

ENSEMBLE  
PARTAGEONS  
LES PLAISIRS DE L'HIVER!

# ÉDITORIAL



**Stanislas LEMOR,**  
Président-Directeur général du Groupe STEF



Il y a un an, STEF est devenu « Partenaire Officiel » de l'Équipe de France de biathlon sous l'impulsion de sa filiale située à Chambéry. Pour notre Groupe, leader européen des services de logistique et de transport sous température contrôlée, s'associer à ce sport d'hiver, grand pourvoyeur de médailles pour la France et exemplaire sur le terrain de la mixité, s'est vite imposé comme une évidence.

Notre première saison a été humainement très riche avec des rencontres passionnantes et émotionnellement très intense grâce aux performances de l'Équipe de France. Stratégiquement, elle a posé le socle de notre ambition pour ce partenariat en nous révélant combien nous étions proches dans la façon de voir notre contribution au monde.

Souvent, nous avons tendance à limiter le rôle d'un partenaire à un rôle de financement. Être présent pour fêter les victoires est important car cela rappelle que la performance est avant tout collective et que chacun et chacune a un rôle à jouer dans la réussite d'une équipe, au sein du biathlon comme au sein des entreprises.

Mais notre position de pionnier sur notre marché nous a permis de nous forger deux convictions : la performance ne se limite pas à des chiffres et **nous avons la responsabilité de prendre soin de ce qui nous entoure**. Que ce soient les équipes avec qui l'on travaille, les clients que l'on sert ou l'écosystème dans lequel nous évoluons.

Nous avons souhaité que cette vision se retrouve dans la relation que nous construisons avec l'Équipe de France de biathlon. Aussi, nous avons décidé de nous mobiliser, ensemble, autour d'un enjeu majeur : **s'engager à protéger l'hiver**. Collectivement, nous sommes préoccupés par l'impact du réchauffement climatique sur l'écosystème de la montagne ainsi que sur l'ensemble de la chaîne alimentaire dont STEF est le premier partenaire logistique. Ensemble, **nous avons la volonté d'agir** pour réduire notre impact sur la planète en favorisant la mobilisation de tous et de toutes.

**Nous avons un défi à relever ensemble** : faire aimer l'hiver. En effet, nous avons la conviction que plus on appréciera cette saison, plus il sera naturel de s'engager à protéger ce qui la rend si particulière. Nous sommes convaincus qu'avec l'Équipe de France de biathlon et nos 22 000 collaborateurs et collaboratrices, nous avons les meilleurs ambassadeurs et les meilleures ambassadrices de l'hiver.

Ensemble partageons les plaisirs de l'hiver !





L'Equipe de France de biathlon

# 1

## UNE RELATION QUI VA AU-DELÀ D'UN IMAGINAIRE COMMUN AUTOUR DU FROID

C'EST DANS LES ALPES, EN SAVOIE, QUE SE TROUVENT  
LES ORIGINES DU PARTENARIAT ENTRE  
LE GROUPE STEF ET L'ÉQUIPE DE FRANCE DE BIATHLON.

Lorsqu'une filiale du leader européen de la supply chain alimentaire s'est rapprochée de la Fédération Française de Ski, en 2022, sa volonté de valoriser l'ancrage local du Groupe. En effet, STEF contribue à l'approvisionnement alimentaire du monde de la montagne et accompagne son économie en favorisant la diffusion de ses produits à l'ensemble du marché européen. Mais au-delà de cette dimension locale, **la rencontre entre les deux partenaires a fait émerger de nombreux points de convergence**, qui vont au-delà d'un imaginaire commun autour de la montagne et du froid. Il s'agit d'une culture, de valeurs et d'engagements partagés au cœur de l'ADN et du plan stratégique de STEF, comme dans la pratique des sports d'hiver qui trouvent aujourd'hui une résonance toute particulière dans la façon dont le Groupe voit sa contribution aux enjeux sociétaux et environnementaux auxquels la société est confrontée.



