

L'ESSENTIEL

2020 / 2021

**STEF, DES MÉTIERS
ESSENTIELS** P.11

**INNOVER POUR
LES CLIENTS ET
LES ÉQUIPES** P.18

**S'ENGAGER POUR
L'HUMAIN** P.26

**BÂTIR UNE SUPPLY CHAIN
ENCORE PLUS VERTUEUSE** P.34

STEF 



SOMMAIRE

Interview du Président-directeur général	P. 02
Présentation du Groupe	P. 06
Notre raison d'être	P. 08



REGARDS SUR 2020 P.10

Nos équipes racontent leur année



TOUR D'HORIZON P.16

Innovier pour les clients et les équipes	P. 18
S'engager pour l'humain	P. 26
Bâtir une supply chain encore plus vertueuse	P. 34
La Méridionale	P. 42

Penser demain !	P. 43
-----------------	-------

ÉDITO

À L'ÉVIDENCE, L'ANNÉE 2020 NE FUT PAS UNE ANNÉE COMME LES AUTRES. ELLE FUT HORS-NORME POUR LE GROUPE STEF, ELLE A MIS EN LUMIÈRE LE SENS DE NOS MÉTIERS, CONFIRMÉ NOS INTUITIONS, RENFORCÉ NOS CONVICTIIONS. ELLE A CONFORTÉ NOTRE RAISON D'ÊTRE. **CETTE NOUVELLE FORMULE DE L'ESSENTIEL S'EN FAIT L'ÉCHO : À LA MANIÈRE D'UN YEARBOOK, ELLE RACONTE L'ANNÉE 2020 TELLE QUE NOUS L'AVONS VÉCUE, AVEC SES DIFFICULTÉS MAIS AUSSI SES SATISFACTIONS ET PARFOIS SES SUCCÈS... ET ELLE NOUS PROJETTE EN 2021.**
BONNE LECTURE À TOUS !



CONTINUER D'INVESTIR POUR BÂTIR DEMAIN !

Stanislas Lemor, Président-directeur général du Groupe STEF

2020 fut une année particulière à maints égards. Qu'en reprenez-vous ?

Tout d'abord, la mobilisation exceptionnelle de tous nos collaborateurs pour assurer la mission première du Groupe durant la crise sanitaire : grâce à leur engagement sans faille, les populations ont pu être approvisionnées partout en Europe, sans aucune rupture dans la chaîne logistique. C'est une grande fierté pour nous tous. J'aimerais rendre un hommage appuyé aux collaborateurs du Groupe pour leur capacité d'adaptation, leur professionnalisme et leur engagement qui nous ont permis de faire face à une crise sans précédent.

Je retiens également que nos métiers, qui étaient mal connus et souvent même ignorés du grand public, ont été rendus plus visibles par la crise et ont révélé leur caractère essentiel. Nos conducteurs ont été applaudis quand ils livraient lors des premiers épisodes de confinement du mois de mars 2020. Plus que jamais, la raison d'être du Groupe, garantir durablement et en toute sécurité l'accès aux produits alimentaires à tous les consommateurs en Europe, est apparue en pleine lumière.

Et sur le plan économique ?

L'année 2020 a été contrastée avec un premier semestre durement affecté par des périodes de confinement strict partout en Europe, avec leurs conséquences sur la dérégulation des flux de marchandises. Le Groupe s'est rapidement adapté en mettant en place un programme d'ajustement des coûts et une meilleure adaptation des schémas de transport, ce qui a permis un net redressement des performances au second semestre.

Sur l'ensemble de l'année, les résultats de STEF sont pénalisés par la crise sanitaire : le chiffre d'affaires est en recul de 8,6 % et le résultat opérationnel en repli de 28,2 %. Mais le Groupe a résisté grâce à la solidité de ses fondamentaux et à sa capacité d'adaptation. Pour faire face à la crise, nous avons été amenés à opérer des choix forts, en tant qu'entreprise responsable et citoyenne, d'abord en versant une prime de solidarité à nos collaborateurs sur le terrain, puis en ne sollicitant ni prêt garanti par l'État, ni reports de charges. Et nous avons continué à investir pour préparer l'avenir, malgré la période difficile que nous traversons.

■ ■ ■

Fin 2020, vous avez finalisé un dossier majeur qui consolide la présence de STEF en Europe. Pouvez-vous nous en dire plus ?

Nous avons renforcé notre réseau européen grâce à un accord global avec le groupe allemand Nagel qui ouvre de nouvelles possibilités pour nos clients vers l'Allemagne, les pays de l'Est et l'Europe du Nord. Ce partenariat a été construit en deux temps : l'entrée au capital de leur co-entreprise en France au mois de janvier puis, la conclusion en fin d'année d'un accord de reprise de leurs activités en Italie, en Belgique et aux Pays-Bas. Nous avons également conclu des accords de distribution réciproques qui nous permettent désormais de proposer une couverture européenne optimale et de nous renforcer sur les activités de flux internationaux. C'est une étape importante dans notre stratégie de développement en Europe.

Le Brexit semble avoir désorganisé nombre d'entreprises. Est-ce le cas pour STEF ?

Il est encore un peu tôt pour se prononcer car les flux sont restés faibles en ce début d'année 2021. Mais de notre côté, nous avons anticipé et mis en place une organisation dédiée pour accompagner nos clients dans les nombreuses formalités administratives. Notre technicité en la matière a été reconnue puisqu'un certain nombre de clients s'est tourné vers nous dès lors que la gestion des flux a commencé à se complexifier. Nous restons cependant attentifs car seuls les mois qui viennent diront si les dispositions prises ont été correctement dimensionnées.

Cette année, STEF a renforcé son « empreinte géographique », mais décidé de réduire son « empreinte carbone » ...

En effet. C'est un sujet qui me tient à cœur, et sur lequel nos collaborateurs et nos parties prenantes

externes attendent des engagements forts. Cette prise de conscience n'est pas nouvelle au sein du Groupe, elle existe depuis son origine. En tant que spécialiste de la massification, le Groupe réalise de longue date du « transport en commun » de produits alimentaires. Depuis plus de 15 ans, nous sommes engagés dans la réduction des émissions de CO₂ et de gaz à effet de serre.

« Au cours de cette année exceptionnelle, nous n'avons jamais cessé de préparer demain en consolidant nos positions en Europe et en développant notre savoir-faire sur des segments porteurs. »

Aujourd'hui, nous devons aller encore plus loin. Avec le soutien du Conseil d'administration, nous avons décidé d'agir – massivement et collectivement – pour diminuer l'empreinte environnementale de STEF en prenant deux engagements majeurs : réduire de 30 % les émissions de CO₂ de nos véhicules d'ici 2030, et consommer 100 % d'énergie bas carbone pour nos bâtiments d'ici 2025. Peu de groupes de transport peuvent actuellement se prévaloir de telles ambitions dans la structuration de leur politique Climat. Cette nouvelle dynamique, lancée pour les 10 prochaines années, s'appuie sur

un plan d'actions actuellement en cours de déploiement au travers d'entités pilotes, en France, au Portugal et en Italie. Les innovations et les expérimentations conduites nous permettront de valider les démarches engagées afin de les étendre à l'ensemble de nos pays en 2022.

Nous avons parlé l'année dernière de transformation digitale et d'innovation. Comment avancez-vous sur ces sujets ?

Notre stratégie de transformation digitale, comme notre politique d'innovation en général, visent à enrichir le service offert à nos clients et nous permettent également d'améliorer nos process par une meilleure utilisation de la data. Certains projets ont pu être ralentis par la crise mais nous avons globalement maintenu le cap. Dans nos activités de transport de produits frais, nous avons notamment accéléré la digitalisation de la relation

client en déployant un nouveau portail numérique en Europe. Pour nos clients, cela signifie notamment un suivi en temps réel de leurs expéditions, des indicateurs de performance avancés et des services additionnels. Dans le domaine de l'innovation, nous avons mis en place une plateforme collaborateurs destinée à organiser le partage des initiatives locales et à libérer les énergies. Nous souhaitons également intégrer des startups dans notre écosystème. À ce titre, le Groupe est engagé dans un projet très enthousiasmant pour optimiser son réseau de transport et améliorer son empreinte écologique grâce à l'intelligence artificielle.

Les modes de consommation évoluent depuis plusieurs années et la crise sanitaire a accéléré certaines tendances. Quel en est l'impact sur l'organisation et les activités de STEF ?

La crise sanitaire a joué un rôle de catalyseur et accéléré l'adoption de tendances déjà observées. L'évolution la plus notable est sans doute la forte montée en puissance du e-commerce alimentaire : il représentait 5 % du marché de la consommation alimentaire avant la pandémie, il est monté à 10 % au plus fort de la crise ; aujourd'hui, il se stabilise autour de 8 à 9 %. L'omnicanal est devenu la norme pour le consommateur qui multiplie les actes d'achats impliquant parfois une livraison à domicile. Une fois acquis le retour à la normale, la question reste de savoir où se fixera le curseur et dans quelles conditions. Nous ne devons pas oublier que l'équation est aujourd'hui faussée puisque le consommateur ne paye pas le prix réel de la livraison des produits à son domicile et ne prend que faiblement en considération les effets de celle-ci sur le plan environnemental.

