- Des pôles d'expertise immobilier, IT et énergie intégrés
- Une culture de l'innovation
- Une situation financière solide
- Un actionnariat stable principalement composé de collaborateurs
- Un engagement sociétal de longue date

Nos valeurs

- Enthousiasme
- Respect
- Rigueur
- Performance

Nos moyens



- Un réseau unique de + de 250 sites multi-températures



- Une présence dans 8 pays européens



- 4 000 véhicules



- 4 navires

GROSSISTES
●
PRODUCTEURS AGROALIMENTAIRES
●
INDUSTRIES AGROALIMENTAIRES
●
AUTRES

GMS
●
DÉTAILLANTS
●
E-COMMERCE
●
RESTAURATION COMMERCIALE ET COLLECTIVE

PRODUCTION
ÉLEVAGE
PÊCHE

CONSOMMATEURS



POUR NOS ÉQUIPES

**CRÉATION D'EMPLOIS OUVERTS
AU PLUS GRAND NOMBRE,
FORMATION ET DÉVELOPPEMENT
DES COMPÉTENCES, PROGRAMME
EN FAVEUR DE LA MIXITÉ ET DE
L'ÉGALITÉ PROFESSIONNELLE
FEMMES-HOMMES... STEF S'ENGAGE
POUR QUE CHACUN ET CHACUNE
TROUVE SA PLACE AU SEIN DU
GROUPE !**



RENCONTRE AVEC...

CÉLINE MARCINIAK

Directrice responsabilité sociale de STEF



En 2021, STEF a décidé de faire de la mixité et de l'égalité professionnelle femmes-hommes un sujet prioritaire et de lancer sa démarche : MIX'UP. Toutes les études le prouvent : la mixité au travail augmente le bien-être des équipes et rend les organisations plus performantes.

En quoi consiste la démarche MIX'UP ?

Notre démarche est d'accompagner la mixité croissante de nos effectifs. Dans ce cadre, nous nous sommes fixés comme objectif d'augmenter de 25 % la part des femmes dans nos effectifs d'ici à 2030. Nos axes d'action sont simples mais ambitieux : développer la mixité de nos métiers afin d'accompagner notre développement européen, améliorer la qualité de vie au travail et les conditions de travail pour que chacun et chacune puissent trouver sa place et mobiliser toutes nos équipes en mesurant nos progrès. La singularité – et la force – de MIX'UP, c'est que cette démarche repose sur une approche systémique.

Une approche « systémique » ... Pouvez-vous préciser ?

Pour accroître la mixité professionnelle, il faut actionner plusieurs leviers : casser les stéréotypes, faire évoluer nos pratiques RH et de management, changer l'image de nos métiers, mais aussi améliorer les conditions de travail et faciliter l'intégration et la progression professionnelle des femmes. La démarche MIX'UP traite l'ensemble de ces sujets qui interagissent l'un avec l'autre. Elle passe donc par la mobilisation de toutes les équipes au sein du Groupe : les managers et les ressources humaines mais aussi les fonctions supports comme, par exemple, la direction métier Groupe, les préventeurs santé et sécurité au travail et les ergonomes...

Des actions sont-elles d'ores et déjà engagées ?

Nous avons lancé un programme de formation et de sensibilisation aux questions de mixité et d'égalité professionnelle auprès de la totalité de nos équipes. Cette étape est primordiale. Et pour objectiver les disparités, nous déployons un outil commun nommé « Diagnostic de situation comparée F/H ». Autrement dit, mesurer pour mieux agir ensuite !

Améliorer les conditions de travail et la qualité de vie au travail fait partie des engagements MIX'UP. Pourquoi ?

La qualité de vie au travail est un sujet sur lequel nous travaillons depuis plusieurs années. Dans un secteur composé à près de 80 % d'hommes, l'environnement de travail et les équipements ne sont pas toujours pensés pour des équipes mixtes. C'est pourquoi nous accélérerons nos expérimentations et innovations sur le terrain pour donner aux femmes les moyens de rejoindre nos métiers. Autre enjeu majeur : favoriser l'équilibre entre vie professionnelle et vie personnelle, par exemple, en mettant en place des organisations du travail plus flexibles. Autant de sujets sur lesquels nous avons avancé et sur lesquels nous devons encore progresser ! MIX'UP est un plan au long cours. L'égalité professionnelle F/H passe par une évolution des mentalités qui dépasse le seul périmètre de notre Groupe.

REGARD



D'EXPERTE

Brigitte Grésy, Présidente du Haut Conseil à l'égalité entre les femmes et les hommes jusqu'en 2021

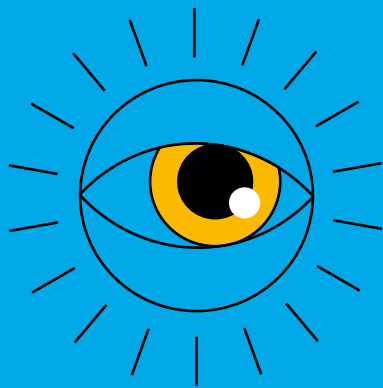
Comment appréhender l'égalité professionnelle ?

« L'égalité professionnelle n'est pas un exercice de comptage mais un exercice de transformation en profondeur des organisations... La réalité et l'image du secteur d'activité du transport et de la logistique sont traditionnellement masculines. Les adhérences et résistances y sont fortes pour deux raisons : au-delà du structurel, c'est le culturel qui bloque. S'il n'y a pas une politique avec un programme, des objectifs partagés, une évaluation du ressenti, un contrôle, voire des sanctions, cela ne fonctionne pas. Il faut donc, d'une part, une boîte à outils de l'égalité : comptage, objectifs chiffrés, évaluation, mais aussi un programme systémique, porté au plus haut des organisations, dont les priorités doivent s'adapter au contexte. En clair, il faut à la fois obliger et convaincre. Et redire que l'égalité est un profond facteur de transformation des organisations pour tous les effectifs salariés, femmes et hommes. Enfin, l'enjeu n'est pas seulement de faire venir les femmes sur ces métiers majoritairement occupés

par des hommes mais de les y maintenir. Deux conditions là encore : des conditions de travail les plus respectueuses des rythmes de vie pour que les femmes soient dans un confort psychique et matériel qui leur permet de s'intégrer et les incite à rester et la lutte contre le sexisme et les violences sexistes et sexuelles.

Bien évidemment, les hommes bénéficient également de toutes les avancées réalisées au sein de l'entreprise. »

BRIGITTE GRÉSY est une haute fonctionnaire française, inspectrice générale honoraire des affaires sociales. Elle est spécialiste des questions de l'égalité entre les femmes et les hommes. Elle a été Présidente du Haut Conseil à l'égalité entre les femmes et les hommes de 2019 à 2021 et Secrétaire générale du Conseil supérieur à l'égalité professionnelle entre les femmes et les hommes de 2013 à 2019. Elle est l'auteur du Petit traité contre le sexisme ordinaire, publié chez Albin Michel en 2008.



COUP D'ŒIL SUR NOS PAYS



TROPHÉES DES BINÔMES PDG/DRH



En 2021, Stanislas Lemor et Jean-Yves Chameyrat se sont vu décerner le Trophée du binôme PDG/DRH ainsi que le prix « Coup de cœur » du public. Organisé par le groupe RH&M, ce trophée a pour

vocation de promouvoir le rôle du DRH dans la décision stratégique de l'entreprise et démontre que le binôme PDG/DRH est un facteur clé de la performance économique et sociale de l'entreprise.

