

# SO STEF

*Édition 2022-2023*



Faire de STEF  
une marque désirable

PAGE 11

Les flux internationaux  
à l'honneur

PAGE 24

Moving Green,  
une démarche catalyseur

PAGE 31

**Cette nouvelle édition du magazine *SO STEF*** est l'occasion de partager notre aventure humaine et collective si singulière. Pour faire le point sur nos engagements, nos projets et notre regard sur notre environnement et nos métiers, nous sommes partis à la rencontre de celles et ceux qui font vivre notre Groupe partout où nous sommes présents. Vous les découvrirez à travers des interviews, des portraits, des témoignages... Nous espérons que vous prendrez autant de plaisir à lire cette édition que nous en avons eu à rencontrer celles et ceux qui y ont contribué et à la faire.

Bonne lecture à tous et toutes !

# SOMMAIRE

02

## RENCONTRE

Perspectives, défis, stratégie... Stanislas Lemor et Marc Vettard nous disent tout de STEF.

•

06

## PLAN STRATÉGIQUE

« Engagés pour un avenir durable » : le Groupe ouvre un nouveau chapitre de son histoire.



10

## PEOPLE CARE

Recrutement, formation, sécurité, santé et conditions de travail. L'aventure collective de STEF se poursuit à travers des équipes engagées partout en Europe.

•

22

## CUSTOMER CARE

Les métiers de la logistique et du transport évoluent sans cesse. STEF et ses clients font cause commune pour approvisionner les populations.

•

30

## PLANET CARE

Face au changement climatique, la supply chain de demain sera décarbonée. La démarche Moving Green nous donne des idées et des ailes.

36

## CONSUMER CARE

Tous mobilisés pour la sécurité sanitaire des aliments. Une responsabilité qui associe technologies et comportements au service des populations.

•

40

## INNOVATION

100 ans d'innovations et ce n'est pas terminé. STEF se réinvente chaque jour pour créer de la valeur au service des collaborateurs, des collaboratrices, des clients et de la planète.





## **INTERVIEW CROISÉE ENTRE STANISLAS LEMOR, PRÉSIDENT-DIRECTEUR GÉNÉRAL, ET MARC VETTARD, DIRECTEUR GÉNÉRAL DÉLÉGUÉ.**

**Quel regard portez-vous sur le Groupe aujourd'hui ?**

**STANISLAS LEMOR :** STEF est un Groupe sain, qui se développe grâce aux atouts de son modèle, à l'engagement exceptionnel de ses équipes et à la confiance de ses clients. Nous sommes plus solides que jamais et résolument européens. Cela nous permet d'ouvrir une nouvelle phase définie par notre plan stratégique « Engagés pour un avenir durable », qui porte la vision d'un Groupe déterminé à bâtir son développement de manière toujours plus responsable. Nous avons pensé ce plan en prenant en compte l'intérêt de nos parties prenantes internes et externes mais également les attentes que la société, au sens large, peut avoir pour notre entreprise. Nous disposons désormais d'un cadre qui, tout en capitalisant sur nos points forts, nous permet de faire face aux principaux défis auxquels nous sommes confrontés : l'évolution des modes de consommation alimentaire, le changement climatique,



## « Nous sommes plus solides que jamais et résolument européens. »

**Stanislas Lemor, Président-directeur général**

la transformation du rapport au travail et l'impact des nouvelles technologies sur nos métiers de la supply chain. Nos axes de travail sont pertinents et je sais pouvoir faire confiance aux talents de nos équipes pour les mettre en œuvre. Chacun a un rôle à jouer pour donner vie aux ambitions de notre plan stratégique dans les cinq années à venir.

**MARC VETTARD :** Notre Groupe a acquis au fil des années une grande maturité dans sa façon d'aborder les orienta-

tions stratégiques et de se poser les questions nécessaires afin de faire des choix engageants pour l'avenir. Cela concerne de nombreuses thématiques comme notre organisation, nos investissements ou encore notre empreinte géographique. Cette longue expérience nous a également permis de construire une conscience collective de notre responsabilité sociale, sociétale et environnementale. Cette dimension est désormais totalement incarnée à tous les niveaux du Groupe.