# Une culture et des valeurs communes

---

**STEF, leader européen du transport, de la logistique et du conditionnement des produits alimentaires, contribue au quotidien à garantir durablement et en toute sécurité l'accès à la diversité alimentaire pour tous.**

Spécialiste de la température contrôlée, de -25° C à +18° C et partenaire quotidien du monde alimentaire, STEF a une histoire centenaire intimement liée aux progrès technologiques dans le domaine du froid. Ce bien, que le Groupe et les sports d'hiver ont en commun, a mis au centre du jeu une culture partagée avec l'Équipe de France de biathlon. Elle repose sur quatre valeurs qui reflètent ce qui les anime et les distingue.

**L'ENTHOUSIASME**, un état d'esprit que l'on retrouve à la fois chez les biathlètes et les équipes de STEF et qui est nécessaire pour motiver au quotidien, entretenir l'esprit d'équipe et donner du sens au travail.

**LE RESPECT**, une valeur centrale lorsque l'on est convaincus que la réussite ne peut être que collective et que l'envie de progresser est partagée par tous et par toutes.

**LA RIGUEUR**, un ingrédient indispensable tant pour une discipline aussi exigeante que le biathlon, que pour une entreprise qui a conscience de l'importance de sa mission pour ses clients et les populations.

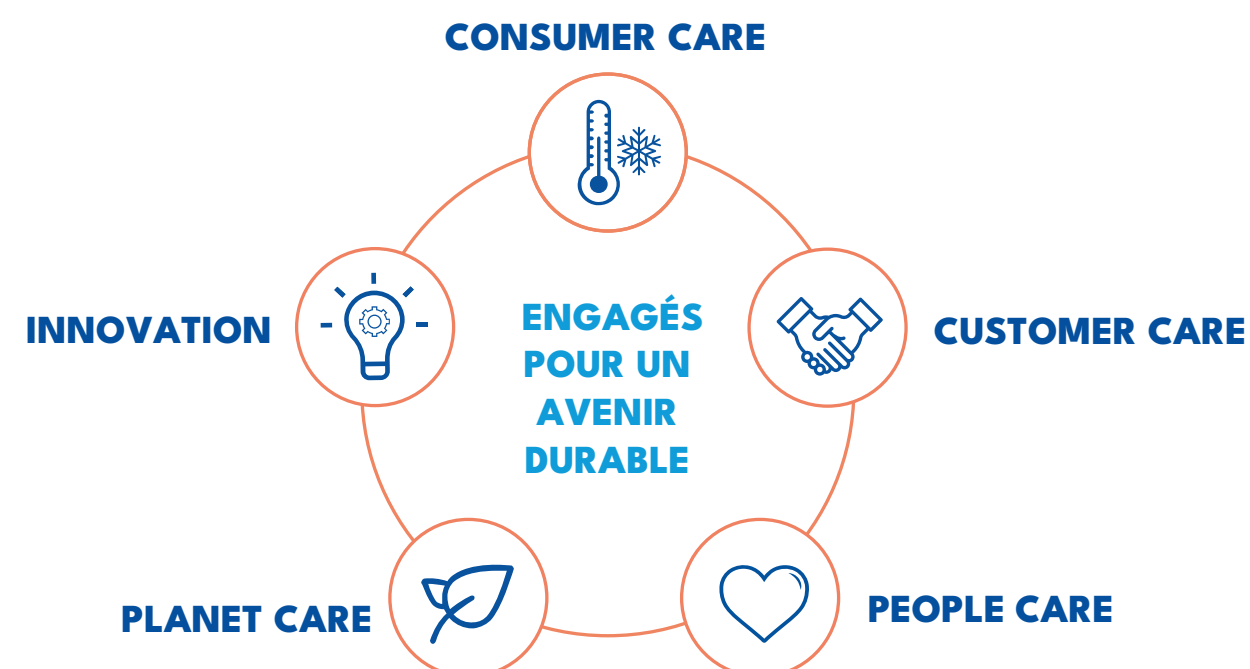
**LA PERFORMANCE**, un enjeu majeur qui, dans un sport comme le biathlon et dans une entreprise comme STEF, est intimement lié au goût du challenge, donc à la nécessité de créer un environnement favorable à la prise d'initiatives et à l'audace mais aussi à la persévérance, à l'effort et à une recherche constante de progrès.