12 PROMOTIONS ET 92 % DE RÉUSSITE À L'ÉCOLE DE CONDUITE STEF

Le métier de conducteur/conductrice est en forte tension. Au-delà de son programme habituel de recrutement via des contrats de professionnalisation ou d'apprentissage, STEF France a lancé en 2021 son école de conduite avec l'AFTRAL, le 1^{er} organisme de formation en transport et logistique. Cette école, dont l'objectif est de soutenir sa campagne de recrutement de 500 conducteurs et conductrices par an, est ouverte à toute

nouvelle personne désireuse de se lancer dans cette carrière comme aux collaborateurs du Groupe qui souhaitent évoluer vers ce métier. Depuis son lancement, l'école de conduite a accueilli 126 stagiaires (98 externes et 28 internes). Les promotions se caractérisent par une population ayant majoritairement moins de 30 ans et, bonne nouvelle, 16 candidates nous ont rejoint et participent pleinement à notre volonté de féminisation de nos métiers de conduite. En 2022, 4 nouvelles sessions ont déjà été lancées et 8 autres sont prévues. Notre ambition : constituer une promotion 100 % féminine en 2022 !

INCLUSION ET INSERTION DE PERSONNES RÉFUGIÉES

Plusieurs projets ont été initiés cette année en partenariat avec *Tent Partnership for Refugees*, organisation à but non lucratif qui mobilise la communauté mondiale des entreprises en faveur de l'intégration des personnes réfugiées. Le programme s'articule autour d'une formation aux compétences clés en français et d'une formation théorique et technique aux métiers du transport et de la logistique. Au-delà de fournir un emploi aux personnes déplacées, un panel d'ONG locales complète le dispositif avec un accompagnement social permettant à ces personnes d'accéder à un logement, de les aider dans leurs démarches administratives et de faciliter leur intégration citoyenne. Au total, une vingtaine de personnes ont bénéficié de ce dispositif cette année et travaillent maintenant au sein de STEF. Alors que la question des personnes déplacées est toujours plus cruciale, ces projets vont se poursuivre en 2022.





TROPHÉES DE L'ENTREPRISE INCLUSIVE



Organisé par le Manifeste Inclusion et sous le patronage du Secrétariat d'État chargé des personnes handicapées, les Trophées de l'Entreprise Inclusive ont vocation à valoriser les initiatives innovantes des entreprises qui s'engagent dans

des actions inclusives pour les personnes en situation de handicap. En 2021, STEF a remporté le trophée de la collaboration innovante avec le secteur adapté et protégé avec sa filiale DyAd. Pour cette édition, le Groupe a été sélectionné parmi 70 dossiers de candidature.



ELLES POUR ELLES, POUR SE DONNER DES AILES

Depuis plusieurs années, STEF Italie est bien décidé à ouvrir plus largement ses portes aux femmes. Forte du succès remporté par son programme *Ladies first* qui visait à promouvoir le leadership au féminin et qui a conduit le pourcentage de femmes dans ses effectifs à 33 % fin 2020, l'entreprise a lancé en 2021 Elles pour Elles : un programme dont les

ambitions sont encore renforcées par la mise en place d'un mentoring féminin. 13 collaboratrices se sont portées volontaires pour devenir mentor et partager leurs expériences et leurs conseils sur un espace intranet dédié à toutes les collaboratrices italiennes. Au-delà d'un lieu d'échanges, celles-ci peuvent également y trouver une palette d'outils et de tests d'auto-diagnostic. La sensibilisation des équipes managériales, la déconstruction des stéréotypes et la mise en place d'actions de progrès complètent ce dispositif.



PARCE QUE MANAGER UNE ÉQUIPE NE S'IMPROVISE PAS !

STEF Belgique a développé un programme de formation de 8 jours pour renforcer la communauté managériale et parfaire les techniques de management de ses équipes, et ce, à tous niveaux. Pour maintenir la dynamique engagée malgré la crise sanitaire, l'entreprise a édité et mis à la disposition des managers un livret : véritable boîte à outils, il regroupe et explique 40 techniques de management pour gérer au mieux le quotidien. Ce livre de bord a été complété par des capsules vidéo qui illustrent ces outils et leur mise en pratique. Diffusées chaque semaine, les vidéos constituent un rappel pour ceux qui ont déjà suivi la formation et pour les autres, l'occasion de découvrir et de se familiariser avec ces techniques. Enfin, après chaque cycle de 4 vidéos, tous et toutes sont invités à répondre à un quiz dont les résultats servent de support pour alimenter les échanges, conseils et suggestions. La clé du succès : partir de la réalité du terrain et partager les expériences !



LA POLITIQUE SOCIALE AU CŒUR DU SUCCÈS DE LA NOUVELLE PLATEFORME À ALENQUER



PORTUGAL



Cette plateforme 100 % dédiée au transport a été inaugurée au Portugal... en pleine pandémie. Et pourtant, aujourd'hui, c'est un modèle de réussite. À l'origine du succès : écoute, dialogue et créativité ! Concrètement, cela s'est traduit par des espaces de travail accueillants et ergonomiques pensés en co-construction avec les collaborateurs et les collaboratrices. Une attention particulière a été apportée à la mixité des équipes lors du recrutement et un accompagnement personnalisé sur l'équilibre vie professionnelle/vie personnelle a été mis en place. Les aspects de santé et de sécurité au travail ont été particulièrement développés grâce à de nombreuses formations. Enfin, l'ouverture de la plateforme s'est accompagnée de nombreuses promotions internes, dont la nomination de 2 femmes au sein du comité de direction de la filiale.



SUISSE

MIEUX FAIRE CONNAÎTRE NOS MÉTIERS

Pour assurer et développer ses activités, STEF Suisse mise sur les formations diplômantes : formation d'apprentis logisticiens avec certificat fédéral de capacité, formation continue de spécialiste en logistique ou de responsable logistique avec diplôme fédéral pour ses équipes. Une formation au métier de la conduite est également proposée à celles et ceux qui le souhaitent. En parallèle, l'entreprise soutient activement la formation continue dans le domaine des ressources humaines, de la comptabilité ou de la vente. Membre de GSI Switzerland, STEF Suisse est également engagé dans la formation des adultes en tant que professeur ou expert aux examens et organise régulièrement des visites sur ses sites pour faire découvrir ses métiers aux élèves de différents établissements scolaires.



**PORTRAITS DE FEMMES
ET D'HOMMES QUI ONT
CHANGÉ DE MÉTIER/PAYS
CHEZ STEF**





Marc Drapeau
 Directeur STEF Seafood Bègles,
 Lézignan-Corbières et Frontignan



Inés Ribó Chalmeta
 Responsable développement
 ressources humaines STEF Espagne

DÈS LA FIN DE MES ÉTUDES, STEF M'A PERMIS DE FAIRE CARRIÈRE À L'INTERNATIONAL !

« J'ai très tôt eu envie de travailler à l'international ! Déjà, lors de mon master contrôle de gestion et audit, j'ai eu l'opportunité de faire mes premiers stages en Angleterre et en Espagne chez STEF. À la fin de mes études, j'ai souhaité repartir en Grande-Bretagne, sans doute une certaine affinité avec le monde anglo-saxon. Vœu exaucé qui s'est également accompagné d'un premier changement de métier puisque je suis devenu exploitant / affréteur international chez TFE International Ltd basé à Chelmsford avant de devenir responsable d'agence deux ans plus tard. En 2011, j'ai pris en charge le développement du portefeuille clients et de la diversification des activités de Tradimar Ltd à Belshill en Écosse : mes premiers pas dans le seafood ! J'ai ensuite été nommé general manager de STEF Seafood Ltd sur la zone Glasgow, Aberdeen et Newlyn jusqu'en 2014. C'est à partir de cette date que je suis revenu en France au poste de directeur de filiale de STEF Seafood à Boulogne-sur-Mer, donc pas trop loin des côtes britanniques ! En 2018, le changement géographique a été plus radical, puisque j'ai pris la direction de STEF Seafood en Italie. Et depuis janvier 2021, je suis directeur de plusieurs sites dédiés aux produits de la mer, notamment à Bègles, près de Bordeaux, un port ouvert sur de larges horizons... Finalement, mon parcours chez STEF est très riche et rempli d'opportunités que j'ai su saisir ou générer ! »

LA MOBILITÉ À L'INTERNATIONAL CHEZ STEF ? C'EST POSSIBLE ET C'EST UNE CHANCE !