### **La supply chain alimentaire est-elle une fonction toujours plus stratégique ?**

**S. L. :** Les dernières années ont montré le rôle central de la supply chain alimentaire. C'est une grande fierté pour nos équipes qui, avec engagement et professionnalisme, œuvrent chaque jour pour proposer une supply chain fluide et bien structurée. Aujourd'hui, nous constatons la mise en place de nouveaux équilibres entre prestataires et donneurs d'ordre où le rapport de confiance et la durabilité de la relation sont clés. Dans un monde de plus en plus complexe, nous nous devons d'être aux côtés de nos clients afin d'imaginer avec eux le futur de leurs schémas logistiques. Ce positionnement en tant que partenaires est essentiel. Pour y arriver, nous devons relever trois défis majeurs : la maîtrise et l'utilisation de la data, le rythme et les moyens associés à la transition énergétique et, enfin, le recrutement des meilleurs talents.

# « Le défi de la transition énergétique est aujourd'hui parfaitement intégré dans nos objectifs de croissance. »

Stanislas Lemor, Président-directeur général

## ► Quelles sont les clés d'une relation client gagnant-gagnant ?

**M.V. :** Une relation client gagnant-gagnant repose sur trois piliers qui sont interdépendants. Le premier pilier est l'excellence opérationnelle. Aujourd'hui plus que jamais, nos clients ont besoin de l'assurance que les produits qu'ils nous confient seront acheminés dans le respect de nos engagements et en toute sécurité. Le deuxième pilier est la transparence. C'est une condition pour acquérir la confiance, et elle est le moteur de la longévité d'une relation. C'est bien par nos comportements, par notre détermination à placer nos clients au cœur de toutes nos attentions que nous obtiendrons cette confiance durable. Le troisième pilier repose sur notre capacité à innover, à faire preuve de proactivité pour offrir à nos clients des leviers d'amélioration et de partage de la valeur.

## Peut-on concilier le défi de la transition énergétique avec des objectifs de croissance ?

**S.L. :** Dans le cadre de notre démarche climat Moving Green, nous avons fixé des objectifs à très long terme et nous nous sommes engagés chaque année à faire le point sur leur évolution, en toute transparence et en toute modestie. Afin de les atteindre, nous avons fait le choix de consacrer 20 % de nos investissements à la transition énergétique en 2023. Cela concerne principalement le développement de nos véhicules à énergies alternatives, ainsi que la production d'énergie photovoltaïque sur les toitures de nos sites. Le défi de la transition énergétique est aujourd'hui parfaitement intégré dans nos objectifs de croissance et je suis convaincu qu'il sera demain un élément accélérateur de notre croissance, car les entreprises qui n'auront pas fait les efforts suffisants sur le sujet vont décrocher.

## Quelle est la place de l'innovation chez STEF pour les années à venir ?

**M.V. :** Si l'innovation signifie « apporter de la valeur différemment », elle est dans l'ADN du Groupe depuis toujours. Nous innovons en permanence, parfois même sans en avoir conscience. Nous remettons sans cesse en question notre organisation, nous renouvelons nos offres, nous introduisons des technologies nouvelles... Aujourd'hui, nous avons décidé d'accélérer en la matière en saisissant, notamment, les opportunités offertes par les technologies digitales et industrielles. Elles vont nous aider à faire évoluer les pratiques commerciales, à fluidifier l'interface avec nos clients, à faciliter la vie des équipes et à lutter contre le réchauffement climatique. Et parce que nous croyons que l'innovation est un levier de création de valeur, nous avons constitué une direction dédiée avec une équipe et les budgets associés. Notre ambition est de favoriser les initiatives internes afin d'offrir à chaque collaborateur et chaque collaboratrice la possibilité d'être acteur de l'innovation.

## Le rapport au travail change. Comment faire pour séduire et embarquer les nouvelles générations dans l'aventure STEF ?

**S.L. :** Le rapport au travail a en effet beaucoup évolué. Il s'est même bouleversé avec la mise en place de nouveaux équilibres entre vie professionnelle et vie personnelle. Nous y sommes plus que jamais attentifs. Pour relever le défi du recrutement des nouvelles

# « C'est par notre détermination à placer nos clients au cœur de toutes nos attentions que nous construirons une confiance durable. »

Marc Vettard, Directeur général délégué



générations, nous souhaitons faire de STEF une marque désirable et devenir ainsi un employeur de choix auprès des jeunes dans un contexte ultraconcurrentiel. Nous avons de nombreux atouts à faire valoir comme notre démarche MIX'UP, qui promeut la mixité et l'égalité professionnelles, nos parcours de promotion interne et nos stratégies de professionnalisation des métiers. Et une politique d'actionnariat salarié dont nous fêtons les 30 ans cette année, qui continue d'attirer.