# Une résonance avec le plan stratégique de STEF

Si le sens du rapprochement entre STEF et de l'Équipe de France de biathlon se retrouve dans les marqueurs historiques du Groupe, ce partenariat trouve aussi un ancrage dans ses perspectives d'avenir. STEF a bâti sa feuille de route 2022 - 2026 avec l'ambition d'allier sa performance économique et ses responsabilités sociales, sociétales et environnementales et avec un mot d'ordre « **Engagés pour un avenir durable** ».

Ce plan stratégique place le Care au cœur de ses relations avec l'ensemble des parties prenantes internes comme externes - collaborateurs, clients, consommateurs - ainsi qu'au centre de la stratégie environnementale du Groupe. Avec le biathlon, STEF voit l'opportunité d'illustrer ses engagements, de créer une dynamique collective autour de ses convictions.



## Des relations renforcées avec les acteurs de la montagne

Au travers de son partenariat avec l'Équipe de France de biathlon, STEF se dote d'une plateforme de conversation unique avec les acteurs de la montagne : producteurs, industriels, distributeurs, grossistes, détaillants et restaurateurs. La montagne est un terrain de jeu important pour STEF à la fois en raison des défis logistiques spécifiques à ce type d'environnement, mais également de la richesse de son terroir avec des produits alimentaires appréciés des Français et des Européens.



## PRÉSENCE DE STEF DANS LES ALPES

Chambéry est l'une des plus importantes filiales du Groupe. Tout d'abord car on y retrouve les deux grandes familles de métiers du Groupe avec le transport et la logistique, mais aussi tous les types de clients avec l'industrie agro-alimentaire, les grandes et moyennes surfaces, la restauration hors domicile et les grossistes. Ensuite, car la filiale a développé une expertise spécifique liée à son territoire avec la livraison en station de ski et la prise en compte d'une forte saisonnalité dans la gestion des volumes. Et enfin, c'est également une filiale qui, par son environnement, s'est placée depuis longtemps en figure de proue des expérimentations et actions concrètes pour réduire son impact sur la planète, à l'image de l'implémentation de véhicules roulant aux carburants alternatifs ou produisant du froid grâce à des systèmes cryogéniques.

## Une volonté commune de protéger l'hiver

La maîtrise de l'impact de ses activités sur l'environnement est un enjeu majeur pour le Groupe STEF. Grâce à la formalisation de sa démarche climat, le Groupe a accéléré ses investissements pour un transport et une logistique plus respectueux de l'environnement. Cet enjeu de protection de la planète, STEF le partage avec la Fédération Française de Ski et l'Équipe de France de biathlon, qui visent à trouver des solutions pour réduire et compenser l'impact du sport sur l'environnement.

C'est d'ailleurs sur cette thématique que les deux acteurs ont décidé d'unir leurs forces afin de sensibiliser, de mobiliser et d'engager l'ensemble des parties prenantes avec une campagne de communication décalée, bienveillante mais impactante, dont l'ambition est de faire aimer l'hiver et ainsi de renforcer l'envie collective de protéger les saisons du dérèglement climatique.



### LA DÉMARCHE MOVING GREEN

Conscient de l'importance d'accélérer ses engagements environnementaux, STEF a défini sa feuille de route, appelée Moving Green, autour de l'ambition « une mobilité durable et un froid plus responsable » et de **quatre grands objectifs** : réduire de 30 % les émissions de gaz à effet de serre de ses véhicules d'ici 2030 ; consommer 100 % d'énergies bas carbone pour ses bâtiments d'ici 2025 ; intégrer ses sous-traitants dans sa démarche d'engagement ; faire de chaque collaborateur un acteur de la réduction de l'empreinte carbone dans sa vie professionnelle et personnelle.

## Un récit commun sur la mixité

Le biathlon est un formidable outil pour alimenter les thématiques d'engagement de STEF notamment en termes de mixité.

L'Équipe de France est un bel exemple de mixité avec des équipes féminines et masculines qui sont au plus haut niveau dans un sport où les compétitions des femmes et des hommes ont lieu au même endroit et au même moment, et avec des épreuves mixtes très compétitives. Ce récit résonne avec les actions du programme MIX'UP qui regroupe les initiatives du Groupe en faveur de la mixité et de l'égalité professionnelle.