« J'ai intégré le Groupe en 1999. Après une première étape en tant que RH généraliste, j'ai été promue responsable formation, poste que j'ai occupé pendant 8 ans chez STEF Espagne à Madrid. En 2016, nouvelle opportunité : le Groupe me propose de devenir responsable développement RH STEF Logistique en France. Je restais au sein du Groupe et cette promotion représentait un vrai défi ! J'ai décidé de le relever et je suis venue à Paris avec ma famille. Ce fut une expérience très enrichissante. Les 3 ans que j'ai passés au Siège m'ont permis d'acquérir de nouvelles compétences, de développer mon réseau interne et d'avoir une vision globale des projets européens du Groupe. Ce qui m'a été utile à mon retour en Espagne en tant que responsable développement RH STEF Espagne »

REGARDS CROISÉS :
DÉFIS, ÉVOLUTIONS
ET SOLIDARITÉ
CHEZ STEF !





JE N'IMAGINAIS PAS LE CHEMIN PROFESSIONNEL QUE J'ALLAIS PARCOURIR !

« J'ai commencé, un peu par hasard, comme conducteur poids lourds chez STEF Transport Saintes en avril 2012. À ce moment-là, je n'imaginai certainement pas le chemin professionnel que j'allais parcourir ! Au bout de 2 ans, j'ai intégré le service parc véhicules. À l'époque, Sébastien était mon responsable. Je gérais le service de nuit. Progressivement, je me suis occupé de la planification des entretiens, puis de la gestion de l'équipe qui s'élargissait. Courant 2019, on m'a confié la responsabilité du service parc véhicules de STEF Transport et de STEF Logistics à Saintes. Ce qui a permis à Sébastien de se consacrer davantage à sa nouvelle mission sur la gestion du bâtiment. Depuis, je n'ai cessé d'agrandir mon périmètre d'intervention : désormais, je coordonne aussi les opérations véhicules sur le site de Courcelles et bientôt sur le site de Nazareth. J'ai la chance de pouvoir compter sur de supers collaborateurs dans mon équipe. Ce qui est important, c'est de rester alerte et en mouvement : avoir l'œil sur tout ce qui peut être optimisé. La prochaine étape pour moi serait de mettre sur pied un garage parfaitement dimensionné à nos besoins qui permettrait de réaliser des économies supplémentaires. »

J'ÉTAIS DÉTERMINÉ À APPRENDRE À DÉVELOPPER MES COMPÉTENCES !

« Je me souviens de mon entretien d'embauche à STEF Transport Saintes en 2008 comme si c'était hier ! Et cela fait partie de mes bons souvenirs. J'ai démarré comme intérimaire. Lors de cet entretien, on m'avait parlé des possibilités d'évolution ; cela m'avait séduit car je savais que je ne voulais pas rester agent de quai. En 2011, la direction m'a encouragé à changer de fonction. J'ai passé mon permis CE de conducteur poids lourds et on m'a confié la gestion du parc des engins de manutention et la coordination des interventions techniques du bâtiment. Un nouveau monde s'ouvrait devant moi ! Fin 2013, j'ai pris la responsabilité du service technique véhicules. Et puis j'ai appris à gérer une équipe. Ce qui n'est pas le plus simple quand on est jeune et peu expérimenté en la matière. Grâce à David qui prenait ses marques de manière efficace, j'ai pu me consacrer à l'immobilier. En 2020, suite aux bons résultats de l'audit prévention incendie, j'ai géré le projet d'optimisation de la prévention incendie sur les différents sites de STEF en Belgique. J'ai pris conscience de mon intérêt pour créer un environnement de travail de qualité qui améliore les conditions de travail et la sécurité au quotidien. Alors aujourd'hui, je m'oriente vers un rôle de conseil en prévention pour lequel je suis une formation. Je suis la preuve qu'en s'accrochant, on finit vraiment par faire avancer les choses et entraîner les équipes dans une dynamique de progrès. Et c'est une immense satisfaction ! »



POUR NOS CLIENTS

**CONSTRUIRE DES OFFRES
ADAPTÉES AUX SPÉCIFICITÉS
DE CHAQUE CANAL DE
DISTRIBUTION, GAGNER ENCORE
EN PERFORMANCE ET EN VALEUR
AJOUTÉE EN CONJUGUANT
ENGAGEMENT COLLECTIF,
CRÉATIVITÉ ET DATA... TELLE EST
L'AMBITION DE STEF AU SERVICE
DE SES CLIENTS.**



RENCONTRE AVEC...

GIOVANNI APRILE

Directeur commercial comptes clés Europe de STEF



Les soubresauts de ces dernières années ont été pour STEF des opportunités de réflexion et d'évolution dans notre relation à nos clients.

Quelles sont pour vous les grandes mutations dans l'évolution de la prise en compte du besoin du client dans les entreprises ?

La crise sanitaire a beaucoup rebattu les cartes. Elle a montré que seules les entreprises qui ont choisi de personnaliser leur accompagnement ont sorti leur épingle du jeu. Cela s'est principalement fait par l'implications des salariés, quel que soit leur rôle dans l'organisation. Chez STEF, cela s'est notamment traduit par des femmes et des hommes - manutentionnaires, conducteurs/conductrices, opérateurs/opératrices de quai - qui se sont mobilisés malgré les difficultés et nos clients y ont été sensibles. La crise sanitaire a également permis de révéler l'importance et la fragilité des chaînes d'approvisionnement alimentaires ainsi que les bouleversements rapides qui agitent l'univers de la consommation. Cela a notamment incité nos clients à engager post-covid un travail approfondi sur les plans de continuité d'activités afin d'anticiper de potentielles nouvelles disruptions.

Quelles sont les principales attentes des clients de la supply chain en 2022 ?

Dans un environnement brouillé par des crises successives, les clients ont besoin de partenaires robustes, ayant les moyens de leurs ambitions, capables à chaque maillon de la chaîne logistique d'agréger simultanément les flux physiques et les flux

d'information. Ils attendent aussi de leurs partenaires une capacité à les accompagner sur des sujets complexes comme le e-commerce ainsi que l'automatisation et la robotisation des opérations logistiques. L'impact environnemental devient une préoccupation majeure. C'est un sujet sur lequel nos clients attendent des engagements clairs et chiffrés. Et c'est précisément ce que nous avons voulu faire avec notre programme *Moving Green*. Dans ce domaine, plus que jamais, ce ne sont pas les intentions qui comptent, ce sont les actions !

À quelles nouvelles évolutions, pensez-vous avoir à faire face ?

Le monde de la distribution agroalimentaire est en complète mutation. L'ancien paradigme d'une consommation de masse est désormais remplacé par une tendance profonde et durable dans laquelle la qualité des produits consommés est au cœur des attentes de l'ensemble des consommateurs. Nous devons ancrer notre présence dans cet écosystème en jouant le rôle de « tiers de confiance » indispensable à la promesse que nos clients font à leurs clients. Cette nouvelle relation de confiance ne peut s'établir que sur des bases solides en proposant des solutions de sécurisation de l'ensemble des chaînes logistiques : par exemple, en fournissant l'ensemble des données de traçabilité des produits et un retour plus précis et donc plus utile sur l'appréciation du destinataire final.

REGARD



D'EXPERT

Serge Rouvière, Directeur général de Why Consulting

Qu'est-ce que la culture client aujourd'hui ?