Le marché des achats alimentaires en ligne est aujourd'hui majoritairement réalisé sous forme de drive (près de 90 % du total) et la livraison à domicile représente une part minime du e-commerce alimentaire. Même si nous considérons que les modèles actuels ne sont pas à maturité et que la question du dernier kilomètre est un véritable casse-tête puisqu'il s'agit de concilier fréquence, couverture territoriale et température, les perspectives de croissance de ce segment sont très importantes. Nous avons donc décidé de faire de ce marché une cible prioritaire et nous travaillons actuellement sur une offre adaptée, associant toutes les composantes de la logistique du e-commerce alimentaire sous température dirigée.

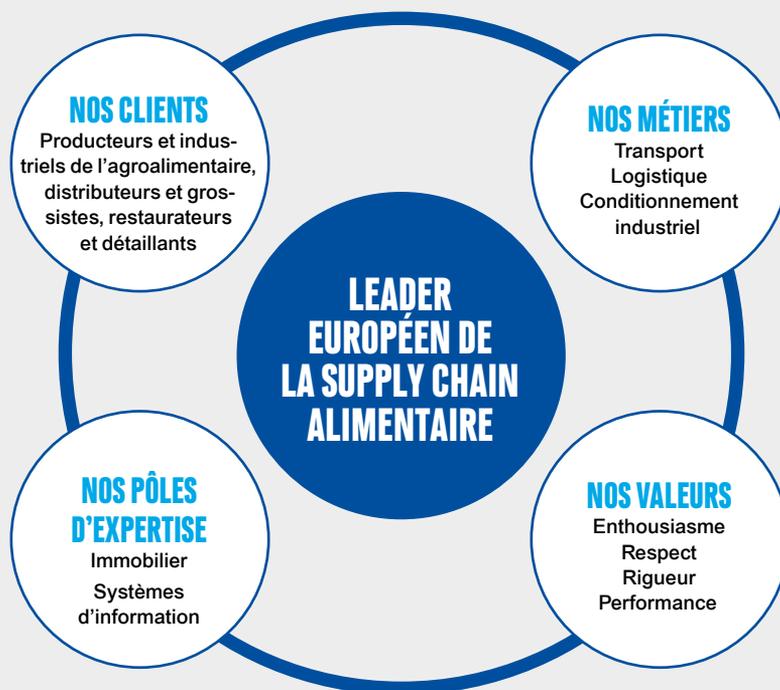
2021 s'ouvre dans un contexte toujours marqué par la crise de la Covid-19. Quelles sont pour vous les perspectives ?

Les incertitudes liées au contexte sanitaire et à ses répercussions économiques doivent inciter à la prudence en termes de prévisions. Néanmoins, je suis convaincu que la crise constitue une opportunité pour accélérer la transformation de notre organisation. Au cours de cette année exceptionnelle, nous n'avons jamais cessé de préparer demain en consolidant nos positions en Europe et en développant notre savoir-faire sur des segments porteurs. Nous avons également accéléré nos ambitions en faveur d'une empreinte environnementale plus vertueuse. Enfin, nous nous sommes efforcés de préserver notre culture de la transparence et du dialogue avec nos équipes. Ces différents éléments nous incitent à penser que, notre Groupe aura les moyens de rebondir rapidement. STEF dispose de nombreux atouts pour faire face aux défis à venir !

STEF, « PURE PLAYER » DE LA SUPPLY CHAIN ALIMENTAIRE

Dans un monde où les modes de consommation et les canaux de distribution évoluent à grande vitesse, la supply chain est un facteur clé de compétitivité des entreprises.

Partenaire du développement de ses clients, STEF propose des solutions de transport, de logistique et de conditionnement industriel pour les produits alimentaires sous température dirigée (-25°C à +15°C) adaptées aux besoins spécifiques de chacun d'entre eux. Avec une unique ambition : leur apporter la meilleure qualité de service pour les aider à optimiser la performance économique, opérationnelle et environnementale de leur supply chain.



Le Groupe compte également un pôle maritime avec sa filiale La Méridionale qui assure une activité de transport de passagers et de fret entre la Corse et le continent dans le cadre d'une délégation de service public. Depuis 2020, elle a élargi son champ d'action avec l'ouverture d'une ligne, fret et passagers, entre Marseille et Tanger.

CHIFFRES CLÉS

Chiffre d'affaires consolidé

3 145 M€

Résultat consolidé (part du Groupe)

73 M€

19 000
collaborateurs

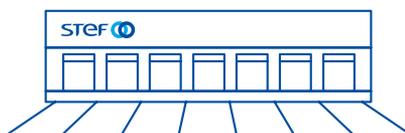


7
pays européens

France
Italie
Espagne
Portugal
Belgique
Pays-Bas
Suisse

Plus de **10 000** clients

Plus de **100 000** livraisons par jour



246 sites multi-températures
(plateformes et entrepôts)
dont **174** en France et
72 dans les autres pays

Surface de quai

525 000 m²

Volume d'entreposage

9 850 000 m³

2 340 véhicules en propre
sur un total de **4 000** véhicules

4 000



4 cargos mixtes



Débutée en 1920, avec pour mission d’approvisionner les populations en produits alimentaires, notre histoire est intimement liée à celles de l’évolution des modes de consommation alimentaire et de la transformation des canaux de distribution. À l’occasion de nos 100 ans, le Groupe a souhaité mettre des mots sur ce qui anime ses équipes depuis le début de notre aventure entrepreneuriale et humaine.

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 tous les collaborateurs et montre, au-delà des mots, la réalité de notre engagement quotidien au service de nos clients et notre volonté d’agir pour la pérennité du Groupe, comme pour celle du monde qui l’entoure.

NOTRE MANIFESTE

Nous sommes STEF, et depuis 1920 nous portons une mission essentielle : garantir l’approvisionnement alimentaire de millions d’européens.

Au cœur de la chaîne alimentaire, nous stockons, conditionnons et transportons les produits présents au quotidien dans vos assiettes.

Nous travaillons main dans la main avec les producteurs, distributeurs et restaurateurs, pour permettre à des millions de

consommateurs de faire de leur alimentation le reflet de leurs engagements et de leurs envies.

C’est avec enthousiasme, respect, rigueur et performance que nous nous mettons au service de nos clients. Notre fierté, c’est d’accompagner leur croissance, de les aider à conquérir de nouveaux territoires et de gagner le pari de l’innovation.

Avec eux, nous inventons la supply chain de demain, toujours plus fiable, connectée et respectueuse de l’environnement.

Et pour que les générations futures aient toujours le choix de leur alimentation, nous avons décidé d’agir. Chaque jour, nous essayons de tracer une voie plus vertueuse pour nos activités et notre secteur car nous considérons qu’il est de notre responsabilité de nous engager et de faire la différence.

Offrir à chacun la liberté de manger ce qu’il aime en toute confiance, voilà ce qui nous anime depuis plus de 100 ans.



REGARDS SUR 2020

RECONNUS « **ESSENTIELS** », LES MÉTIERS DE STEF
SONT PASSÉS DE L'OMBRE À LA LUMIÈRE.

La pandémie de Covid-19 a entraîné le confinement d'une grande partie de la population mondiale et paralysé les économies de tous les pays. Face à cette situation inédite, le secteur agroalimentaire s'est adapté, évitant les pénuries de grande ampleur. Maillon essentiel de la chaîne logistique sous température dirigée, STEF s'est attaché à assurer la continuité des approvisionnements dans un contexte dégradé, aussi versatile qu'imprévisible. Nos équipes ont fait preuve d'une réactivité et d'un engagement sans faille.

Nous en sommes fiers.

Témoignages...



Rachid DGHOUGHI
**CONDUCTEUR CHEZ STEF
DEPUIS 2008 ET CONDUCTEUR
FORMATEUR DEPUIS 2019 SUR
LE SITE STEF METZ**

« Quand je me levais le matin alors que tout le monde était confiné, j'avoue que j'étais un peu inquiet. Mais je me disais que grâce à mon travail, les gens allaient pouvoir faire leurs courses dans les magasins. On était tous un peu dans l'inconnu. Notre atout, c'est d'être déjà bien familiarisés avec les règles d'hygiène et de sécurité sanitaire liées au transport de produits alimentaires. On s'est vite approprié les nouveaux gestes barrières. On a aussi pris des mesures supplémentaires comme la désinfection totale des camions.