## MIX'UP

### PROGRAMME ÉGALITE PROFESSIONNELLE

MIX'UP est le nom de la démarche qui regroupe les **engagements et actions** de STEF en faveur de la mixité et de l'égalité professionnelle. Le Groupe s'est ainsi fixé **5 engagements** à l'horizon 2030 pour mettre en œuvre des actions concrètes, notamment en matière de recrutement, de formation et de sensibilisations aux stéréotypes, de gestion des carrières ou d'adaptation des environnements de travail.

# 2 UNE AMBITION COMMUNE : FAIRE AIMER L'HIVER POUR PROTÉGER LA PLANÈTE

## STEF EST PARTENAIRE OFFICIEL DE L'ÉQUIPE DE FRANCE DE BIATHLON JUSQU'EN 2026.

Le Groupe bénéficie dans ce cadre d'une visibilité sur l'ensemble des carabines des athlètes de l'Équipe de France de biathlon et les jumelles des entraîneurs de tir. Mais STEF a souhaité aller plus loin pour donner plus d'impact et de sens à sa présence aux côtés du biathlon français. Cette volonté se traduit par la création et le déploiement d'une campagne de mobilisation en faveur de l'hiver, mise en place avec la complicité du staff et des athlètes de l'Équipe de France de biathlon, témoins quotidiens de l'impact du réchauffement climatique sur la montagne et sur l'ensemble de son écosystème. Pour définir cette campagne, STEF a voulu interroger et comprendre le rapport que les Français et les Françaises entretenaient avec l'hiver. Résultat : une campagne positive autour des plaisirs de la saison pour faire grandir l'amour de l'hiver et donner l'envie aux populations de prendre soin de cette période fragile directement touchée par les changements climatiques.



Très vite nos échanges avec la fédération, le staff de l'Équipe de France et les athlètes, ont porté sur une préoccupation commune : l'impact du réchauffement climatique sur les sports d'hiver, mais aussi sur l'écosystème global de la montagne et sur l'ensemble du monde alimentaire dont STEF est le partenaire quotidien. Nous avons aussi en commun une volonté d'agir, en s'engageant à réduire notre propre impact sur la planète mais aussi en favorisant la mobilisation de tous et de toutes.



**Céline Audibert,**  
Directrice de la communication du Groupe STEF



# Le rapport des Français à l'hiver

Pour une compréhension approfondie de la relation des Français avec l'hiver, STEF a mandaté Kantar pour mener une étude dont l'objectif était de réaliser un état des lieux tout en identifiant des moyens d'action visant à encourager une plus grande appréciation de la saison hivernale par les Français, au point où chacun s'engage activement pour promouvoir et préserver cette saison.

## L'hiver, la saison la moins aimée des Français



**5 %**

Seulement 5 % des Français citent l'hiver comme leur saison préférée.



**2/3**

Près de 2/3 des Français classent l'hiver en 4<sup>e</sup> position derrière le printemps, l'été et l'automne.