**M.V. :** Mode de management, culture d'entreprise, engagements tant pour la société dans son ensemble que pour les collaborateurs et collaboratrices (flexibilité, formation, environnement de travail,...) sont passés au peigne fin par les nouvelles générations. C'est pourquoi nous travaillons sur notre attractivité dans son ensemble et souhaitons vraiment promouvoir l'image STEF comme celle d'une entreprise

« Notre ambition est de favoriser les initiatives internes afin d'offrir à chacun la possibilité d'être acteur de l'innovation. »

**Marc Vettard, Directeur général délégué**

différente, soucieuse de l'environnement de travail de ses collaborateurs et collaboratrices et qui offre à chacun l'opportunité de s'épanouir dans un métier dynamique et de construire sa propre carrière, quels que soient son profil ou sa formation.

**Pour finir, STEF est-il aujourd'hui un véritable Groupe européen ?**

**S.L. :** Nous sommes un Groupe en perpétuelle construction qui réunit plus de

22 000 collaborateurs et collaboratrices dans huit pays d'implantation d'Europe occidentale. Nous le faisons grandir chaque jour en nous nous nourrissant de la singularité des uns et des autres. Nous aurons réussi à construire un véritable Groupe européen si, demain, STEF prend le meilleur dans chacune des cultures de ses pays. Et nous sommes sur la bonne voie. ●

# UNE CROISSANCE UTILE ET DURABLE POUR TOUS

## PLAN STRATÉGIQUE 2022-2026

Aujourd'hui, nous sommes plus que jamais prêts à réinventer notre rôle de leader européen du transport et de la logistique alimentaire sous température dirigée. C'est ce qui nous a guidés dans la construction de notre plan stratégique 2022-2026, « Engagés pour un avenir durable », qui marque une nouvelle étape de notre développement.



### LA CROISSANCE N'EST PERTINENTE QUE SI ELLE EST UTILE À TOUS

Une nouvelle étape car cette croissance doit tenir compte des nouveaux défis sociétaux et environnementaux qui se posent au secteur du transport et de la logistique alimentaire. Parmi ceux-ci, l'évolution des nouveaux modes de consommation alimentaire, le changement climatique, l'évolution du rapport au travail ou encore l'impact des nouvelles technologies sur nos métiers. C'est donc pour mieux prendre en compte ces défis historiques que notre stratégie pour les cinq prochaines années place nos collaborateurs, nos clients, les consommateurs et, évidemment, l'environnement, au cœur de son ambition.

Pour cela, nous avons choisi d'articuler notre plan stratégique autour du Care, un engagement qui nous amène à porter une attention sincère à ceux qui nous entourent, en débutant par nos collaborateurs et collaboratrices, ainsi que nos clients. ●

### QUEL BILAN POUR NOTRE PLAN STRATÉGIQUE 2017-2021 ?

Accélération de notre développement européen avec l'entrée au Royaume-Uni, développement de notre stratégie de spécialisation au bénéfice de nos clients, savoir-faire étendus au conditionnement, développement de notre réseau immobilier, mise en place d'un programme visant à diminuer nos impacts environnementaux : notre Groupe s'est considérablement transformé ces dernières années.

# UN PLAN QUI SE DÉCLINE EN 5 AXES



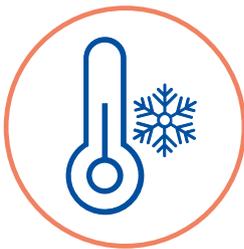
## PEOPLE CARE

Les femmes et les hommes sont la principale richesse de notre Groupe. Nous pensons donc que chacun et chacune doit pouvoir cultiver ses talents et saisir les opportunités pour développer son potentiel en son sein. Avec un objectif unique : s'épanouir personnellement, bien travailler ensemble et attirer les nouvelles générations vers nos métiers.



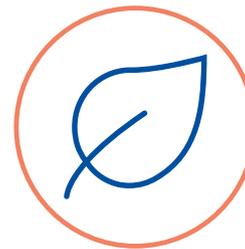
## CUSTOMER CARE

Les liens de confiance que nous entretenons avec nos clients sont le carburant qui nous anime. En étant attentifs à leurs besoins et en échangeant sur nos savoir-faire, nous les accompagnons dans leurs enjeux de transformation, améliorons sans cesse nos propositions et en inventons de nouvelles, créatrices de valeur pour leur supply chain.