La culture client est un enjeu stratégique pour les entreprises. En tant que client, nous faisons quelquefois l'expérience d'entreprises avec lesquelles tout est facile. On se sent écouté, compris, avec des conseillers qui n'hésitent pas à nous consacrer du temps, voire qui, spontanément, nous conseillent sur ce qui est important pour nous. Quand nos demandes ne peuvent être prises en compte, ils nous expliquent pourquoi et essaient de trouver des solutions alternatives répondant à nos attentes. Nous ressentons que la raison d'être de ces entreprises est de satisfaire leurs clients durablement. D'ailleurs, nous n'hésitons pas à les recommander autour de nous tant l'expérience que nous vivons avec elles est exceptionnelle.

Alors qu'est-ce qui distingue fondamentalement ces entreprises des autres ? Le client est pour elles une priorité absolue. Cette dimension est présente dans chaque décision que l'entreprise a à prendre, qu'il s'agisse d'une décision d'investissement, ou d'un simple choix à faire au niveau d'un collaborateur. La satisfaction des clients est toujours privilégiée aux intérêts à court terme.

Elles écoutent en permanence leurs clients pour bien comprendre comment leurs produits et prestations sont perçus afin de les améliorer d'une manière continue. Elles se soucient également des difficultés de leurs clients et cherchent à leur apporter des solutions leur permettant de les surmonter. De cette manière, elles sont toujours « connectées » aux évolutions rapides et incessantes de leurs marchés.

Elles considèrent que leurs collaborateurs constituent le moteur de leur réussite. Elles ont à cœur d'avoir des équipes

pleinement motivées, travaillant en totale confiance avec leurs collègues ou leur management, ayant envie de s'investir et d'apporter leurs contributions et leurs idées, qu'elles soient directement impliquées dans la relation client ou qu'elles fassent partie des fonctions support.

En résumé, ces entreprises « orientées client » agissent de manière à avoir des clients qui ne jurent que par elles et des collaborateurs impliqués à 100 % dans un projet qui a du sens pour eux. Elles savent que s'il est toujours possible pour l'un de leurs concurrents de dupliquer leurs produits ou services, il ne lui sera jamais possible de copier l'historique et la qualité des relations entretenues avec leurs clients ! Cette approche de différenciation se traduit par une performance économique supérieure à la moyenne de leur secteur d'activité et par des parts de marché significatives, même sur des marchés matures ou fortement concurrentiels. »

SERGE ROUVIÈRE est le fondateur du cabinet Why Consulting dont la mission est d'aider de grandes entreprises à renforcer les relations avec leurs clients et à accroître leur performance commerciale. Il est aujourd'hui un spécialiste reconnu du développement de la culture client au sein des organisations et de la mise en œuvre de stratégies de différenciation à travers l'excellence relationnelle et les services.

TOUJOURS PLUS LOIN !



LE ROYAUME-UNI DEVIENT LE 8^e PAYS D'IMPLANTATION DE STEF



L'acquisition de Langdons auprès de Nagel-Group représente pour STEF une étape importante dans la stratégie de développement de son réseau initiée, il y a plus de 30 ans, et un 8^e pays d'implantation en Europe. Elle s'inscrit parfaitement dans la stratégie de *pure player* européen de la *supply chain* alimentaire du Groupe.

Elle permet de renforcer son offre de transport et de logistique au service de ses clients sur l'ensemble de l'Europe occidentale et de les accompagner dans leur développement.

Qui est Langdons ?

Spécialiste national du transport sous température dirigée, Langdons est également un acteur majeur de l'import/export de produits alimentaires frais et surgelés entre le Royaume-Uni et l'Europe continentale. Ses 1 400 salariés et ses 8 sites, parfaitement répartis géographiquement, lui permettent de servir 20 000 destinataires partout sur le territoire britannique. Chaque année, la société traite ainsi près de 2,7 millions de palettes pour le compte de 2 000 clients.

« Nous sommes ravis de rejoindre STEF et sommes impatients d'explorer toutes les synergies que nous pourrons créer ensemble. Nous sommes persuadés que l'addition de nos connaissances et de nos expériences nous permettra d'offrir un service encore meilleur à nos clients. »

Arran Osman
Directeur de Langdons



LE RÉSEAU STEF SE RENFORCE

L'immobilier est un actif stratégique au service des métiers du Groupe. STEF a choisi de le maîtriser afin de disposer d'outils garantissant la chaîne du froid, la sécurité sanitaire et l'efficacité opérationnelle. En 2021, le Groupe s'est enrichi de 25 nouveaux sites ou extensions.



NOUVELLES TENDANCES DE L'E-COMMERCE ALIMENTAIRE



La modification des modes de vie liée à la crise sanitaire a ancré de nouvelles habitudes alimentaires. Le e-commerce est en ébullition et en pleine mutation, tant du côté des consommateurs que des industriels de l'agroalimentaire. Et STEF est au rendez-vous !

PLUS DE SIMPLICITÉ, PLUS DE FLEXIBILITÉ ET PLUS DE RAPIDITÉ !

Depuis 3 ans, STEF développe des solutions innovantes et sécurisées de logistique et de transport dédiées au e-commerce alimentaire pour accompagner ses clients historiques de la grande distribution et de la distribution spécialisée. En 2021, le Groupe a aussi proposé *e-food logistic*, une nouvelle solution clé en main dédiée à tous les acteurs du e-commerce alimentaire : des *pure players* aux *start-ups* en passant

par les plus gros producteurs de l'industrie agroalimentaire qui souhaitent développer une offre *direct to customer*. Facile à installer et simple à utiliser, la nouvelle interface de STEF peut être opérationnelle en un mois. Elle permet aux utilisateurs de consulter leurs stocks, de se connecter aux outils de livraison en temps réel et de bénéficier de tarifs optimisés grâce à la mutualisation de nos entrepôts

et à la densité de notre réseau. Cette offre s'est accompagnée de l'ouverture, fin 2021, d'un entrepôt au sud de Paris. Cet emplacement stratégique répond aux nouveaux besoins du secteur pour desservir rapidement la région parisienne (soit 35 % de la population française). Il couvre la totalité des besoins des acteurs du e-commerce alimentaire puisqu'il est équipé pour stocker des produits en sec, frais et surgelés.

DES PARTENARIATS QUI SE RENFORCENT

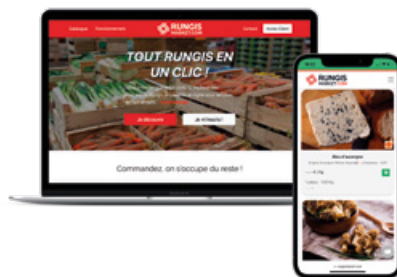


STEF a été retenu pour assurer la partie transport de rungismarket.com. C'est le nouveau site de e-commerce du Marché International de Rungis à destination des professionnels de la restauration et des commerces de proximité de la France entière.

La promesse : 6 jours par semaine, toute l'année, chaque commande de produits alimentaires effectuée avant minuit sera livrée le lendemain dès 6h pour les restaurants parisiens. Et par la suite dans toute la France.

Par ailleurs, en septembre 2021, Carrefour a confié à STEF et à son site d'Aix-en-Provence l'ensemble de ses opérations logistiques (réception, stockage et préparation de commandes) destinées à la livraison à domicile dans la région Provence-Alpes-Côte d'Azur.

124 villes seront desservies y compris les communes de moins de 10 000 habitants.



Califrais

STEF entre au capital de la start-up française Califrais

Basée au cœur du Marché International de Rungis depuis 2014, Califrais est la *start-up* qui révolutionne l'approvisionnement en denrées alimentaires

des professionnels grâce à l'intelligence artificielle. Elle optimise toutes les étapes : la prise de commande, la *supply chain*, la gestion du catalogue, jusqu'à la livraison sur-mesure. Fin 2021, Califrais a levé 1,5 million d'euros auprès de STEF. L'opération permet à Califrais de se doter des moyens financiers nécessaires pour renforcer ses équipes et accompagner l'accélération de la digitalisation

du Marché International de Rungis, au bénéfice de tous les acteurs de la chaîne de valeur et principalement des grossistes du Marché. Califrais et STEF constituent en effet, avec Webhelp, le groupement sélectionné à l'issue d'un appel d'offres pour exploiter rungismarket.com, le site e-commerce du Marché International de Rungis.