**1**  
**SOMBRE**



**2**  
**INTERMINABLE**

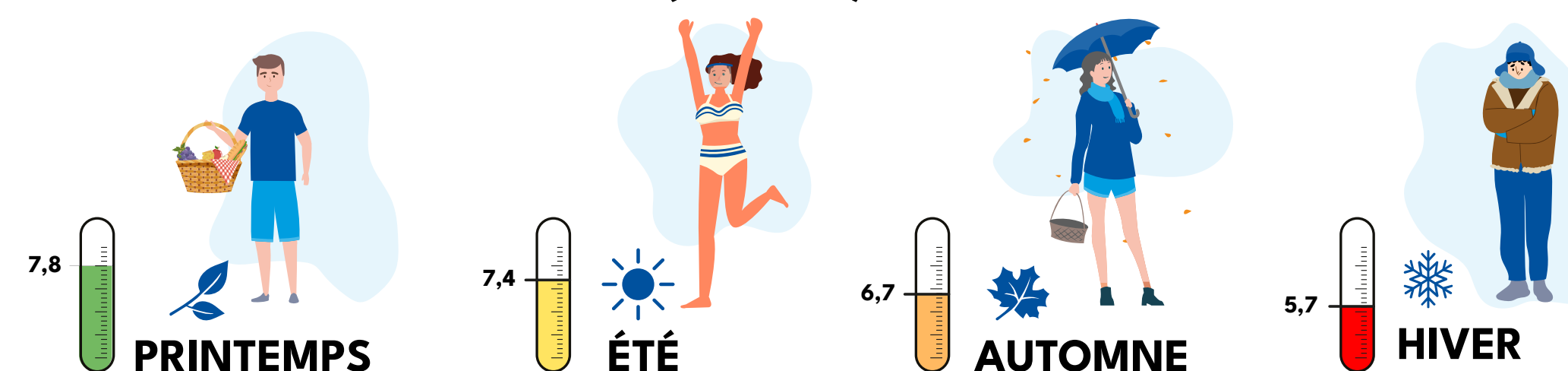


**3**  
**DÉPRIMANT**

**47 %**

des Français n'associent l'hiver qu'à des adjectifs négatifs.

## Niveau de bien-être saisonnier (de 1 à 10)



Le niveau de bien-être est fortement lié à la préférence des saisons, avec un sentiment de bien-être au plus bas en hiver.

## Un impact réel sur le quotidien des Français et des Françaises



**36 %**

Estiment que l'hiver n'est pas une saison propice à faire davantage de sport, un tiers des sportifs font moins de sport en hiver.

**84 %**

des Français disent changer leur alimentation avec des repas majoritairement plus réconfortants, gourmands et caloriques en hiver que le reste de l'année.



## Une prise de conscience de l'impact du réchauffement climatique sur l'hiver



Les Français sont davantage inquiétés par les éléments météorologiques, puis par un changement de la biodiversité et l'accroissement de la pauvreté...

# Les leviers pour faire aimer l'hiver

## ASTUCE 1, parler à leurs papilles



Les plats de saisons seraient l'élément qui manquerait le plus aux Français en cas de disparition de l'hiver.



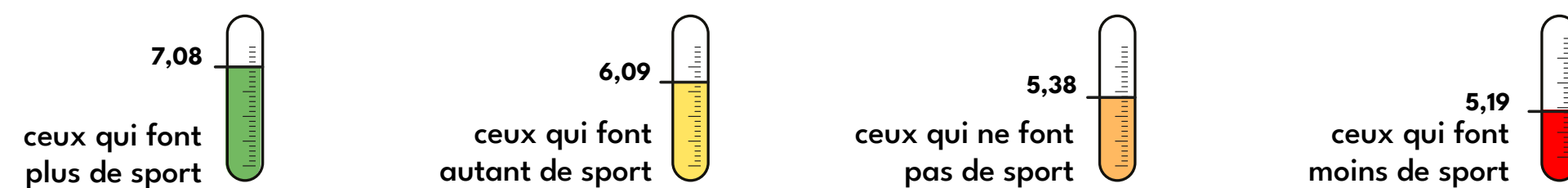
« Gourmand » est le premier adjectif positif associé à l'hiver.

## ASTUCE 2, les motiver à faire du sport



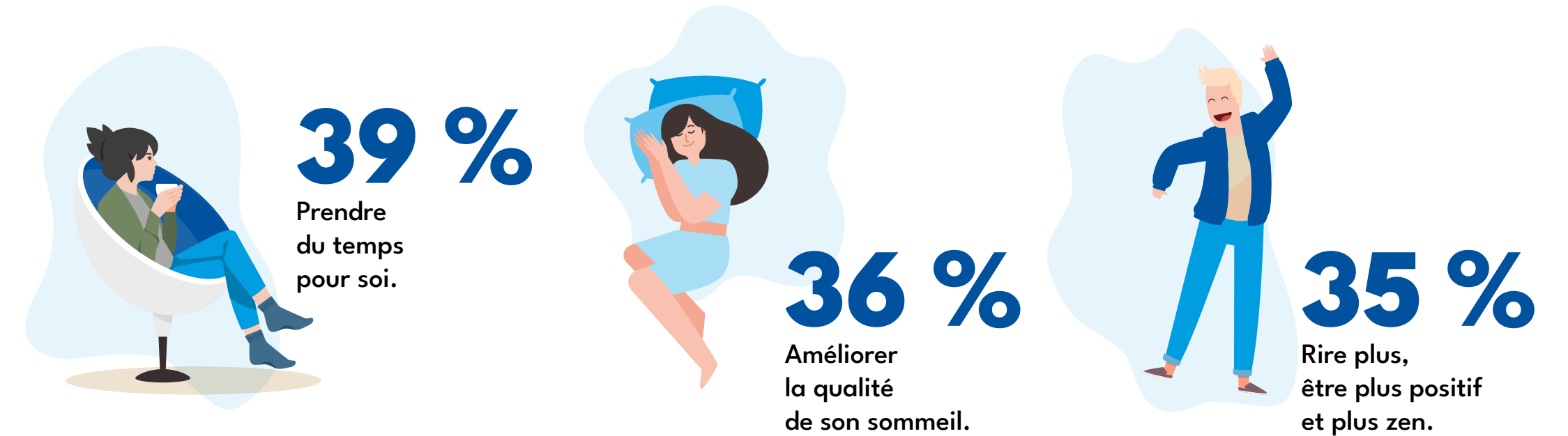
Peu importe la saison, plus on fait de sport plus on se sent bien, alors en hiver redoublons d'efforts !