## CONSUMER CARE

La protection des consommateurs est au cœur de notre raison d'être. Chaque jour, nous veillons au respect de la chaîne du froid et à l'intégrité des produits qui nous sont confiés et partageons notre expertise avec l'ensemble de la filière agroalimentaire.



## PLANET CARE

Engagés à réduire notre impact sur le réchauffement climatique, nous nous sommes fixé des objectifs quantifiables et investissons chaque année pour parvenir à les atteindre. Ainsi, depuis 2021, nous avons diminué de 16 % nos émissions de GES et porté à 76 % le taux d'énergie bas carbone que nous utilisons dans nos bâtiments. Mais nous entendons faire encore mieux grâce à la généralisation des biocarburants, le développement de l'hydrogène et du photovoltaïque.



## INNOVATION

L'innovation est dans l'ADN et au cœur de notre histoire centenaire. Elle nous permet de préparer l'avenir avec sérénité en réinventant l'évolution de nos techniques, de nos process, de nos offres et de nos services au profit de nos collaborateurs et collaboratrices, ainsi que de nos clients.

Au travers de chacun de ces cinq axes, notre nouveau plan stratégique s'appuie sur notre vision de notre contribution à la société : des équipes engagées au quotidien pour garantir durablement et en toute sécurité l'accès à la diversité alimentaire pour tous.

# NOTRE MODÈLE D'AFFAIRES

## STEF

### Notre raison d'être

Des équipes engagées au quotidien pour garantir durablement et en toute sécurité l'accès à la diversité alimentaire pour tous.

### Un portefeuille d'activités équilibré

- Transports nationaux et internationaux
- Logistique
- Conditionnement
- Maritime

### Nos atouts

- 22 000 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 actionariat stable principalement composé de collaborateurs
- Un engagement sociétal de longue date

### Nos valeurs

- Enthousiasme
- Respect
- Rigueur
- Performance

### Nos moyens



- Un réseau unique de + de 270 sites multitempératures



- Une présence dans 8 pays européens



- Plus de 2 700 porteurs et tracteurs en propre



- 4 cargos mixtes

GROSSISTES  
●  
PRODUCTEURS  
AGROALIMENTAIRES  
●  
INDUSTRIES  
AGROALIMENTAIRES  
●  
AUTRES

PRODUCTION  
ÉLEVAGE  
PÊCHE

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

CONSOMMATEURS

# DES ÉQUIPES ENGAGÉES AU QUOTIDIEN POUR GARANTIR DURABLEMENT ET EN TOUTE SÉCURITÉ L'ACCÈS À LA DIVERSITÉ ALIMENTAIRE POUR TOUS.

Notre raison d'être reflète ce que nous sommes,  
ce qui nous distingue et ce qui nous anime.  
Elle exprime la vision et l'ambition de notre Groupe.

---

## **Nous sommes animés d'une vocation, SERVIR L'HUMAIN**

Depuis 1920, animés par des valeurs et une culture communes, nous mettons notre expertise au service de l'approvisionnement alimentaire des populations. Ensemble, nous œuvrons pour garantir la confiance que trouvent les Européens dans les produits alimentaires qu'ils consomment au quotidien. L'engagement de nos équipes nous permet de nouer des relations humaines de confiance et de réciprocité avec toutes nos parties prenantes. Elles prennent corps dans l'attention que nous portons à nos clients et nos collaborateurs, et dans le partage des fruits de notre réussite.

---

## **Nous nous définissons comme un CONNECTEUR DE VALEUR**

Au centre de la chaîne logistique alimentaire, nous jouons un rôle essentiel : celui de générateur de valeur ajoutée pour l'ensemble des acteurs du monde alimentaire. En connectant durablement producteurs, distributeurs et restaurateurs, nous apportons des solutions efficaces permettant :

- de garantir l'intégrité et la sécurité sanitaire des produits alimentaires ;
- de répondre aux évolutions du marché et des modes de consommation ;
- d'accompagner le développement de nos clients, en leur facilitant l'accès à tous les territoires en Europe.