ILS NOUS FONT CONFIANCE !

Découvrez comment nous faisons équipe avec nos clients, quel que soit le secteur d'activités.



Cédric Losdat, Directeur général de KFC France

« Nous avons bâti une relation solide avec STEF qui a toujours su nous accompagner dans nos projets de croissance. Nous nous réjouissons de la poursuite de ce partenariat avec l'assurance d'avoir des prestations qui font la différence afin de garantir à nos clients une qualité de service optimale. »

CONSTRUIRE UN PARTENARIAT PÉRENNE

Partenaire de KFC France depuis 20 ans, STEF a toujours été aux côtés de la chaîne de restauration rapide dans son développement sur le marché français et vient de renouveler son contrat de prestations logistiques et transport pour les prochaines années.

L'expertise de STEF dans le secteur de la restauration hors domicile, ses offres de service sur toute la chaîne de valeur ainsi que la qualité de ses prestations ont été

déterminantes dans ce renouvellement de confiance.

STEF va continuer d'assurer l'ensemble de la *supply chain* en tri-température surgelé, frais et sec de KFC France pour les produits alimentaires, d'hygiène et d'emballage. Elle couvre la gestion commerciale, la logistique et le transport pour 304 restaurants sur l'ensemble du territoire.

Engagés dans un processus de transition énergétique depuis de nombreuses années, STEF et KFC France travaillent de concert à une *supply chain* plus verte avec notamment l'établissement de bilan carbone et le déploiement d'un projet de reverse logistics.

Filiale du Groupe Yum! Brands, KFC est présente en France depuis 30 ans et compte près de 304 restaurants répartis sur l'ensemble du territoire. Grâce à ses 12 000 collaborateurs, l'entreprise sert plus de 200 000 clients par jour. Spécialiste du poulet, KFC France propose à ses consommateurs une offre accessible fondée sur des produits de qualité.

ACCOMPAGNER UNE CROISSANCE EXPONENTIELLE



STEF accompagne le groupe Feuillette en plein essor et se met au service de sa croissance en réalisant le transport et la logistique de ses boulangeries.

Au début de l'histoire, le groupe Feuillette réalise les livraisons en propre de ses 7 boulangeries puis décide d'externaliser son transport à un spécialiste. C'est pourquoi en 2017, l'entreprise fait appel à STEF qui met en place une structure agile, réactive et collaborative afin de l'accompagner sur tous ses cycles de développement.

Le groupe Feuillette grandit encore et encore ! En 2019, l'entreprise décide alors de confier à STEF le volet logistique qui recouvre l'entreposage et la préparation de commandes des marchandises pour ses 20 boulangeries.

Aujourd'hui, STEF réalise 100 % du transport et de la logistique du groupe Feuillette et les équipes sont motivées pour accompagner leur client dans son objectif de 100 boulangeries d'ici à 2025.



Ghislain Courrier, Gérant et chef pâtissier du groupe Feuillette

« Nous avons commencé notre collaboration avec STEF uniquement dans le but d'externaliser le transport de nos marchandises. Aujourd'hui, 5 ans après notre premier contact, notre partenariat avec STEF est un élément important dans le développement du groupe Feuillette et nous permet de nous concentrer sur notre métier. La logistique et le transport sont deux points clés pour l'avenir et notre collaboration est à la hauteur de nos attentes. »

LE GROUPE FEUILLETTE, PLUS QU'UNE BOULANGERIE !

C'est en 2009 que le concept du groupe Feuillette prend corps. La boutique, accueillante comme une maison de famille, propose ainsi une large gamme de gourmandises salées et sucrées : ficelles apéro, fougasses, baguettes de Tradition, desserts, boissons chaudes, etc. Des produits frais et gourmands pour le plaisir des petits et des grands. Ouverte 7 jours sur 7, la boulangerie devient un incontournable dans la journée de chacun, que ce soit pour un petit-déjeuner gourmand, un déjeuner sur le pouce ou un goûter en famille. Véritable succès, le concept s'exporte rapidement en dehors des frontières du Loir-et-Cher.

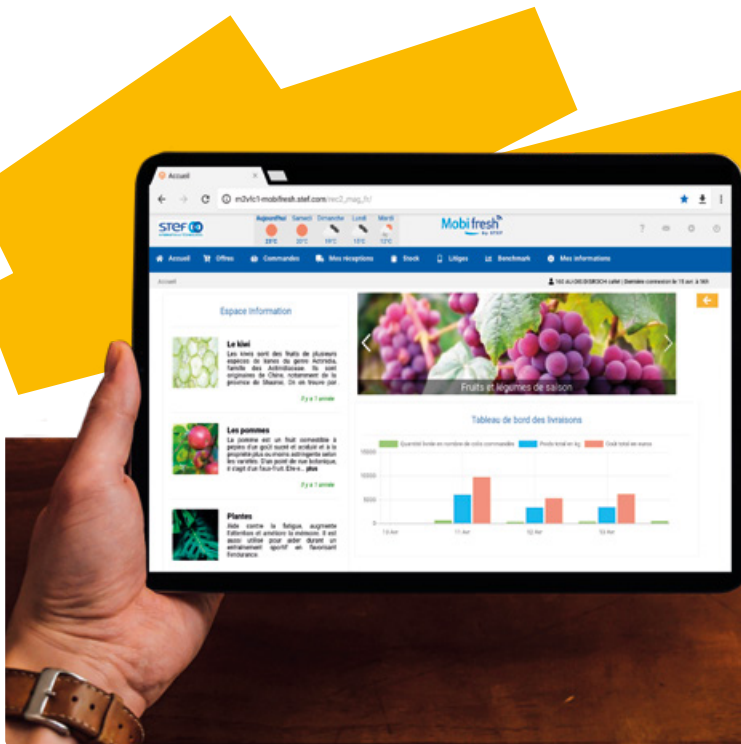
DES SOLUTIONS À VALEUR AJOUTÉE

LA PLACE DE MARCHÉ LOGIFRESH CONTINUE D'INNOVER AVEC MOBIFRESH !

STEF Information et Technologies propose Logifresh aux acteurs de la grande distribution : une place de marché privée, en mode SaaS, dédiée aux différentes filières de produits frais traditionnels à variations de cours comme les fruits et légumes, les produits de la mer ou les produits carnés. Elle permet de relier les différents acteurs entre eux en proposant à chacun les outils les mieux adaptés sur la base d'un référentiel commun : depuis les fournisseurs qui poussent leurs offres (producteurs en local ou à l'international) jusqu'aux points de vente qui expriment leurs besoins

en passant par les différents services des centrales d'achat (acheteurs, vendeurs, contrôleurs de gestion, comptables...), les prestataires logistiques et les agréateurs.

L'information est accessible en temps réel par profil personnalisé et permet de dynamiser les flux. Résultat : toujours plus de fraîcheur des produits, une meilleure traçabilité, un pilotage des coûts optimisé et une bonne organisation de la logistique (plateforme de massification, de transformation et de distribution). En clair : le meilleur produit, au bon moment et au bon prix !



En 2021, Logifresh s'est enrichie d'une nouvelle application 100 % digitale et 100 % mobile. Son nom : MOBIFRESH. Elle permet de faire la prise de commandes magasin, la réception, mais aussi la gestion des litiges. Le chef de rayon a accès aux offres en cours, aux promotions, à la météo locale ou à des alertes pour passer ses commandes. Il dispose également de tous les historiques de ses commandes et de tableaux de bord précis pour suivre ses livraisons au plus près.

ÉVOLUTION POUR NOTRE CALCULATEUR D'ÉMISSIONS DE GAZ À EFFET DE SERRE !