### Baromètre du niveau de bien-être (de 1 à 10)



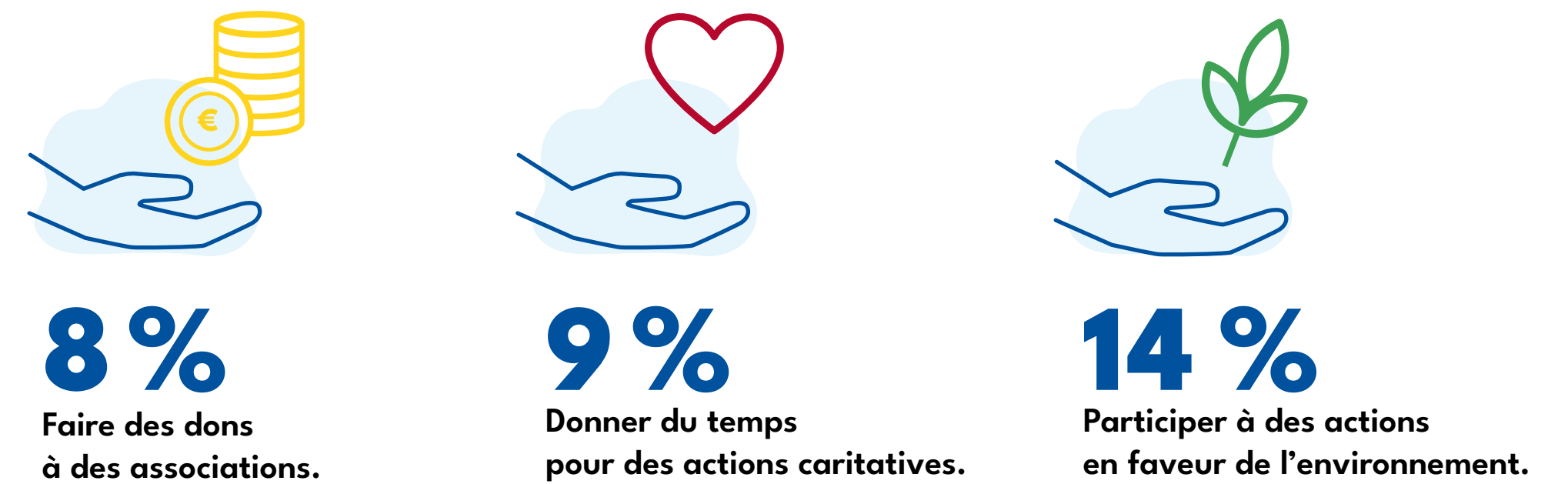
## ASTUCE 3, améliorer leur bien-être

Cet hiver les Français ont besoin d'enthousiasme et de prendre plus de temps pour eux.



## ASTUCE 4, leur donner envie de s'engager

Si s'engager pour la planète et pour les autres n'est pas une priorité pour les Français, STEF est convaincu que faire progresser la solidarité sera positif pour toutes et tous.



Parmi leurs bonnes résolutions de l'hiver, les Français sont encore peu enclins à se mobiliser.