Ce que j'aime dans mon métier, ce sont les contacts, avec les collègues dans les entrepôts, avec les responsables de magasin... Je sais que je suis un peu l'ambassadeur de STEF auprès de nos clients. La gentillesse de leur accueil, leur sourire d'encouragement quand je les livrais pendant le confinement, les appels de phares complices sur la route, tous ces petits signes m'ont fait chaud au cœur. J'ai eu l'impression que mon métier était valorisé et enfin reconnu ! »





Eleonora ISOPPI
**RESPONSABLE DES OPÉRATIONS
DE LA PLATEFORME
STEF TAVAZZANO** (ITALIE)

« Début 2020, la Covid-19 nous apparaissait comme un événement lointain. Et tout à coup, la pandémie était chez nous. La réaction du Groupe a été immédiate : création d'un comité de crise, contrôles de température à l'entrée, gestes barrières, signalisation, équipement de protection individuelle, télétravail quand c'était possible... Toutes ces mesures nous ont permis d'assurer une continuité de service à nos clients. Ce qui m'a marquée, c'est que dans les situations les plus difficiles et en pleine période de pic opérationnel, toutes les équipes ont donné le meilleur d'elles-mêmes. La collaboration avec nos clients a été incroyable. Je garde encore leurs e-mails nous remerciant chaleureusement à l'issue du premier confinement. Mais ce dont je suis particulièrement fière, c'est que tout le monde ait compris l'importance de nos métiers. Je suis sûre que cette reconnaissance nous a aidés à faire face, ensemble et avec succès, à cette crise sanitaire sans précédent. »

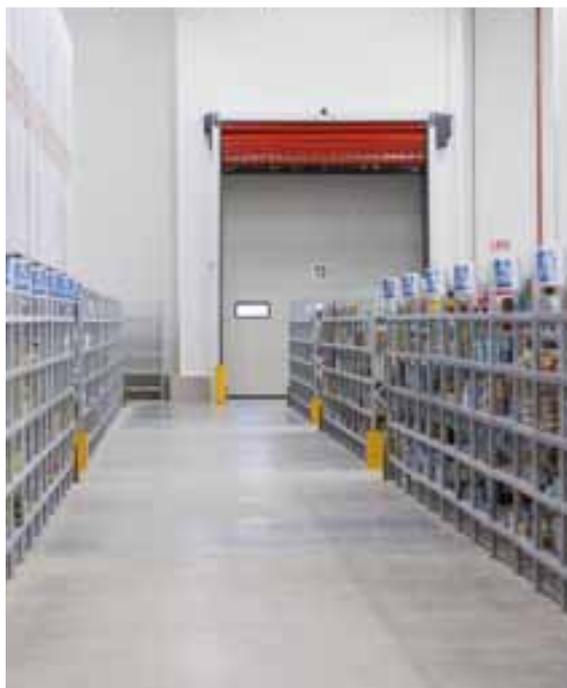


Papa-Djibril DIEYE

RESPONSABLE D'EXPLOITATION SUR LE SITE STEF AULNAY-SOUS-BOIS

« Au début de la pandémie, l'inquiétude était palpable. Ma première préoccupation a été de rassurer mon équipe, de bien faire redescendre toutes les informations données par la Direction qui a fait ce qu'il fallait pour trouver des masques et du gel hydroalcoolique à une période où c'étaient des denrées rares. L'enjeu pour moi, c'était de respecter nos engagements par rapport à nos clients, d'autant que le volume des commandes était particulièrement élevé. Nous avons aussi accompagné les équipes venues en renfort sur le site, réorganisé l'activité tout en mettant en place les gestes barrières, ajusté en permanence les plannings avec une visibilité à 2 ou 3 jours seulement ... C'était un peu compliqué ! La prime de solidarité versée aux collaborateurs a été vécue comme une vraie reconnaissance des efforts fournis. Mais, ce qui m'a frappé et touché, c'est la solidarité au sein du Groupe, le souci de maintenir les liens de proximité entre nous.

Le second semestre a aussi été chargé ! Je suis passé responsable d'exploitation dans le cadre du parcours « Devenir » avec non plus une mais plusieurs équipes à gérer, la relation directe avec le comité de direction du site, des plannings toujours complexes pour cause de pandémie. Mais là, on était préparés, « entraînés » à faire face aux aléas et aux pics de volumes tout en respectant les gestes barrières. Ce qui me conforte dans mes convictions : l'important dans la vie, c'est de rester ouvert au changement. »



Leila RABHI

RESPONSABLE DU SERVICE PASSAGERS À LA MÉRIDIONALE

« Je dois dire que l'année a été assez agitée pour moi ! Non seulement l'organisation des rotations sur la Corse a été complètement bouleversée avec la pandémie mais, début 2021, j'ai été promue responsable du service passagers. Ce que je retiens de l'année, c'est la manière dont toutes les équipes ont su s'adapter, pour garantir les meilleures conditions de sécurité et de confort aux passagers malgré la situation. Au-delà des mesures d'hygiène renforcées, nous avons par exemple aménagé les modalités de restauration à bord : vente à emporter pour le dîner, petits déjeuners sur réservation déposés devant la porte de la cabine... Le plus délicat à gérer, c'est l'embarquement avec des formalités complexes et évolutives en fonction de la situation sanitaire, qui se sont ajoutées aux contrôles Vigipirate. À La Méridionale, nous considérons que les vacances de nos passagers commencent sur le port ! Nous avons donc travaillé pour arriver à une organisation, souple mais stable, afin que l'embarquement soit le plus rapide et le plus fluide possible. Désormais, le petit terminal mobile dont notre personnel est équipé pour vérifier auprès de chaque voiture l'identité et les billets des passagers, peut aussi lire les QR Code sécurisés de l'application TousAntiCovid. Nous accompagnons aussi nos clients en amont : envoi d'un mail à J-4 avant le départ avec rappel de tous les documents nécessaires, SMS à J-2 avec alerte sur les délais des tests PCR, y compris en cas de jour férié... Autant de détails pour le confort et la tranquillité d'esprit de nos passagers. Cette qualité d'accueil et de services, c'est aussi ce qui fait la différence sur notre nouvelle ligne Marseille-Tanger. Aujourd'hui, nous sommes prêts et nous sommes optimistes pour cet été. »



A close-up photograph of a woman with her hair styled in a bun, holding a slice of orange over her right eye. She is wearing a red top. The background is a solid yellow color. The text 'TOUR D'HORIZON' is overlaid in large white letters at the bottom left.

TOUR D'HORIZON

A close-up photograph of a woman with red hair and red lips. She is holding a slice of orange over her right eye. The background is a solid, bright yellow. The woman is wearing a red top.

CETTE ANNÉE, NOUS VOUS PROPOSONS
TROIS ITINÉRAIRES THÉMATIQUES QUI
RENDENT COMPTE DE NOTRE ÉTAT D'ESPRIT,
DE NOS PRIORITÉS ET DE NOS ENGAGEMENTS
AU LONG COURS.

STEF EN ACTION, C'EST ICI...

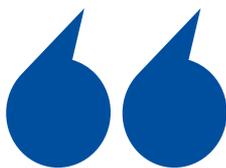
INNOVER POUR LES CLIENTS ET LES ÉQUIPES

Écoute, réactivité et valeur ajoutée...
C'est notre leitmotiv pour nos clients. Notre
ambition collective ? Améliorer sans cesse la
qualité des services du Groupe et accompagner
chacun au plus près de ses besoins.



RENCONTRE AVEC OLIVIER LANGENFELD, DIRECTEUR COMMERCE ET MARKETING DU GROUPE STEF

LES CIRCUITS DE DISTRIBUTION ONT ÉTÉ PARTICULIÈREMENT BOUSCULÉS CETTE ANNÉE. LES INDUSTRIELS DE L'AGROALIMENTAIRE AUSSI. FORT DE SON EXPÉRIENCE DE PLUS DE 20 ANS AU SEIN DU GROUPE, OLIVIER LANGENFELD A PRIS LES RÊNES DE LA DIRECTION COMMERCE ET MARKETING DE STEF EN MARS 2021. ÉCLAIRCISSEMENTS SUR LE POSITIONNEMENT DU GROUPE ALORS QUE LES MODES DE CONSOMMATION CONTINUENT D'ÉVOLUER À TOUTE VITESSE.



Quelles leçons tirez-vous de cette année 2020 ?

2020 a été une année compliquée pour tous les acteurs de la chaîne agroalimentaire. À commencer par nos clients - industriels comme distributeurs et restaurateurs - qui ont dû faire preuve d'une souplesse hors norme pour s'adapter en permanence. Les confinements successifs ont engendré un report des volumes consommés habituellement hors domicile vers la grande distribution, provoquant des variations d'activité brutales et inégales. Des secteurs entiers comme celui de la restauration hors domicile se sont arrêtés. Nous avons mis toute notre énergie pour les accompagner dans cette période de grandes turbulences. Mais l'année 2020 marque aussi un tournant plus profond. Si certaines évolutions préexistaient, elles se sont accélérées et s'inscrivent maintenant de manière durable. Au-delà de la montée en puissance du e-commerce, des circuits courts et du bio, je pense aussi aux exigences accrues en termes de sourcing et de traçabilité des produits, aux attentes pour une plus grande prise en compte des aspects environnementaux. En résumé, toute la chaîne alimentaire a été bouleversée et est à la recherche de nouveaux équilibres.

De « nouveaux équilibres » ? Pouvez-vous préciser ?