Les clients du Groupe bénéficient d'un calculateur de leur empreinte carbone liée au transport de leurs marchandises. En 2022, les équipes ont revu la méthode de calcul afin de coller au plus proche de la réalité du terrain.

Concrètement, quels sont les changements ? Jusqu'à présent, les émissions de CO_{2e} étaient réparties entre chaque client ayant de la marchandise dans le véhicule sur la base de son poids. Afin de les inciter à optimiser leur chargement, les émissions de CO_{2e} sont désormais réparties sur la base du nombre de palettes transportées.

Les émissions de gaz à effet de serre sont calculées à chaque déplacement de véhicule : lors de la collecte, de l'expédition et de la distribution. Grâce aux données combinées de l'enregistrement de chaque prise de carburant (gazole, GNR, Oleo100...) et du kilométrage de chaque véhicule,

le Groupe peut définir précisément la consommation de carburant de son parc de véhicules.

L'empreinte carbone obtenue est alors répartie entre chaque client selon le nombre de palettes transportées par le Groupe. Cette nouvelle méthode de calcul permet ainsi d'inciter nos clients à densifier leurs chargements, afin de limiter le transport de vide et donc à réduire les émissions de gaz à effet de serre par tonne de marchandise transportée.

Ces données sont accessibles via le tableau de bord du portail client STEF.





POUR NOTRE PLANÈTE

**LUTTER CONTRE LE CHANGEMENT
CLIMATIQUE EST INDISPENSABLE
POUR L'AVENIR DE TOUS. AVEC
SA NOUVELLE DÉMARCHÉ CLIMAT
MOVING GREEN, STEF INVESTIT DANS
UNE LOGISTIQUE PLUS RESPECTUEUSE
DE L'ENVIRONNEMENT ET
PRÉPARE DEMAIN !**



RENCONTRE AVEC...

FABRICE CARRÉ

Directeur général de STEF Portugal



C'est une habitude bien ancrée chez STEF : avant de déployer une démarche ou une solution, le Groupe les teste et les expérimente. La démarche Climat ne fait pas exception. En 2021, elle a été déployée sur des pays et entités pilotes volontaires : Italie, Portugal et France sur les *business units* restauration hors domicile, surgelés et flux frais. Chaque entité avait carte blanche pour déployer la démarche *Moving Green* à son échelle. Fabrice Carré partage son expérience.

Comment vous êtes-vous approprié la démarche *Moving Green* au Portugal ?

Nous avons abordé la question environnementale dans le cadre d'une démarche RSE globale. Afin de mieux cerner nos enjeux, nous avons choisi de faire appel à un cabinet spécialisé qui nous a accompagné dans la conduite des enquêtes que nous avons faites auprès de nos clients, nos fournisseurs et nos collaborateurs. Ce diagnostic approfondi nous a permis de mettre en place les bases d'une politique RSE ambitieuse et à la fois structurée et structurante. Prévu sur 2 ans, notre plan d'actions comprend 22 thèmes et vise à réduire de 20 % en 5 ans les quantités de gaz à effet de serre. Pour cela, la composante climat est désormais systématiquement intégrée à toutes nos décisions opérationnelles et budgétaires.

Concrètement, quelles sont les actions et expérimentations engagées ?

Le succès d'une telle démarche repose d'abord sur des convictions personnelles. Le culturel et le comportemental sont des leviers majeurs car chacun peut apporter sa pierre à l'édifice. Tout commence donc par la sensibilisation de nos équipes. Ensuite, nous avons accompagné notre démarche d'investissements lourds. Côté véhicules, nous disposons maintenant de *mega trucks* (tracteur à deux remorques) qui minimisent le nombre de voyages. Cela nous permet d'éviter près d'1 voyage sur 3 avec les émissions attachées. Nous avons également mis en place un système de logistique de retours pour les produits livrés non acceptés dans notre activité de transport de fruits et légumes hautement périssables. Elle permet de gagner près de 24h sur l'heure de

retour et diminue drastiquement le gaspillage, grâce à une marchandise plus fraîche encore totalement commercialisable. Enfin, nous avons également décidé d'intégrer le projet *Lean & Green* de GSI Portugal afin de pouvoir certifier à nos clients l'impact de notre démarche environnementale.

Comment allez-vous évaluer vos résultats ?

On ne peut réduire que ce que l'on mesure bien. Nous sommes donc en train de bâtir nos indicateurs CO₂ en regard de notre plan d'actions. Ces indicateurs se révèlent être aussi de précieux atouts pour faciliter les relations avec les municipalités lors de l'instauration des zones à faibles émissions. Nous avons pour cela développé un outil unique, *Urban Connect*, pour fournir à la ville de Lisbonne des informations concernant notamment le nombre de tonnes livrées et le nombre de camions présents par jour sur son territoire. Cela nous permet de quantifier notre présence et d'éclairer la décision publique sur la base de faits réels.

Les expérimentations conduites au Portugal sont-elles duplicables ailleurs ?

Trouver des solutions durables, duplicables et optimales pour tous : c'est bien le but des pays et *business units* pilotes ! Tout au long de l'année, l'ensemble des référents développement durable du Groupe et les ambassadeurs du programme *Moving Green* par entité se sont réunis régulièrement afin de partager leur expérience. Ainsi, toutes les entités du Groupe ont pu bénéficier des avancées déjà réalisées !

REGARD



D'EXPERT

Clément Ramos
Responsable du pôle
Stratégie de Carbone 4

Est-il déjà trop tard pour lutter contre le changement climatique ?

« Le changement climatique est déjà là, aujourd'hui et chez nous ! Pour réduire au maximum les effets néfastes du Climat de demain, il faut agir vite, massivement et de façon coordonnée. Cela implique tout d'abord de convaincre les équipes qu'elles peuvent agir au quotidien, à leur échelle pour réduire l'empreinte carbone de l'entreprise et leur empreinte personnelle. Il s'agit ensuite de passer à l'action avec une ambition collective : c'est le seul moyen d'avoir un effet démultiplicateur. Autre impératif : bâtir une démarche qui intègre le Climat dans la stratégie de l'entreprise, soutenue à tous les niveaux de l'entreprise : des salariés au conseil d'administration. Enfin, il faut se donner les moyens financiers et humains de ses ambitions. Pour les transporteurs, le principal défi est de réduire la dépendance aux produits pétroliers. Le transport est difficile à décarboner car le pétrole apparaît comme l'énergie idéale pour alimenter les véhicules. On peut distinguer trois grands leviers pour décarboner la logistique : réduire les déplacements de marchandises, privilégier les modes de transport les moins carbonés (comme le fluvial ou le ferroviaire) et améliorer l'efficacité de la flotte via le taux de remplissage dans les

camions, ou le rendement énergétique du camion, ou encore l'énergie utilisée par le camion en recourant par exemple au biométhane ou à l'électricité, sous réserve que celle-ci soit produite de manière décarbonée. Pour autant, la décarbonation de l'activité ne peut pas reposer uniquement sur des solutions technologiques. Les exemples précédents démontrent clairement qu'il faut aussi jouer sur les aspects organisationnels, comme le schéma logistique par exemple, et comportementaux comme l'écoconduite. En clair, il faut agir à la fois sur les causes en réduisant les émissions, et sur les conséquences en s'adaptant au changement climatique à venir. »

CLÉMENT RAMOS

est responsable du pôle Stratégie de Carbone 4, cabinet de conseil spécialisé sur les enjeux de la transition énergétique et d'adaptation au changement climatique. Il aide les entreprises à déterminer l'impact d'un monde bas carbone sur leur activité et à anticiper les risques et les opportunités de la décarbonation de l'économie.

MOVING GREEN 1 AN DÉJÀ

Baptisée *Moving Green*, la démarche Climat du Groupe STEF se concentre sur quatre grands enjeux : une mobilité durable, une production de froid plus vertueuse, l'accompagnement de notre sous-traitance transport et l'implication de nos collaborateurs et nos collaboratrices dans la transition énergétique.