# Aider les Français à aimer l'hiver

Si cette étude a révélé un certain désamour de cette période de l'année, c'est certainement en raison de son impact négatif sur le moral.

Un avis moins partagé par les plus jeunes, notamment les 18-24 ans. Saison souvent qualifiée de « sombre » et d'« interminable », l'hiver, dont les effets sont renforcés par une pratique sportive moins régulière, joue sur notre niveau de bien-être. Cependant, tout n'est pas si noir puisque les Français trouvent à la fois gourmandise et réconfort dans la gastronomie hivernale, qu'ils seraient bien déçus de perdre si l'hiver venait à disparaître. Globalement préoccupés par les enjeux climatiques, ils ont besoin de se sentir bien physiquement et mentalement pour s'engager en faveur de l'hiver. 45 % d'entre eux pensent que la saison est particulièrement propice à passer plus de temps avec les gens qu'ils aiment, 15 % des personnes interrogées étant même prêtes à s'engager pour la planète et pour les autres.

**Fort de ce constat**, STEF a fait le choix de prendre une part active dans l'ambition de raviver la flamme entre les Français et l'hiver avec pour mot d'ordre « Ensemble, partageons les plaisirs de l'hiver ». Celui-ci s'est traduit par une campagne d'engagement qui s'articule autour de quatre thèmes :

- **le plaisir par l'alimentation**, qui est l'environnement dans lequel évoluent STEF et ses clients ;
- **la motivation dans le sport**, spécialité de la Fédération Française de Ski ;
- **l'enthousiasme**, une valeur commune aux équipes STEF et à l'Équipe de France de biathlon, mis au service du bien-être ;
- **la solidarité**, pour renforcer nos liens au service de la communauté.

Cette campagne optimiste, sans injonction, fait écho auprès de chacun et de chacune. Elle s'inscrit dans la dynamique stratégique de STEF qui place l'humain au centre des préoccupations mais aussi au cœur de l'engagement collectif qui doit tous nous animer pour contribuer à une société plus durable.



**ENSEMBLE  
PARTAGEONS  
LES PLAISIRS DE L'HIVER!**

STEF ET L'ÉQUIPE DE FRANCE DE BIATHLON  
S'ASSOCIENT POUR VOUS FAIRE AIMER L'HIVER.  
Nous sommes convaincus que plus on aimera l'hiver, plus on aura  
envie de le protéger contre le changement climatique.  
**Ensemble partageons les plaisirs de l'hiver !**

STEF   
  
PARTENAIRE OFFICIEL

# 3

## UNE CAMPAGNE D'ENGAGEMENT AUTOUR DU MOT D'ORDRE **FAIRE AIMER L'HIVER**



LA CAMPAGNE D'ENGAGEMENT CRÉÉE ET DÉPLOYÉE PAR STEF  
POUR FAIRE AIMER L'HIVER A POUR VOCATION D'ÊTRE LE FIL ROUGE  
D'ANIMATION ET DE COMMUNICATION DES TROIS PROCHAINES SAISONS.

Chaque année, des activations seront mises en place sur les **quatre champs d'actions identifiés: alimentation, sport, bien-être et solidarité**. Principalement orientées sur le digital lors de la première année pour toucher les communautés de STEF et du biathlon français, les animations se déclineront avec une dimension plus événementielle dès la saison 2024-2025 avec l'étape de la Coupe du Monde du Grand Bornand pour s'adresser au plus grand nombre. Le niveau d'engagement demandé aux Français et aux Françaises augmentera également chaque année avec l'ambition d'avoir un impact de plus en plus significatif sur la planète. Ces activations autour de la solidarité se traduiront par une mobilisation auprès d'associations que STEF soutient de longue date, comme les Restos du Cœur, Sport dans la Ville ou encore Nos Quartiers ont du Talent. En effet, faire aimer l'hiver c'est aussi être conscient que certains et certaines ne peuvent pas profiter pleinement des plaisirs de cette saison et des joies que peut offrir la montagne.