Pour satisfaire un consommateur de plus en plus digital, omnicanal et exigeant, nos clients s'orientent vers de nouvelles stratégies d'approvisionnement et de distribution. Pour STEF, l'enjeu sera d'être encore plus agile, plus réactif pour accompagner chacun d'entre eux face à ses nouveaux besoins. Cela signifie ouvrir de nouvelles voies, imaginer de nouvelles offres, innover, oser sortir des sentiers battus. Cela fait partie de notre ADN et de notre

responsabilité. Une chose est certaine : c'est une période charnière essentielle. Nos clients sont nombreux à réexaminer leurs schémas logistiques. Ils attendent que STEF ait la capacité de les y aider, de casser les codes et d'être créatifs. Plus que jamais, nous devons être à leurs côtés !

Innover, être encore plus agile, plus réactif... Certes, mais comment ?

De multiples manières. Notre ambition est de nous positionner demain sur les canaux les plus pertinents avec des offres parfaitement adaptées. Pour cela, nous devons d'abord avoir une connaissance et une compréhension fine de leurs nouveaux besoins afin de faire évoluer nos business models en conséquence. La montée en puissance de l'omnicanalité pousse nos clients à réfléchir à une spécialisation de leurs supply chains en fonction des particularités propres à chaque canal de distribution, avec de nombreuses spécificités comme sur les circuits courts ou encore la logistique urbaine. Leur engagement en faveur d'un transport plus vertueux nous amène également à aller plus loin, comme nous l'avons fait en intégrant des technologies d'intelligence artificielle dans l'optimisation de nos plans transport pour réduire l'empreinte carbone des marchandises transportées.

Parmi les bouleversements à intégrer figure aussi la demande accrue d'informations...

... et la nécessité de mieux les partager ! Car la data est source de valeur ajoutée. Quand nous transportons des produits, nous transportons aussi les données qui s'y rattachent. S'y ajoutent celles qui nous permettent d'en optimiser la livraison, d'en

assurer la traçabilité. Au total, cela représente une quantité de données considérable. Notre portail client propose déjà un certain nombre d'informations qui facilitent la vie de nos clients. Les partager au mieux avec nos clients et leurs consommateurs constitue un axe de progrès majeur. Cette démarche s'étend aussi aux enjeux environnementaux. Je pense, par exemple, à nos clients du mid-market. Certaines entreprises de taille intermédiaire n'ont pas forcément la possibilité de disposer d'experts pour faire face aux attentes de leurs parties prenantes et aux réglementations qui se renforcent dans ce domaine. Les aider sur ces sujets, les accompagner dans cette transformation, c'est aussi une manière d'être à leurs côtés et de générer de la valeur pour tous.

Dans ce contexte, la mission d'accompagnement du Groupe n'est-elle pas aussi en train d'évoluer ?

La manière dont nos clients conduisent leur activité constitue une source d'inspiration et d'informations précieuses pour améliorer nos services et développer de nouvelles offres. Que ce soit dans le domaine de l'innovation ou des nouvelles technologies écoresponsables, ils sont un moteur qui nous pousse sans cesse à progresser. Notre valeur ajoutée réside dans notre capacité à pouvoir co-construire avec eux les solutions de demain. Car, plus que jamais, nous nous inscrivons dans une logique de relation partenariale forte.

« Notre ambition est de bâtir des offres parfaitement adaptées aux spécificités de chaque canal de distribution et de mieux exploiter nos datas pour en faire une source de valeur ajoutée. »



UNE SUPPLY CHAIN ENCORE PLUS PERFORMANTE GRÂCE À L'INTELLIGENCE ARTIFICIELLE

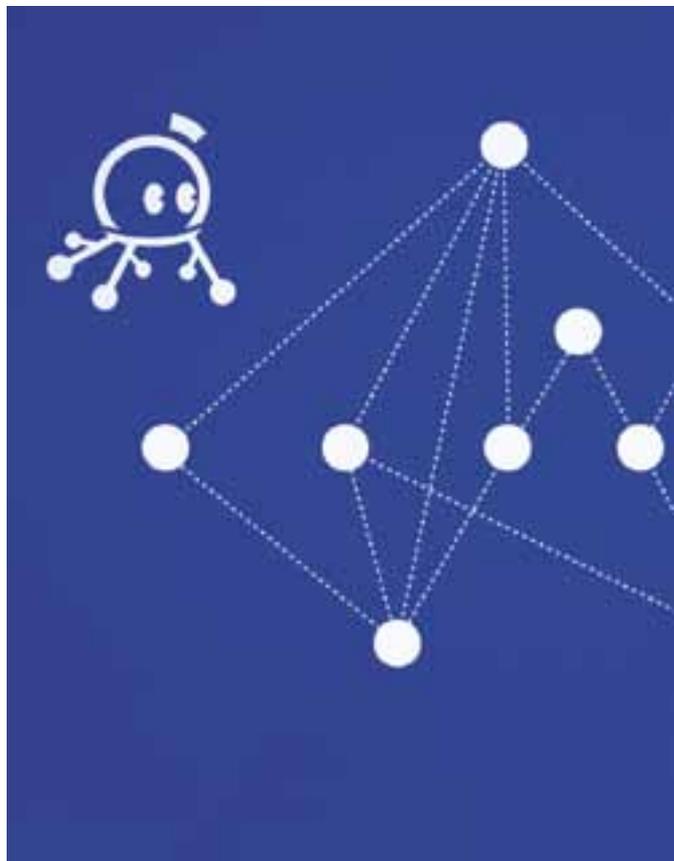
DEPUIS MARS 2021, STEF EXPÉRIMENTE L'OPTIMISATION DE SES PLANS DE TRANSPORT PAR L'INTELLIGENCE ARTIFICIELLE EN COLLABORATION AVEC LA START-UP DCBRAIN. À LA CLÉ : PLUS D'AGILITÉ POUR FAIRE FACE AUX VARIATIONS D'ACTIVITÉ ET MOINS D'ÉMISSIONS DE CO₂.

Depuis plusieurs années, la complexité des flux et des contraintes s'accroît. Au point qu'il est devenu très difficile de gérer avec efficacité tous les leviers d'optimisation. STEF a donc décidé d'accélérer sa transformation numérique et fait appel à DCbrain, start-up spécialiste de l'intelligence artificielle appliquée aux réseaux physiques complexes. Objectifs : optimiser l'usage de sa flotte et de

celle de ses sous-traitants pour réduire mécaniquement ses émissions de CO₂ et gagner en réactivité en adaptant les schémas opérationnels en fonction des variations d'activité.

Une première expérimentation a été menée en 2020 sur un site pilote où le Groupe a déployé la solution d'intelligence artificielle INES, mettant en œuvre une technologie de jumeau numérique. Une expérimentation tout à fait concluante puisque ces nouveaux modèles opérationnels

améliorent l'exploitation des moyens de transport, augmentent la qualité de service et réduisent les émissions de gaz à effet de serre. Grâce à cette technologie innovante d'IA hybride, STEF peut désormais simuler ses plans de transport au niveau national et agences par agences, disposer d'une capacité d'anticipation accrue grâce à l'analyse prédictive et avoir des recommandations d'optimisation en temps réel. La solution INES sera déployée sur l'ensemble de ses sites à partir de juin 2021.



QUAND LE SITE D'ORLÉANS-NORD RENFORCE SON OFFRE DISPLAY

Ouvert en 2017, STEF Orléans-Nord est un site de dernière génération. Il propose une offre globale : logistique, transport et conditionnement pour des produits de l'épicerie sucrée et salée, dont la mise en présentoirs (ou displays) traditionnellement installés par les marques dans les magasins, en tête de gondole.

En janvier 2019, le Groupe remporte le projet Pâques 2020 d'une grande marque de chocolat. À la clé, 60 000 displays annuels supplémentaires, ce qui porte le nombre de displays fabriqués à plus de 160 000 par an !

Dès le printemps 2019, une équipe dédiée s'est mobilisée pour étudier les process innovants les plus adaptés à ces productions.

EN 2020, LE SITE D'ORLÉANS-NORD A COMPLÈTEMENT RÉAMÉNAGÉ SES CHAÎNES DE PRODUCTION POUR ACCOMPAGNER LA CROISSANCE DES VOLUMES DE SES CLIENTS.

Objectifs : automatiser tout en gardant le maximum de souplesse pour accompagner les évolutions des besoins de son client, mettre en place un outil de grande capacité pour absorber la dynamique de développement en

gagnant en compétitivité et améliorer les conditions de travail des collaborateurs.

Malgré un contexte particulièrement tendu du fait de la crise sanitaire, les productions ont pu démarrer dès juillet 2020. Et grâce à un process totalement maîtrisé, les nouveaux displays de chocolats sont arrivés dans les linéaires début 2021, pour le plus grand bonheur de tous les gourmands !

« En devenant une entreprise data-centric, STEF démontre son leadership et incarne le changement que doit opérer le secteur du transport et de la logistique. »

Benjamin de Buttet
COO et cofondateur de DCbrain



UN PARTENARIAT INÉDIT SUR LA RECHERCHE COLLABORATIVE

CELA FAIT MAINTENANT DEUX ANS QUE STEF ITALIE EST PARTENAIRE
DU PROJET IDEALS - **INNOVATION AND DESIGN AS LEADERSHIP** - CONDUIT PAR
L'UNIVERSITÉ POLITECNICO DI MILANO.