---

## **Nous traduisons en actes nos ENGAGEMENTS DURABLES**

Notre mission d'approvisionner les populations en produits alimentaires nous donne une responsabilité sociétale forte. Une responsabilité qui nous engage à mettre chaque jour nos énergies au service d'un monde alimentaire plus vertueux, respectueux de l'environnement et des Hommes. Pour cela, nous entendons incarner un leadership responsable au sein de notre secteur en devenant un modèle en matière d'amélioration de notre empreinte carbone.

PEOPLE CARE

# UNE AVENTURE COLLECTIVE OÙ CHACUN PEUT TROUVER SA PLACE



**NOTRE GROUPE** est une communauté de femmes et d'hommes tous différents les uns des autres. Ces équipes plurielles représentent notre première richesse et notre performance collective dépend de la somme de leurs compétences dans leurs divers métiers. Aussi, notre responsabilité est de former chacun et chacune, de les faire progresser dans leur carrière, de veiller à leur sécurité et leur qualité de vie au travail. Ce sont nos convictions et nos engagements, dans chacun de nos huit pays d'implantation.

# FAIRE DE STEF UNE MARQUE DÉSIRABLE

**A**vec un taux de chômage européen au plus bas depuis 30 ans, le recrutement devient un enjeu de première importance pour les entreprises. Et nos métiers, peu valorisés, souffrent d'un manque d'attractivité. C'est précisément l'objectif de notre programme de valorisation de notre marque employeur : savoir parler des environnements métiers de la logistique et du transport, mettre en avant les spécificités et les atouts de STEF et donner envie de nous rejoindre ! 75 % des candidats potentiels prennent en compte l'image d'une entreprise. Il s'agit donc d'être au rendez-vous pour augmenter les chances d'être choisis par les meilleurs. C'est pour cette raison que nous travaillons à faire de STEF une marque désirable et un employeur reconnu auprès de nos cibles dans un contexte ultraconcurrentiel. Pour attirer des candidats qui nous ressemblent,

## 75 %

*des candidats potentiels prennent en compte l'image d'une entreprise.*

nous avons besoin de parler le même langage qu'eux et d'être présents partout où ils sont. Les enjeux sont immenses : rien qu'en 2023, le Groupe va accueillir 3 100 nouveaux collaborateurs et collaboratrices, en CDI à plus de 98 %, et pas moins de 800 alternants et alternantes ! Et nos atouts sont nombreux, notamment avec la promesse d'une évolution de carrière, puisque STEF couvre plusieurs centaines de métiers. Dans ce cadre, une nouvelle campagne de communication va être déployée pour raconter la manière dont nos métiers sont exercés. L'objectif est d'occuper de nouveaux territoires de communication et même de créer la surprise dans un secteur encore trop peu valorisé tout en capitalisant sur nos collaborateurs et collaboratrices, qui restent nos meilleurs ambassadeurs pour parler de STEF et des opportunités offertes à tous et toutes. ●

## DE NOUVELLES FAÇONS DE RECRUTER

« **C**onducteur/conductrice, agent/ agente de quai, préparateur/préparatrice de commandes, maintenance immobilière ou véhicules... nos métiers sont formidables et les possibilités de carrière nombreuses. Encore faut-il le faire savoir ! », entame Mohamed Razzouk, responsable des ressources humaines et de l'insertion professionnelle. Notre secteur est en tension – c'est-à-dire que les besoins de recrutement ne sont pas satisfaits – et il faut désormais aller vers les candidats potentiels et non plus se contenter d'attendre les CV.

Dès lors, où aller ? « Partout où sont les candidats intéressants. Nous devons sortir du cadre habituel de recrutement et savoir nous raconter. À la sortie d'un stade, chez l'habitant, en multipliant les partenariats avec les missions locales, les directions régionales de Pôle emploi, les associations ou encore les ONG pour les personnes réfugiées. Et cette démarche est appréciée par nos partenaires, nous sommes reconnus comme un acteur engagé dans la vie sociale au cœur des territoires. » Parallèlement à ces actions de terrain, nous développons notre présence sur tous les canaux de communication au travers de la