# Un régime réconfortant

Pour cette première activation sur le thème de l'alimentation, STEF a choisi un incontournable réconfortant de l'hiver, **le chocolat chaud**. Une boisson avec un effet bénéfique sur le moral et sur la santé. À l'occasion de début de la Coupe du Monde de biathlon le 25 novembre, STEF partage des recettes de cuillères à chocolat chaud à tester et à déguster devant les premières épreuves à Östersund en Suède. Les recettes ont été réalisées en fonction du goût des biathlètes de l'Équipe de France et de la façon dont ils abordent la saison sportive.

## Autour d'un chocolat chaud...



Pour découvrir les recettes et les conseils de dégustations des biathlètes, rendez-vous sur [www.stef.com/biathlon](http://www.stef.com/biathlon)



# La motivation avec le winter body challenge

Pour célébrer le premier jour de l'hiver, le 21 décembre, STEF propose aux Français et aux Françaises un défi sportif à la portée de toutes et de tous.

**Son objectif** : bouger pour se sentir bien dans son corps, pour **booster son moral** et pour **renforcer ses défenses immunitaires**. Le principe est simple, il faut réaliser trois types de défis : 1 défi sport en extérieur (marche, course à pied, vélo...), 1 défi sport bien-être (yoga, méditation...) et 1 défi inédit à réaliser avec la cocotte « STEF winter body ».

**La cocotte « STEF winter body »** est un outil ludique inspiré d'un des grands classiques des cours de récréation. Un pliage qui permet à une personne de donner des défis qui sont tirés au hasard par la cocotte en papier. Dans cette cocotte, STEF a mis les principaux exercices physiques de la préparation des biathlètes : cardio, jambes, bras, abdos, pour un corps prêt à aborder l'hiver. Trois niveaux de difficulté (appelés sprint, poursuite, mass-start, en clin d'œil aux épreuves de biathlon) sont proposés pour permettre à tout le monde de **bouger en s'amusant**.



Télécharger la cocotte STEF et retrouvez les conseils de Simon Fourcade à partir du 21 décembre 2023 sur [stef.com/biathlon](https://stef.com/biathlon)



# L'enthousiasme tout au long de la journée

---

Chaque année, le 3<sup>e</sup> lundi du mois de janvier est qualifié de « **Blue Monday** », surnom donné au jour supposé être le plus triste ou le plus déprimant de l'année, en raison de l'hiver, de la fin de la période des fêtes et d'une météo souvent humide à cette période.

C'est ce jour que STEF a choisi pour partager avec les Français et les Françaises quelques astuces pour se lever du bon pied et garder son enthousiasme tout au long de la journée. **Des astuces qui débutent dès le réveil** avec des **recettes de petits-déjeuners** vitaminés et quelques exercices pour **réveiller son corps** en douceur. Différents contenus sont également proposés autour du rire par les athlètes et avec la complicité de Pauline Neyrolles, autrice du livre « Healthy, mais pas trop ». Tout cela avant de terminer la journée en suivant les conseils bien-être de Pauline pour s'endormir paisiblement.



# La solidarité auprès de ceux pour qui l'hiver est difficile

---

Pour clôturer cette première saison, STEF a souhaité associer l'Équipe de France de biathlon à un engagement qui lui tient à cœur depuis plus de 15 ans.

## **STEF et les Restos du Cœur**

Depuis 15 ans, STEF met à disposition de l'association les moyens logistiques nécessaires afin de récupérer les dons dans les grandes et moyennes surfaces pour les acheminer vers les associations départementales des Restos du Cœur. En 2022, ce sont 15 filiales STEF qui ont participé à la collecte nationale et transporté 640 tonnes de marchandises soit près de 2 000 palettes. Au-delà de la collecte nationale, STEF apporte également son soutien à l'association sous forme de mécénat de compétences, de formation des bénévoles au droit social, de soutien à la gestion logistique des dons de marchandises alimentaires tout au long de l'année et d'un volet « aide à l'insertion » pour intégrer des personnes issues des ateliers d'insertion des Restos du Cœur au sein de son école de conduite ou son école de quai.









**Contact Presse**  
SPORT MARKET

STEF

**Tiphaine Poulain**  
tpoulain@sportmarket.fr  
06 24 38 43 67

**Catherine Marie**  
catherine.marie@stef.com  
06 35 23 10 88

**Cloé Bahaud**  
cbahaud@sportmarket.fr  
06 32 69 17 49