Pionnière, cette plateforme internationale de recherche travaille sur de nouvelles approches et de nouveaux outils pour favoriser l'engagement des collaborateurs dans les démarches d'innovation en vue de faire évoluer les organisations. IDEaLs repose sur trois piliers : l'innovation comme vecteur de sens dans l'évolution des organisations, le design comme

socle du changement collectif et le leadership comme moteur de l'engagement de la communauté. Au sein d'IDEaLs, STEF Italie participe à différents groupes de travail aux côtés d'autres grandes entreprises, comme Adidas et Philips. Les travaux réalisés ont d'ores et déjà permis de mettre en œuvre des méthodologies qui guident le Groupe vers une nouvelle approche du partage de l'innovation au sein de l'entreprise.

NOUVELLE ÉTAPE POUR NOTRE DÉMARCHE D'INNOVATION !

Pour mener des projets d'envergure qui répondent aux enjeux de la supply chain alimentaire de demain, le Groupe a créé en 2020 une direction de l'innovation. Ses premières actions ont été le déploiement au niveau européen, d'un outil interne d'idéation et de partage des innovations locales, ainsi que la création d'une plateforme de veille collaborative.

Cette démarche s'appuie à la fois sur notre culture entrepreneuriale, le sens de l'initiative de nos équipes, notre capacité à concrétiser les idées du terrain et sur l'expertise des directions métier et business développement.

L'approche retenue se veut résolument pragmatique et orientée vers l'action. En facilitant les relations entre les communautés de collaborateurs, elle libère les énergies, favorise les initiatives locales et leur partage, encourage l'ouverture avec notre écosystème et ses évolutions. Plus que jamais l'objectif est de saisir toutes les opportunités technologiques et de faire émerger des bonnes pratiques généralisables à l'échelle du Groupe.

STEF MET LA DIGITALISATION AU SERVICE DE SES CLIENTS

2020 a été l'année du déploiement du nouveau portail client STEF dans toute l'Europe. Une interface désormais unique pour gérer l'ensemble de leurs opérations de transport en Europe.



Suivi de commandes en temps réel, accès aux documents de livraison dématérialisés, tableaux de bord avec indicateurs stratégiques, ce sont désormais les fonctionnalités accessibles aux clients du Groupe. Mais cela ne s'arrête pas là, puisque leurs destinataires peuvent également accéder à leurs documents de livraison dématérialisés. Fort de plus de 6 000 comptes déjà créés,

ce nouveau portail offrira dès cette année de nouveaux services, dont la gestion des emballages et la saisie de commandes pour les prestations de transport et de logistique. Le Groupe poursuit ainsi ses efforts de digitalisation et de dématérialisation, afin de mieux répondre aux besoins de ses clients et aux enjeux environnementaux.

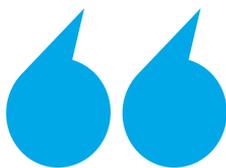
S'ENGAGER POUR L'HUMAIN

La qualité et la performance de nos prestations reposent sur les femmes et les hommes du Groupe. Les former, les faire progresser dans leur parcours professionnel, veiller à leur sécurité et à leur épanouissement au travail sont depuis toujours des enjeux majeurs.



RENCONTRE AVEC JEAN-YVES CHAMEYRAT, DIRECTEUR DES RESSOURCES HUMAINES DU GROUPE STEF

DURANT TOUTE L'ANNÉE 2020, Y COMPRIS PENDANT LES PÉRIODES DE CONFINEMENT, LES ÉQUIPES DE STEF ONT POURSUIVI LEUR MISSION D'APPROVISIONNEMENT DES POPULATIONS. JEAN-YVES CHAMEYRAT, DIRECTEUR DES RESSOURCES HUMAINES DU GROUPE PARTAGE AVEC NOUS SES RÉFLEXIONS SUR L'ENGAGEMENT HUMAIN REMARQUABLE DONT CHACUN A FAIT PREUVE FACE À CETTE SITUATION EXCEPTIONNELLE.



Quelles sont, de votre point de vue, les incidences de cette situation sanitaire inédite ?

La particularité du Groupe STEF est que son activité ne peut jamais s'arrêter du fait même de sa mission d'approvisionnement des populations. Cela explique que nos équipes, à quelques exceptions près, ont continué de travailler, y compris dans les conditions particulièrement difficiles du début de la pandémie. Pour cela, de nouveaux repères se sont mis en place très rapidement et des prouesses ont été accomplies. La mobilisation de tous a été exemplaire. Mais les conditions de travail inhabituelles, les incertitudes face à l'évolution de la situation sanitaire, le manque de liens de proximité ont pu déstabiliser une partie de nos collaborateurs ou générer un sentiment d'inquiétude chez certains. Les modes de travail ont été profondément bouleversés dans tous les métiers du Groupe : manager une équipe ou faire avancer un projet à distance n'a rien d'évident.

Pourtant, les équipes de STEF ont fait face...

Nous sommes par essence une entreprise très axée sur l'opérationnel, très réactive. Mais nous avons aussi besoin de nous connaître et de nous rencontrer pour bâtir des liens forts et bien travailler ensemble. C'est ainsi et c'est culturel. Cette forme de proximité a été mise à mal, mais la force de notre solidarité interne, bâtie au fil des décennies, nous a aidé à faire face à cette situation inédite. Nous avons aussi joué la carte de la transparence, sur tous les sujets : organisationnels, économiques... Informer, c'est faire confiance et responsabiliser. Au final, l'année 2020 a prouvé qu'il est possible de travailler différemment. À ce titre, elle a en quelque sorte constitué une opportunité pour faire bouger les lignes.

Comment abordez-vous l'année 2021, et les années à venir ?

Après de tels bouleversements, les changements culturels et les nouvelles habitudes de travail seront plus rapides à mettre en place, en interne comme avec nos clients. Ce contexte particulier a également fait émerger - voire renforcé - des attentes sur les plans individuels et collectifs qui sont pérennes. La fonction ressources humaines et le management en général doivent répondre à ces exigences accrues en matière d'accompagnement, de proximité, de visibilité. Ces différents chantiers étaient déjà prévus ou engagés en 2020 mais ils restent plus que jamais d'actualité en 2021, et pour les années à venir.

À quels chantiers faites-vous référence ?

Je pense par exemple à la promotion interne, à l'amélioration des conditions de travail, à la santé et sécurité des collaborateurs, qui sont tous des sujets de fond ; mais aussi à différents chantiers transverses que nous nous avons engagés et qui sont pour nous prioritaires. C'est le cas notamment de l'égalité professionnelle femme/homme : nous voulons nous assurer que les conditions d'exercice de certains métiers, historiquement considérés comme masculins soient plus facilement accessibles aux femmes. Pour casser les murs et les plafonds de verre, il faut revisiter les processus de recrutement, de gestion des carrières, l'environnement de travail, les horaires... Il faut aussi changer les mentalités. Ce travail sur les représentations, nous l'avons déjà mené avec succès sur le sujet du handicap. Cela constitue un bon exemple à suivre. Autres sujets majeurs qui vont nous mobiliser dans les années à venir : la formalisation de notre modèle managérial et le renforcement notre responsabilité sociale.

Qu'entendez-vous par modèle managérial ?

C'est le socle de notre culture STEF. L'expérience que chaque collaborateur peut avoir au sein du Groupe ne doit pas dépendre de la personnalité de son manager, de son site ou du pays où il travaille. Elle doit s'inscrire dans un corpus de principes partagés qui inspirent tout acte de management, quel que soit

le lieu et le métier exercé. Cela concerne aussi bien les relations internes que la relation aux clients, les process opérationnels que la politique d'innovation. Nous travaillons sur la traduction simple et concrète de ces principes communs en comportements quotidiens.

Vous évoquiez aussi la responsabilité sociale. C'est déjà un axe fort de la politique RSE de STEF. Et vous pouvez revendiquer de belles initiatives en la matière...

Cela ne doit pas nous empêcher de vouloir faire plus et mieux ! Plus que jamais, notre responsabilité consiste à faire fonctionner l'ascenseur social. Nous le faisons depuis de nombreuses années et nous continuerons demain. La dynamique du Groupe et la nature de nos activités nous permettent d'intégrer, de former et de faire évoluer professionnellement de nombreuses personnes, notamment des jeunes, quel que soit leur niveau de qualification ou l'endroit où ils vivent. Quand nous ouvrons un site, nous recrutons sur place. En 2020, malgré la crise sanitaire, STEF a ainsi embauché près de 2 000 personnes, soit quasiment le même nombre de personnes qu'en 2019. Et nous nous efforçons chaque année de renforcer le nombre de contrats proposés en CDI. Ce rôle d'ascenseur social est un marqueur fort pour nous. Nous voulons être encore plus proactifs : ne pas attendre la demande mais la susciter, en faisant mieux connaître nos métiers, en renforçant les relations avec les établissements scolaires, les universités... Cette année l'a encore prouvé : les femmes et les hommes de STEF restent notre richesse et notre premier atout !