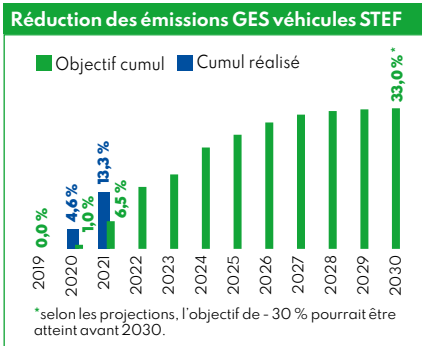
Tour d'horizon des avancées de 2021...

Objectif n°1

Atteindre - 30 % d'émissions de GES sur nos véhicules en 2030 (en g CO_{2e}/t.km, référence 2019).

Nos avancées en 2021 :

- - 13,3 % d'émission de GES ;
- diminution de la consommation des groupes froids embarqués sur les véhicules, grâce aux groupes *engineless* et à l'optimisation de leur fonctionnement ;
- diminution de la consommation des véhicules/100km, grâce au renouvellement des véhicules et à l'amélioration continue des comportements de conduite ;
- optimisation des schémas de transport et densification des chargements.

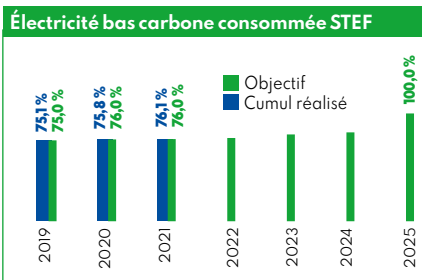


Objectif n°2

Atteindre 100 % d'électricité bas carbone sur nos sites en 2025.

Nos avancées en 2021 :

- mix électrique bas carbone : 76,06 % ;
- mise en service de 10 installations photovoltaïques pour une puissance totale installée de 11 MWc.



Objectif n°3

Construire une démarche d'accompagnement des sous-traitants transport.

Nos avancées en 2021 :

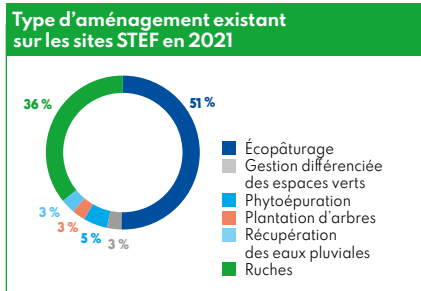
- création d'une direction de la sous-traitance transport au sein du Groupe ;
- réalisation d'une enquête auprès des sous-traitants transport du Groupe sur leurs engagements et leurs attentes en matière de réduction de leur empreinte carbone ;
- accompagnement de certains sous-traitants transport en vue du renouvellement d'une partie de leur parc véhicules (49 en Espagne, 57 en France) ;
- intégration d'une clause de réduction de l'empreinte carbone dans le cahier des charges de certains partenaires transport.

Objectif n°4

Faire de chaque collaborateur un acteur de la réduction de l'empreinte carbone dans sa vie professionnelle et personnelle.

Nos avancées en 2021 :

- lancement d'un programme de communication interne et de formations permettant d'emmener l'ensemble des collaborateurs, tous métiers et niveaux hiérarchiques confondus, sur les sujets environnementaux ;
- lancement du projet *Plastic Free* en Italie ;
- commande de 20 véhicules de service électriques à réceptionner en 2022 ;
- lancement d'une démarche Biodiversité sur les chantiers immobiliers (40 sites engagés dans une démarche de préservation de la biodiversité, dont 28 projets initiés en 2021).



STEF EN ACTION POUR UNE MOBILITÉ DURABLE



1

En 2021 : STEF et Saipol (Groupe Avril) ont signé un contrat visant à alimenter 1/3 du parc des véhicules poids lourds du Groupe en Oleo100.

Cette énergie renouvelable de type B100 issue de colza français permet de réduire de 60 % les émissions de gaz à effet de serre. STEF entend ainsi faire passer 700 véhicules en Oleo100. À la clé : le chiffre de 100 000 tonnes de CO₂ économisées d'ici à 2025 ! STEF a choisi l'Oleo100 de Saipol pour la provenance française de ses graines qui sont transformées près de Nogent-sur-Seine (site du Mériot) et de Rouen (site de Grand Couronne). L'utilisation du colza français, qui est d'abord destiné à produire des tourteaux pour l'alimentation animale, produit des excédents d'huile qui sont transformés en Oleo100. Elle n'entraîne aucune déforestation ni réaffectation des sols et participe à l'indépendance énergétique de la France.



2

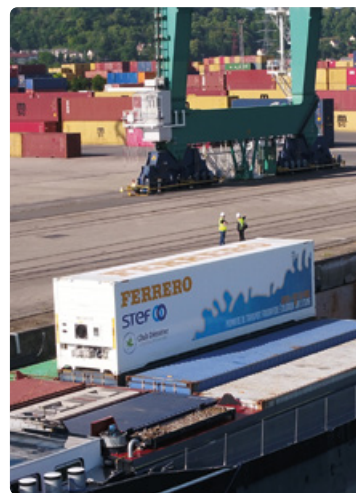
Le projet « FresH₂ » de pile à combustible à hydrogène passe du laboratoire à la route : 0 bruit, 0 émission à l'échappement et 1 prix !

Il s'agit d'une solution propre et silencieuse, destinée à délivrer l'énergie électrique nécessaire aux groupes frigorifiques qui équipent les semi-remorques nécessaires au transport routier sous température dirigée. Son innovation réside dans l'interfaçage direct de la pile à combustible avec le groupe frigorifique, sans recourir à un coûteux et lourd système de batteries tampon embarquées. Initié par Bosch et Carrier Transicold en collaboration avec le carrossier Lamberet et STEF, le projet FresH₂ est entré cette année dans la phase des essais sur route. Jugé prometteur, il a remporté le Prix Spécial du Jury Joseph Libner aux Innovation Awards décerné lors du salon Solutrans 2021.

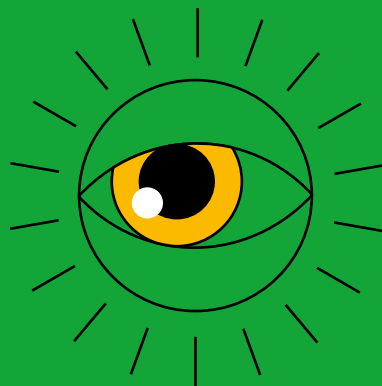
3

Transport fluvial de marchandises sous température dirigée sur la Seine : STEF et FERRERO remportent le trophée EVE* pour leur engagement environnemental dans la catégorie « meilleures coopérations entre acteurs ».

Lancé en juillet 2021 entre Rouen et Gennevilliers, ce projet multimodal fluvial/route est le fruit d'un partenariat entre FERRERO, STEF et Monoprix, en association avec VNF (Voies navigables de France) et le soutien du Club Demeter. En vitesse de croisière, cette liaison fluviale permettra de diminuer de 54 à 19 le nombre de camions sur les routes et ainsi de reporter 65 % des trajets existants vers le multimodal. Résultat : un peu plus de 5 tonnes de CO₂ économisées chaque année !



* Le programme EVE (Engagements Volontaires pour l'Environnement - Transport et Logistique) accompagne les entreprises dans la réduction de l'impact énergétique et environnemental de leurs activités de transport et logistique. Il est porté par l'ADEME, Eco CO₂ et les Organisations Professionnelles (AUTF, CGI, FNTR, FNTV, OTRE, Union TLF) et bénéficie du soutien du ministère de la Transition écologique.