publicité ciblée, par exemple, pour faire connaître l'éventail de nos métiers. Nos équipes sont aussi nos premiers ambassadeurs et elles multiplient les actions d'information et de découverte sur les salons auxquels nous participons ou sur les sites d'offres d'emploi. Une fois les candidats trouvés, nous disposons d'un arsenal complet : tutorat, formation, écoles internes... « Nous cherchons des compétences dites transposables d'un métier à un autre, explique Mohamed Razzouk. À titre d'exemple, nous avons recruté une collaboratrice issue de la restauration qui est passée par notre école de conduite et qui exerce désormais comme conductrice. Son expérience lui avait donné le goût de la relation client et nous savons que nos conducteurs sont aussi souvent les premiers acteurs de notre relation commerciale. Tout le monde y a gagné ! » Après le recrutement, la formation joue un rôle essentiel pour réussir l'intégration puis la fidélisation des collaborateurs et collaboratrices. « Nos formations sont ouvertes à tous et à toutes, en interne comme à l'externe. Elles concernent aussi bien les métiers de la logistique que du transport. Cela nous permet de créer des passerelles et d'offrir plus d'opportunités de carrière. La fidélisation, c'est aussi donner des perspectives. » ●



# L'OBJECTIF EST D'ACCOMPAGNER TOUTES LES FORMES DE TALENT

**C**onscient que les femmes et les hommes sont sa première richesse, le Groupe a érigé la formation comme un élément essentiel de sa culture, de son modèle managérial et de ses engagements RSE. Elle accompagne le développement des collaborateurs et collaboratrices avec la mise en place de nombreux parcours de promotion. Plus de 80 % de nos managers sont issus de la promotion interne. « *Les transformations de nos métiers sont de plus en plus rapides et nos collaborateurs, en particulier les plus jeunes, souhaitent avoir des opportunités et se développer à travers des solutions personnalisées. Notre objectif est que chacun trouve sa place dans l'organisation, s'y développe et y reste durablement* », explique Céline Luc, directrice de la gestion des talents

et de la formation. Deux parcours illustrent cette volonté. Le « Parcours chef d'équipe » propose depuis six ans d'accompagner l'évolution de l'emploi des personnes déjà en poste. Durant une année, à raison de deux à trois jours par mois, une dizaine de chefs d'équipe suivent cette formation certifiante sur la communication, le management et le métier. « Leadership et vision » est un deuxième parcours destiné aux futurs cadres dirigeants du Groupe, en partenariat avec HEC. Son objectif est de leur permettre de développer un nouveau regard sur l'évolution de notre environnement, de s'enrichir d'apports extérieurs et de créer plus de transversalité en interne. Il s'agit également de nourrir l'innovation en les amenant à définir leur vision et à renforcer leur leadership. ●

Plus de  
**80 %**  
de nos managers  
sont issus de la  
promotion interne.



## TÉMOIGNAGES FORMATION HEC



**Andrea Rossi**

« *Les pièces du puzzle s'emboîtent et, soudain, tout s'éclaire. Vous commencez alors à penser autrement.* »



**Guillaume Papillard**

« *Ce module a transformé notre façon de travailler et d'animer nos équipes. C'est un aller simple sans possibilité de retour en arrière et vous devez être prêt à changer.* »



## TÉMOIGNAGES PARCOURS CHEF D'ÉQUIPE



**Jérémy Mathieu**

« *Un véritable bonus sur les plans du travail et de la dimension humaine. On en ressort grandi.* »



**Fabrice Collet**

« *Une bonne piqure de confiance en soi.* »



**Brahim Taleb**

« *J'ai pu appliquer les apprentissages dans mon quotidien.* »

## ZOOM SUR L'ÉCOLE DE CONDUITE

L'école de conduite STEF a été lancée en 2021 en partenariat avec l'AFTRAL, le 1<sup>er</sup> organisme de formation en transport et logistique en France. La formation de cette école interne, qui a été imaginée par les équipes pédagogiques de l'AFTRAL et les experts métiers du Groupe, se déroule sur 12 semaines et permet d'obtenir un titre ou un diplôme via des contrats de professionnalisation ou d'apprentissage. L'animation des modules dédiés au transport des produits alimentaires sous température contrôlée est assurée par les conducteurs référents formateurs au sein du Groupe. Ouverte aux candidats externes comme aux équipes internes, elle a déjà dispensé 12 sessions en 2022, contre 8 en 2021. 94 stagiaires, dont 12 issus de l'interne, en ont bénéficié l'année dernière avec un taux de réussite de 92 %. Fait important, l'école vient d'accueillir sa première promotion exclusivement féminine.