« Plus que jamais, notre responsabilité consiste à faire fonctionner l'ascenseur social. Nous le faisons depuis de nombreuses années et nous continuerons demain. »



STEF LANCE SON ÉCOLE DE CONDUCTEURS ROUTIERS EN FRANCE



Chez STEF, le conducteur est bien plus qu'un conducteur ! Véritable technicien de la route, il est aussi un ambassadeur auprès de nos clients de l'industrie agroalimentaire, de la grande distribution et de la restauration hors domicile. Personnage clé dans le développement commercial du Groupe, il est au cœur de notre démarche Qualité. Ce métier

requiert donc un niveau de qualification élevé dans de nombreux domaines (conduite, sécurité, environnement...).

Afin de former des profils experts du secteur du transport, STEF a décidé de lancer sa propre école de conducteurs en partenariat avec l'AFTRAL, premier organisme de formation en transport et logistique en France. Cette formation qualifiante comprend

3 mois d'apprentissage théorique, puis 6 mois sur l'un des sites STEF dans le cadre d'un contrat d'apprentissage ou de professionnalisation.

Ce projet s'inscrit dans le cadre du programme de recrutement de 450 conducteurs routiers sur toute la France en 2021 afin de répondre au développement de nos activités.

« LADIES FIRST » LE PROGRAMME DE LEADERSHIP AU FÉMININ DE STEF ITALIE

Traditionnellement, le secteur du transport est plutôt vu comme masculin. C'est pourquoi STEF Italie a décidé de casser les codes et d'ouvrir plus largement ses métiers aux femmes.

La démarche s'est concrétisée via un programme, baptisé « Ladies first », qui vise à promouvoir le développement du leadership au féminin. Réalisé avec l'aide d'un cabinet expert, il se donne comme ambition de sensibiliser les équipes managériales et les équipes des ressources humaines au sujet de l'égalité professionnelle.



Déconstruction des stéréotypes, accompagnement des sites pour faciliter les diagnostics de situation comparée, dialogue avec les partenaires sociaux et mise en place d'actions de progrès commencent à porter leurs fruits. Fin 2020, les femmes représentaient près de 33 % des effectifs de STEF Italie.



L'ANCRAGE SUR LE TERRITOIRE AU SERVICE DE L'INSERTION PROFESSIONNELLE

Depuis 2020, STEF s'est engagé pour son site de Tigery dans un plan de formation et de recrutement de préparateurs de commandes. Fidèle à ses principes, le Groupe a fait le choix de s'adresser prioritairement aux populations en insertion professionnelle, ne disposant pas nécessairement de formation préalable sur ses métiers, et aux populations issues des quartiers prioritaires de la Politique de la Ville (QPV).

Les équipes RH ont travaillé main dans la main avec le Pôle Emploi local

pour identifier les candidats et organiser des réunions de présentation des métiers du Groupe. Les candidats intéressés ont ensuite passé un entretien avant d'être invités sur le site de STEF Tigery pour une visite des installations et une explication détaillée de l'activité.

À l'issue de ce processus, 20 nouveaux collaborateurs ont ainsi débuté leur parcours d'intégration et bénéficié de 140 heures de formation à leur nouveau métier.



PLUS DE SOLIDARITÉ AVEC LES RESTOS DU CŒUR

Engagé depuis 2009 auprès des Restos du Cœur, STEF met une nouvelle fois son savoir-faire de logisticien spécialiste des produits alimentaires au service de l'association. En février 2020, Stanislas Lemor,

Président-directeur général de STEF et Patrice Blanc, Président des Restos du Cœur, ont signé une nouvelle convention de mécénat de trois ans (2020-2022). Objectif : apporter un soutien durable à l'association en compétences, formation et moyens techniques.

La convention s'articule ainsi autour de quatre axes :

- le soutien à la collecte annuelle des Restos du Cœur avec mise à disposition de véhicules avec conducteurs et de surfaces de stockage ;
- le mécénat de compétences centré sur la sécurisation et l'optimisation des entrepôts de l'association ;
- la formation des bénévoles à différents métiers (préparateur de commandes, gestionnaire de stock, chef d'équipe et responsable d'activité...) et des responsables au droit et à la réglementation sociale. L'ensemble de ces actions est géré par l'Institut des Métiers du Froid, l'organisme de formation du Groupe STEF ;
- le soutien à la gestion logistique des dons de marchandises alimentaires de l'association tout au long de l'année.



« Nous avons besoin du conseil de professionnels pour sécuriser nos stocks et rendre l'ensemble de la chaîne des dons plus fluide et plus efficace. Avec les équipes STEF, nous avons construit un partenariat de qualité qui s'incarne chaque jour de manière très concrète. »

Patrice Blanc, Président des Restos du Cœur

CAMPUS PARENTALITÉ

UN PARTENARIAT ÉDUCATIF UNIQUE POUR PARTICIPER À LA RÉUSSITE SCOLAIRE DES ENFANTS DES SALARIÉS



Depuis 2018, STEF propose à ses collaborateurs en France un abonnement gratuit à une plateforme de réussite scolaire, Campus Parentalité. Ce dispositif 100 % digital a été particulièrement apprécié en 2020.

Basée sur les programmes scolaires du CP à la Terminale, elle accompagne les enfants au cours de leur

scolarité en leur proposant des entraînements ludiques et interactifs. À la clé : une progression personnalisée, à leur rythme ! Sans oublier, l'accès à une bibliothèque numérique et un bilan d'orientation pour découvrir de nouveaux métiers au travers d'une suite de tests et de questionnaires. La plateforme propose également aux parents toutes sortes de conseils et astuces pour les

guider dans l'exercice de leur parentalité. En 2020, ce sont plus de 450 nouveaux inscrits qui ont rejoint Campus Parentalité, au côté des 3 000 parents et enfants déjà inscrits. Fort de ce succès, le Groupe a mis en place une nouvelle solution permettant de toucher une cible encore plus large d'utilisateurs, de la petite enfance à la grande parentalité.



BÂTIR UNE SUPPLY CHAIN ENCORE PLUS VERTUEUSE

Nouveaux engagements, nouveaux objectifs... Cette année, STEF a décidé de donner un nouveau souffle à sa politique environnementale. La priorité : la lutte contre le changement climatique.



RENCONTRE AVEC ARMELLE PERRIER, DIRECTRICE DU DÉVELOPPEMENT DURABLE DU GROUPE STEF

EN 2020, ARMELLE PERRIER A PRIS LES RÊNES DE LA POLITIQUE ENVIRONNEMENTALE DU GROUPE. INGÉNIEUR ENVIRONNEMENT ET SÉCURITÉ DE FORMATION, ELLE S'EST APPUYÉE SUR PLUS DE 20 ANNÉES D'EXPÉRIENCE PROFESSIONNELLE DANS LE DOMAINE POUR CONSTRUIRE LA FEUILLE DE ROUTE DU GROUPE SUR LE CLIMAT. ELLE NOUS EXPLIQUE LA DÉMARCHÉ ET LES OBJECTIFS.



Quelle est votre mission au sein du Groupe ?

Ma mission est de structurer et de renforcer la démarche environnementale du Groupe, un domaine où il est précurseur puisqu'il l'a initiée il y a déjà plus de dix ans. Cela passe par la définition de ses nouvelles ambitions : des objectifs chiffrés, des moyens associés pour les atteindre et la mise en place d'indicateurs pour les suivre. Mon rôle consiste également à animer une communauté de relais et de référents environnement internes, partout en Europe, pour donner l'impulsion nécessaire aux politiques menées au sein de chaque pays et de chaque business unit. Pour coordonner cette démarche et assurer la bonne coordination des projets, un comité de pilotage a été créé et se réunit une fois par mois. Il est constitué de dix membres : la moitié sont des experts du Groupe, l'autre moitié, des membres du comité exécutif. La mobilisation au plus haut niveau est indispensable pour donner l'impulsion et passer concrètement à l'action.

Vous avez fait de la lutte contre le changement climatique une priorité : pourquoi ?

La lutte contre le réchauffement climatique est une priorité dont il est impératif de s'emparer. La crise sanitaire a agi comme un électrochoc poussant les entreprises comme les individus à se mettre en mouvement. Ceci d'autant que les signes du changement climatique sont de plus en plus visibles au quotidien, avec des températures qui atteignent désormais des niveaux préoccupants. Nous sommes tous engagés désormais dans une course contre la montre visant à réduire nos émissions de gaz à effet de serre (GES) et les attentes vis-à-vis de notre secteur d'activité sont particulièrement importantes. Nous avons d'ailleurs réalisé en 2020 un diagnostic qui a mis en valeur les fortes attentes de toutes nos parties prenantes dans ce domaine, autant de la part de nos clients que de celle de nos collaborateurs.

Cette envie collective de passer à la vitesse supérieure est enthousiasmante et déterminante dans l'ambition donnée à cette démarche.