COUP D'ŒIL SUR NOS PAYS



ESPAGNE

AU SEIN DE L'**ENERGY LAB** DE MADRID, STEF INNOVE ET TESTE LES SOLUTIONS ÉNERGÉTIQUES DE DEMAIN

Et pour aller plus loin, création d'un

Energy Lab



Stockage d'énergie
Autoconsommation
collective



L'hydrogène fait partie des solutions envisagées. Une équipe projet a donc été créée afin de mettre en commun les connaissances existantes et étudier les différents usages possibles (manutention, alimentation de groupes froids et de véhicules). Au programme : production, stockage et partage d'énergie électrique et frigorifique. En 2021, 4 expérimentations ont débuté pour être mises en œuvre

sur les 3 prochaines années :

- la production d' H_2 vert par électrolyse à partir d'électricité photovoltaïque ;
- le stockage d'énergie électrique grâce à des batteries qui permettent de stocker l'énergie créée par le soleil en journée et de la consommer la nuit ;
- le stockage d'énergie frigorifique à partir de nodules eutectiques qui permettent de produire du froid avec les

panneaux photovoltaïques le jour et de l'utiliser durant la nuit ;

- la mise en place d'un écosystème de consommation en créant une « communauté d'énergie » sur le principe d'un site producteur et de plusieurs sites consommateurs à proximité, ce qui permet d'augmenter la part d'énergie autoproduite et autoconsommée.



MOBILISATION EN FAVEUR DE L'ENVIRONNEMENT AVEC LE PROGRAMME **PLASTIC FREE**

Tout a commencé par l'élimination des emballages plastiques dans les bureaux en Italie. Très apprécié par les collaborateurs, ce programme, déployé dans un premier temps aux bureaux, a gagné les métiers d'exploitation où le film étirable est utilisé, à la fois, par les clients de STEF pour leurs produits et par le Groupe pour filmer les palettes. Les équipes se sont données pour mission de trouver des solutions alternatives, de les tester et d'évaluer leur durabilité. Ce projet au long cours embarque aussi les clients du Groupe.



NOUVELLE CENTRALE PHOTOVOLTAÏQUE D'AUTOCONSOMMATION EN TOITURE SUR LE SITE DE KÖLLIKEN

Pas moins de 3164 panneaux solaires ont été installés sur le site amiral de STEF en Suisse, soit une surface de 8 000 m². Opérationnelle depuis décembre 2021, la centrale photovoltaïque de Kölliken couvre 22 % de la consommation annuelle estimée du site (soit l'équivalent de la consommation annuelle d'énergie de 300 ménages en Suisse). À la clé : une réduction des émissions de gaz à effet de serre, une meilleure maîtrise des coûts de l'électricité et une diminution de la dépendance énergétique au réseau.



LA BU RHD DÉVELOPPE LA **REVERSE LOGISTICS** ET TOUT LE MONDE Y GAGNE !

STEF livre les aliments dans leur emballage (papier, carton, plastique), mais aussi de grands cartons dans lesquels les chaînes de restauration rapide peuvent plier et déposer les emballages utilisés. Ces cartons sont ensuite

collectés, rapportés sur les sites STEF et remis à notre prestataire de valorisation. À la clé : une optimisation des flux de collecte et une réduction de l'empreinte carbone des clients du Groupe.

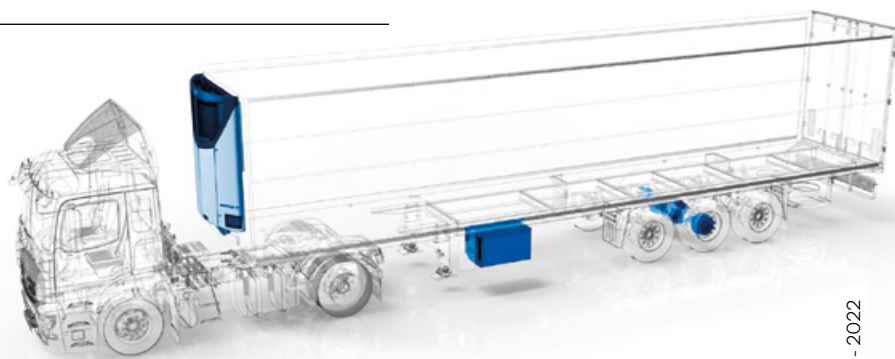
STEF passe avec succès son audit ISO 50001 !

Ce sont près de 140 sites et 170 entités juridiques en France qui sont certifiés pour leur management de l'énergie selon cette norme internationale. L'animation de la démarche se fait sur le terrain avec notamment la conduite des installations froid par les référents énergie, le respect des bonnes pratiques pour les salariés, la réalisation de diagnostics énergie sur tous les sites pour détecter de nouvelles pistes d'économies. Une belle dynamique collective en perpétuelle amélioration !



INNOVATION : DES ESSIEUX QUI FOURNISSENT DE L'ÉLECTRICITÉ

STEF Pays-Bas participe au développement de semi-remorques dont le moteur diesel du groupe froid est remplacé par un moteur électrique. Ce dernier est alimenté par une batterie intégrée au châssis de la semi-remorque qui est rechargée pendant la nuit.



La nouveauté ? Un des essieux de la remorque est capable de fournir de l'électricité à l'ensemble du dispositif lorsque le camion roule ! Il garantit ainsi une autonomie d'une journée de froid sans aucune émission locale de CO₂ liée au groupe froid.

STEF Pays-Bas exploite aujourd'hui 2 semi-remorques avec essieu équipé d'une génératrice de dernière génération. Et bonne nouvelle : cette solution est désormais commercialisée.

AU CŒUR DE LA MÉDITERRANÉE



La Méridionale est une compagnie maritime de transport de fret et de passagers 100 % Méditerranée !

Elle dessert 2 destinations : historiquement, la Corse dans le cadre de sa mission de service public et le Maroc depuis 2020 avec sa liaison régulière Marseille-Tanger. Elle est reconnue pour l'attention portée à ses clients, la qualité des services délivrés à bord, son engagement écologique et sa capacité à innover.

La Méridionale, toujours pionnière en matière de lutte contre le dérèglement climatique !

Première mondiale ! Depuis 2019, le Piana teste un nouveau filtre à particules spécifique pour le transport maritime. Celui-ci permet de supprimer 99 % des

particules fines et ultrafines en mer pendant les traversées. Le procédé repose sur une réaction chimique à partir d'un produit neutre, le bicarbonate de sodium, qui élimine totalement le soufre contenu dans les gaz d'échappement et sans aucun rejet en mer. Le bicarbonate souillé est collecté à bord pour rejoindre une filière de valorisation. Les résultats de ce test étant très positifs, la compagnie a décidé cette année d'équiper tous les moteurs du Piana d'un filtre à particules. Ce dispositif a aussi valu à La Méridionale de remporter en septembre 2021 le « Prix Équipement » lors de la 5^e édition des Trophées « Port du futur » organisée par le Cerema et ses partenaires.

Le saviez-vous ?

La Méridionale, c'est :

- 4 navires mixtes ;
- 13 traversées hebdomadaires entre la Corse et Marseille, 6 traversées hebdomadaires entre Marseille et le Maroc ;
- ± 600 personnes, en mer et à terre, au service de la clientèle ;
- 173 658 passagers et 75 117 voitures transportés en 2021 ;
- 41 600 poids lourds soit 472 km de fret transportés en 2021.

BIENVENUE
SUR

*La french
traversée*



NOUVELLE LIGNE
MARSEILLE - TANGER

La Méridionale 
la traversée que vous méritez

Publication : Direction de la Communication - Céline Audibert - Catherine Marie

Conception / Création / Réalisation : Idéogramme Communication - Rédaction : Corine Delahaye
Crédits photos : Clan d'Oeil - Fucha-Muyard-PH Jacob - Photothèque STEF - La Méridionale -
Istock - Shutterstock



*Promouvoir la gestion
durable des forêts*
Pour plus d'infos :
www.pefc.org



Société Anonyme au capital de 13 000 000 €
Siège social : 93, boulevard Malesherbes - 75008 Paris
999 990 005 RCS Paris

www.stef.com