# ENGAGEMENT ET INDÉPENDANCE, VIVE L'ACTIONNARIAT SALARIÉ !

L'entreprise appartient à celles et ceux qui la font vivre et grandir chaque jour. Et chez nous, ce n'est pas qu'une formule ! Notre plan d'épargne entreprise fête, cette année, ses 30 ans. Résultat : plus d'un salarié sur deux est aujourd'hui actionnaire du Groupe et 73 % du capital est détenu par le management et les équipes. Dans la profession, notre Groupe fait figure de pionnier grâce à un choix audacieux réalisé dès 1993. Une répartition originale du capital qui représentait à l'époque un modèle inédit en France parmi les sociétés de taille comparable et unique en Europe dans le secteur logistique. Cet actionnariat salarié constitue évidemment le socle d'une histoire humaine et d'une volonté d'indépendance. C'est aussi un facteur d'épanouissement et d'implication pour l'ensemble des collaborateurs au moment où les médias relaient souvent les interrogations des salariés sur le sens de leur travail. C'est aussi une garantie d'indépendance et de stabilité extraordinaire pour faire face à un monde de grandes transformations et réaliser des choix stratégiques de long terme en matière d'investissement et de développement. C'est, enfin, un modèle qui suscite la sympathie et la confiance de nos clients devant notre enthousiasme collectif ! ●



## SE CONJUGUER AU FEMININ

**OBJECTIF :**  
*augmenter de*  
**25 %**  
*le nombre de femmes dans nos effectifs d'ici 2030.*

Au sein de l'Union européenne, les femmes ne représentent que 22 % des salariés dans le secteur de la logistique et 12 % dans le transport<sup>(1)</sup>. Historiquement masculin, notre secteur d'activité accuse un vrai retard en matière de mixité. Face à ce constat, le Groupe s'est fixé pour objectif d'augmenter de 25 % le nombre de femmes dans ses effectifs d'ici 2030. Agir sur la mixité et l'égalité professionnelle est la priorité qui nous anime au sein de notre démarche MIX'UP. Depuis 2021, nous nous sommes dotés d'un programme de formation et de sensibilisation aux questions d'égalité et de mixité. En parallèle, nous avons défini des plans d'action par pays avec pour objectif de garantir une

intégration et une évolution de carrière équitables. Nous avons également testé des organisations de travail flexibles pour développer l'équilibre entre vie professionnelle et vie personnelle, et favorisé l'accompagnement de nos collaborateurs et collaboratrices en matière de parentalité. Sans oublier l'attention portée aux conditions et aux environnements de travail, avec des vêtements professionnels et des équipements adaptés à tous et toutes. Et autant de chances de modifier l'image de nos métiers et de lutter contre les stéréotypes ! ●

1. Business case to increase female employment in Transport – European Commission 2018.

# L'INNOVATION AU SERVICE DE L'ENVIRONNEMENT DE TRAVAIL

« **L**a préservation de la santé des collaborateurs et des collaboratrices passe par un environnement de travail sécurisé. Que l'on travaille sur une simple amélioration des opérations ou sur une véritable transformation d'activités, nous réalisons une analyse de l'existant ainsi qu'un ciblage des contraintes et de leurs causes afin de prioriser la réduction du risque à la source. Parallèlement, nous sommes en veille permanente pour proposer les nouvelles solutions apparues sur le marché ou animer des démarches de co-construction. Nous nous positionnons également en soutien des initiatives terrain, afin de permettre leur mise en place pérenne ou de les déployer de manière plus globale », indique Jessica Maroud, ergonome, lorsqu'on lui demande de nous décrire la mise en œuvre de la démarche santé, sécurité et conditions de travail.

Le décor est planté et Charles Georget, directeur recherche et ingénierie, enchaîne : « Nous avons un rôle moteur dans le lancement des projets d'innovation et sommes forces de proposition pour tester des prototypes, en collaboration avec les équipes opérationnelles, la prévention et les fonctions supports concernées. Cela se traduit par la mise en place de nouveaux outils comme les

«prébenseurs», capables de porter les colis lourds (sacs de farine ou de viande, meules de fromage...) à la place de nos équipes, des "tables de mise à niveau" qui permettent d'effectuer des opérations de manipulation manuelle sans avoir à se baisser, ou encore des solutions robotisées, que l'on privilégie en remplacement des activités les plus contraignantes et dans les environnements difficiles. Tout cela permet à nos collaborateurs et collaboratrices de se consacrer à des tâches à forte valeur ajoutée, comme la supervision d'équipement ou de process ».