Quels sont les objectifs ? Et comment ont-ils été construits ?

Nous avons classé nos objectifs de diminution de nos émissions de GES autour deux grands thèmes : une mobilité durable et un froid plus vertueux. Le premier se concrétise au travers de notre engagement à réduire de 30 % les émissions de CO₂ de nos véhicules d'ici 2030. Le second s'incarne par notre volonté de convertir nos bâtiments à une énergie 100 % bas carbone dès 2025. Ces objectifs ont été définis en collaboration avec les équipes concernées (direction technique véhicules et direction immobilière) et ensemble, nous avons identifié les moyens mobilisables pour y parvenir. Inutile d'avoir des objectifs ambitieux s'ils ne sont pas atteignables !

Quels sont les plans d'actions prévus pour atteindre ces objectifs ?

Nous avons bâti un programme sur 10 ans. Concernant notre parc de véhicules, une partie va passer au biocarburant exclusivement produit à partir de coproduits de la culture française de colza. Cette démarche offre un triple avantage : réduire de 60 % les émissions de gaz à effet de serre des véhicules concernés, valoriser un coproduit de l'agriculture française et réduire les importations européennes de biocarburants (dont l'impact sur la déforestation est désastreux). Pour les véhicules qui desservent les zones à faibles émissions (ZFE), dans les grandes agglomérations, nous avons choisi de promouvoir des véhicules au biogaz issu de la méthanisation de déchets agricoles et de biodéchets de marchandises alimentaires non consommées. Nous testons également d'autres énergies alternatives, comme l'électrique, dont le développement à venir permettra bientôt une autonomie suffisante pour assurer à la fois la mobilité et la production de froid. J'ajoute que nous avons souhaité élargir cette démarche à notre écosystème et allons bâtir un programme d'accompagnement de nos sous-traitants afin de les associer à cette démarche de réduction de l'empreinte

carbone. Des expérimentations sont déjà en cours dans trois de nos pays : Espagne, Italie et France.

Et pour la production de froid, comment comptez-vous parvenir à 100 % d'énergie bas carbone dans les bâtiments ?

Nous développons fortement l'usage de panneaux photovoltaïques sur nos implantations au sud de l'Europe (Italie, Espagne, Portugal et sud de la France) et avons signé des « contrats verts » avec certains fournisseurs d'électricité.

Au-delà de l'action sur nos entrepôts, nous allons faire évoluer les groupes frigorifiques de nos véhicules (qui fonctionnent majoritairement au gasoil non routier) vers d'autres énergies. Les moyens aujourd'hui testés par le Groupe sont l'énergie électrique produite par le moteur du véhicule, dont le bénéfice attendu est une réduction de 30 % des émissions associées, la cryogénie et l'hydrogène, dont nous reparlerons très vite.

L'année 2021 promet donc d'être bien remplie...

En effet ! D'autant que notre plan d'actions est complété d'un objectif plus large : faire que chaque collaborateur du Groupe se sente concerné et devienne acteur de la réduction de l'empreinte carbone, dans sa vie professionnelle et personnelle. Pour cela, certaines entités pilotes au sein du Groupe ont lancé trois projets expérimentaux pour l'année 2021 : l'électrification d'un parc de véhicules de service, un programme zéro plastique dans les bureaux et un programme biodiversité sur nos chantiers immobiliers. Je suis confiante car je sais toutes les équipes mobilisées autour de ce magnifique projet d'entreprise !

Le Groupe STEF s'engage en faveur du climat.

Un programme sur 10 ans :

- - 30 % d'émissions de CO₂ d'ici 2030 pour nos véhicules ;
- 100 % d'énergie bas carbone d'ici 2025 pour nos bâtiments ;
- accompagner nos sous-traitants transport sur un chemin plus vertueux.



LA LOGISTIQUE URBAINE CONTRIBUE AU DYNAMISME DES CENTRES-VILLES

Il est donc essentiel de trouver le bon équilibre entre les impératifs économiques, le respect de l'environnement et la qualité de vie des habitants. Pour cela, le Groupe travaille activement sur tous les leviers technologiques à sa disposition.



Le gaz naturel comprimé (GNC) constitue aujourd'hui une alternative à la motorisation diesel pour une logistique du dernier kilomètre plus verte.

● **À Bruxelles**, depuis 2017, STEF Belgique exploite un espace logistique de distribution urbaine sur le marché matinal. Les équipes y réalisent des activités de cross-docking : réception des produits alimentaires frais et surgelés pendant la nuit, puis distribution de 6h à 15h. Depuis mars 2021, un camion au GNC a rejoint la flotte de STEF Belgique pour livrer les commerçants et restaurateurs du centre-ville. Ce nouveau véhicule offre l'avantage de diviser par deux les émissions de particules et les émissions sonores, et d'afficher un bilan carbone amélioré de l'ordre de 30 %.

● **À Nantes**, le site de Carquefou a enrichi sa flotte de trois nouveaux porteurs qui fonctionnent à 100 % au gaz : propulsion moteur et production de froid. Une première dans le Groupe ! Ces véhicules renforcent la démarche environnementale du site mis en service en 2013 : éclairage LED, isolation thermique, pompe à chaleur, récupération des eaux de pluie. Il dispose également d'un quai de réception et d'expédition des marchandises pouvant accueillir des véhicules spécialement adaptés à la livraison en centre-ville.



DES DROÏDES POUR ASSURER LES PETITES LIVRAISONS AU CŒUR DES VILLES ?

C'est tout l'enjeu de l'expérimentation à laquelle STEF participe depuis 2020 à Montpellier. 100 % électriques, ces droïdes conçus par la start-up occitane TwinswHeel, roulent jusqu'à 6 km/h dans les environnements encombrés et peuvent atteindre 12,5 km/h dans les lieux dégagés. L'objectif est de vérifier in situ la fiabilité du service rendu, la fluidité de l'insertion des robots dans la circulation et l'acceptabilité de ce mode de livraison par les piétons avant leur mise en place dans les ZFE. Pilotée par la Métropole de Montpellier, l'ADEME et l'État, cette expérimentation est conduite en partenariat avec STEF, La Poste et Cara, le pôle de compétitivité expert dans le transport collectif de personnes et dans le transport de fret par droïdes.

BLUE ENERSUN PILOTE LA CONSTRUCTION DE HUIT NOUVELLES CENTRALES PHOTOVOLTAÏQUES



Blue EnerFreeze, filiale d'IMMOSTEF dédiée à la gestion énergétique, a créé une société commune avec Storewatt, son partenaire historique, pour le développement de centrales photovoltaïques destinées à l'autoconsommation. La nouvelle filiale, Blue EnerSun, pilote la construction de huit nouvelles

centrales en Italie, au Portugal et en Espagne qui seront mises en fonctionnement au cours du 1^{er} semestre 2021. Six centrales en France seront également mises en service au cours de l'année. Au total, ce sont 27 MWc qui alimenteront en énergie bas carbone les entrepôts du Groupe équipés de panneaux photovoltaïques.

STEF REJOINT LE PROJET LEAN & GREEN* DE GS1** PORTUGAL



En décidant d'unir leurs forces dans ce programme de certification, STEF et Bel Portugal manifestent clairement leur volonté commune de réduire les émissions de dioxyde de carbone liées à leurs opérations logistiques.

Engagé pour la lutte contre le changement climatique, STEF a évidemment répondu présent pour partager avec son client cette démarche. De son côté, Bel Portugal, spécialisé dans les solutions laitières et fruitières et fort de ses implantations et marques locales, entend peser de tout son poids pour développer une chaîne alimentaire durable dans le pays.

Grâce à ce partenariat collaboratif, STEF et Bel unissent leurs efforts pour en réinventer les modèles de gestion logistique et s'engager vers la neutralité carbone.

***Lean & Green** est une certification d'entreprises et d'organisations qui s'engagent, par des plans concrets, vérifiables et auditables, à réduire les émissions de CO₂ dans leurs opérations logistiques, tout au long de la chaîne de valeur.

****GS1 Portugal** - Codipor est une association privée, sans but lucratif, neutre et multisectorielle, déclarée d'utilité publique. Elle regroupe environ 9 000 entreprises du monde de l'alimentaire et a pour vocation de créer des standards partageables par tous.

SME : RENOUELEMENT DE LA CERTIFICATION ISO 50001 ET DES RÉSULTATS TANGIBLES



Depuis 2014, STEF est engagé dans une démarche volontaire de maîtrise de ses consommations d'électricité et, depuis 2018 de carburant. Le Groupe a mis en place un système de management de l'énergie sur l'ensemble de son parc immobilier en France. Cet engagement a permis d'obtenir la certification ISO 50001 sur près de 140 de nos sites, renouvelée pour 3 ans en 2020.

Les résultats sont tangibles : les actions menées conjuguées aux opérations de sensibilisation des collaborateurs ont permis de dépasser les objectifs de réduction de consommation électrique et d'obtenir un résultat de - 23 % par tonne passée à quai entre 2014 et 2020.

DES VÉHICULES ÉQUIPÉS DE GROUPES FROID ÉLECTRIQUES « ENGINELESS »

Un « groupe froid », c'est ce qui permet de faire du froid à bord des véhicules frigorifiques et de garantir la qualité sanitaire des produits qui nous sont confiés. La majorité de ces dispositifs fonctionnent actuellement au GNR (gasoil non routier). L'objectif est de les faire évoluer vers un fonctionnement à l'énergie électrique produite par le moteur du véhicule. Bénéfices attendus ? - 30 % du carburant consommé, et donc - 30 % des émissions de GES associées. Au total, 20 véhicules sont en cours de test au sein du Groupe. À l'instar du biogaz et de la cryogénie, cette technologie fait partie des solutions expérimentées par le Groupe pour réduire son impact climat lié aux émissions de GES issues de ses véhicules.



ÉNERGIE RENOUELABLE ET BAS CARBONE SUR LE SITE DE FIDENZA EN ITALIE

11 000 panneaux photovoltaïques, couvrant l'équivalent de trois terrains de football, ont été installés sur notre plateforme de transport et logistique de produits surgelés de Fidenza. Cet équipement produira plus de 4 M de kWh par an et sera entièrement dédié à l'alimentation énergétique du site. Grâce à cette nouvelle centrale, la majeure partie de l'énergie nécessaire au fonctionnement de la plateforme se fera par le biais de sources renouvelables et à faibles émissions.



NOUVEAU NAVIRE, NOUVELLE LIGNE !



Pelagos, le nouveau navire de La Méridionale porte le nom du sanctuaire maritime entre la Corse et le continent : une manière de rappeler la démarche de la compagnie en faveur de la protection de l'environnement.

ET DES TRAVERSÉES TOUJOURS PLUS RESPECTUEUSES DE L'ENVIRONNEMENT

La flotte de La Méridionale s'agrandit. En 2020, un nouveau navire a rejoint la flotte de la compagnie maritime. Elle dispose ainsi de quatre navires rouliers mixtes : le Piana, le Kalliste, le Girolata et le Pelagos livré en mai 2020. L'ensemble représente une capacité totale de 7 600 mètres linéaires, soit l'équivalent de 560 remorques et de 2 300 passagers avec leurs voitures.

Nouvelle ligne à l'international – Fin 2020, La Méridionale a ouvert une ligne maritime entre Marseille et Tanger (Maroc). Cette desserte régulière destinée au fret et aux passagers intervient à un moment clé de recherche de solutions alternatives, en matière économique et écologique, à la voie routière. Les premiers mois d'exploitation ont reçu un accueil très positif qui prouve d'une rapide montée en

puissance de cette nouvelle ligne. Depuis le 1^{er} mars 2021, La Méridionale a également repris la desserte du port d'Ajaccio en partenariat avec Corsica Linea et le port de Propiano, dans le cadre de la nouvelle délégation de service public de 22 mois entre la Corse et le continent.

Impact carbone à la baisse – Toujours pionnière en matière de protection de l'environnement, La Méridionale a beaucoup investi pour réduire l'impact carbone de ses activités. Depuis 2017, elle a mis en place une connexion électrique à quai sur le port de Marseille afin de réduire les émissions polluantes et les nuisances sonores liées au fonctionnement des moteurs lors des escales. En 2020, les navires à quai ont représenté plus de 94 % de ses consommations d'électricité. Autre innovation dont les résultats sont prometteurs : le filtre à particules installé

à bord du Piana présente de belles performances en matière de diminution des rejets de soufre et de particules fines en mer. Le Pelagos est également équipé d'un scrubber hybride qui peut fonctionner en boucle ouverte ou en boucle fermée et permet de piéger les polluants gazeux contenus dans les gaz d'échappement des moteurs de propulsion et des groupes électrogènes.



PENSER DEMAIN !

Telle est l'invitation que propose l'ouvrage édité par STEF pour célébrer ses 100 ans. À la fin de de celui-ci, neuf experts internationaux ont accepté de livrer leur point de vue sur l'évolution du monde alimentaire face aux multiples défis à relever.

Innovation par le froid, traçabilité, futur de l'alimentation, lutte contre le gaspillage alimentaire, essor des circuits courts et supply chain de demain... Ces spécialistes de renom dessinent les lignes de force de cette transformation, nécessairement plurielle pour prendre en compte les multiples paramètres. Un bouillonnement d'idées qui enrichit nos réflexions et conforte nos engagements.



MORCEAUX CHOISIS



💧 Ce n'est pas un hasard si le froid est devenu en 2019 une priorité mondiale parmi les différents objectifs de développement durable des Nations unies (...). Déjà, de nouvelles applications se font jour pour bâtir l'avenir de l'humanité (...). Il est loisible de penser que le froid puisse devenir une des solutions de la lutte contre le réchauffement climatique (...) grâce au captage et au stockage du CO₂ à l'état liquide (...). 💧

In « Pourra-t-on jamais faire le tour du froid ? »

par **Didier Coulomb**, Directeur général de l'Institut international du froid en France.



💧 À l'ère du numérique, le transport et la livraison à domicile de produits alimentaires et de grande consommation ont gagné en complexité. Le consommateur exige un service rapide, pratique et bon marché. Qui plus est, il est devenu non seulement impératif de garantir la sécurité alimentaire, mais aussi de maintenir la qualité de la chaîne du froid tout au long du processus. 💧

In « Un secteur tourné vers l'avenir. »

par **Francisco Javier Campo**, Président de l'Asociación de Fabricantes y Distribuidores (AECOC).



💧💧 Le rôle pionnier de l'agroalimentaire dans l'émergence d'une sensibilité logistique, surtout dans le « froid », s'explique par la multiplicité et la sévérité des contraintes à maîtriser (...). Pour les entreprises du froid, la recherche continue de solutions innovantes pour faire face à ces défis s'est très tôt révélée comme une opportunité de créer de la valeur et de nouveaux avantages concurrentiels. 💧💧

In « La prestation de services logistiques : clé du succès, passeport pour l'avenir. »

par **Dr Jacques Colin**, Professeur en sciences de gestion à l'Université d'Aix-Marseille jusqu'en 2017.

💧💧 On parle aujourd'hui d'une « transformation alimentaire 3.0 » qui est en train de bouleverser nos assiettes et le secteur agroalimentaire suivant les trois enjeux majeurs que sont : le bien-être alimentaire, le rôle du phygital dans les pratiques alimentaires et les consommations alimentaires alternatives. (...) Alors que les technologies numériques deviennent omniprésentes, il est intéressant de comprendre comment l'intégration de la technologie influence les comportements alimentaires. 💧💧

In « La transformation alimentaire 3.0 : comment mangera-t-on demain ? »

par **Dr Wided Batat**, Docteure en sciences de gestion, professeur-chercheuse et ethnographe experte en Food Experience & Well-Being.



Les circuits courts privilégient le lien social, la coopération, la transparence économiques et solidaires et l'équité entre les acteurs (...) Nous avons également besoin de la moyenne distance, à laquelle on peut appliquer les vertus sociales et environnementales des circuits courts.

In « Moyennes distances et circuits courts : vers une complémentarité nécessaire ? »

par **Françoise Bernon**, Déléguée générale au Labo de l'Économie Sociale et Solidaire (ESS) de 2011 à 2020.

par **Marie Morvan**, Chargée de mission au Labo de l'Économie Sociale et Solidaire (ESS).



Le transport frigorifique, et plus largement la logistique sous température dirigée (...) doivent poursuivre leur développement et leurs innovations pour s'adapter aux évolutions de la société et aux contraintes sociales, environnementales et économiques. (...) Le développement du big data, des capacités phénoménales de l'intelligence artificielle ouvrent de nouvelles perspectives.

In « Traçabilité, transparence et trépied de Monvoisin : petite pédagogie du froid à l'usage du citoyen consommateur. »

par **Gérald Cavalier**, Président du groupe Cemafroid, du Conseil Science et Technologie de l'Institut international du froid, de l'Association française du froid.



💧 Dans le monde, 821 millions de personnes souffrent de la faim, alors que 1,3 milliard de tonnes de denrées alimentaires – c'est-à-dire, 1/3 de la nourriture produite chaque année - sont gaspillées. (...) Les fournisseurs de services logistiques peuvent jouer un rôle primordial pour réduire ce gaspillage tout en créant de la valeur pour l'ensemble du système et en remplissant une fonction sociale. 💧

In « **Valoriser les surplus alimentaires : un défi majeur de notre temps.** »

par **Dr Guilia Bartezzaghi**, Docteure et directrice de l'Observatoire de la durabilité des ressources alimentaires de l'École polytechnique de Milan.

par **Dr Marco Melacini**, Professeur de gestion logistique à l'École polytechnique de Milan au sein du Master of Science in Management Engineering.



À DÉCOUVRIR
SUR NOTRE SITE :
WWW.STEF.COM



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

Conception / Création / Réalisation : Idéogramme Communication - Rédaction : Corine Delahaye

Crédits photos : Clan d'Oeil - Cyril Bruneau - Photothèque STEF - La Méridionale - Istock.



*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