« Nous accompagnons également nos équipes opérationnelles dans leurs démarches de tests de dispositifs d'assistance physique, comme les exosquelettes », ajoute Benjamin Soubrier, ergonome. « L'adaptation des solutions aux spécificités de nos activités, de nos sites, de nos organisations et des compétences existantes est incontournable dès le démarrage du projet car elle conditionne la capacité de nos équipes à s'approprier ces nouvelles façons de travailler. C'est pour cela que toutes ces démarches doivent être menées en collaboration avec l'ensemble des acteurs des sites, en particulier le management et la prévention, car ils restent les premiers et principaux interlocuteurs concernant la santé et la sécurité de nos collaborateurs. » ●

« L'innovation permet à nos collaborateurs et collaboratrices de se consacrer à des tâches à forte valeur ajoutée. »

**Charles Georget,**  
directeur recherche  
et ingénierie,  
direction métiers

## FORTS DE NOS DIFFÉRENCES, RICHES DE NOS TALENTS

Organisé par l'agence de notation extra-financière Humpact, le Grand Prix Humpact Emploi récompense les entreprises françaises cotées dotées de politiques sociales vertueuses. En 2022, STEF a été lauréat dans la catégorie personnes en situation de handicap. C'est également l'année de notre 6<sup>e</sup> accord d'entreprise portant sur l'emploi et le maintien dans l'emploi des travailleurs en situation de handicap pour la période 2022-2024. Celui-ci confirme également notre volonté de contribuer activement à l'égalité des droits et des chances. En France, notre taux d'emploi des personnes en situation de handicap est de 7,65 % et il est de 6,8 % au niveau du Groupe.



# LA SOLIDARITÉ EST UNE AFFAIRE D'ACTES

**L**es Restaurants du Cœur, ce sont 140 millions de repas distribués en 2022, plus d'un million de personnes accueillies et 70 000 bénévoles au service des plus démunis. Depuis plus de 15 ans, notre Groupe figure parmi les partenaires de l'association. Un engagement qui s'inscrit dans la droite ligne de notre raison d'être puisqu'il s'agit de garantir l'approvisionnement alimentaire pour tous et toutes, y compris les plus démunis. Chaque année, la collecte nationale se déroule en mars. Nous mettons à disposition de l'association nos moyens logistiques pour récupérer les dons dans les grandes et moyennes surfaces et les acheminer vers les antennes départementales des Restaurants du Cœur. En 2022, 15 filiales ont participé et collecté 780 tonnes de marchandises. Un accompagnement opérationnel, simple et concret, qui vaut tous les grands discours. Outre cette opération annuelle, nous mettons à disposition de l'association des collaborateurs pour aider à la gestion des stocks et



**780**  
*tonnes de marchandises ont été collectées par 15 filiales en 2022.*

optimiser l'approvisionnement de leurs centres de distribution. Le Groupe forme des bénévoles au droit social par le biais de l'Institut des Métiers du Froid, notre organisme de formation. Enfin, depuis cette année, nous nous sommes engagés à intégrer au sein de nos écoles de formation un certain nombre de personnes issues des Ateliers Chantiers d'Insertion des Restaurants du Cœur. Au terme de leur formation, celles-ci pourront se voir proposer un CDI en tant que conducteur, conductrice ou agent, agente de quai. ●

# SÉCURITÉ : MIEUX VAUT PRÉVENIR

**17 000**  
*salariés concernés par la démarche préventive.*

**N**otre Groupe est engagé dans une gestion pérenne des enjeux de santé, sécurité et conditions de travail (SSCT). Nous sommes passés d'une démarche corrective à une démarche préventive. Une nouvelle étape a été franchie en France en 2022 avec la signature d'un premier engagement national à l'attention du réseau des CARSAT (caisse d'assurance retraite et de la santé au travail) et de la CRAMIF (caisse régionale d'assurance maladie d'Île-de-France). Il concerne les 17 000 salariés, tous contrats confondus, présents sur les 190 sites STEF en France. Les objectifs sont de limiter les facteurs de risque d'apparition des troubles musculo-squelettiques, de réduire la survenue

d'accidents graves et renforcer la culture SSCT au sein du Groupe. Sur chaque site, des plans d'action avec des indicateurs de suivi mensuels seront pilotés par des équipes dédiées. ●

**En 2022, signature d'un premier engagement national à l'attention du réseau des CARSAT et de la CRAMIF.**



**AÏSSATOU DIALLO,  
PRÉPARATRICE DE COMMANDES À RUNGIS**

## GRANDIR MIEUX AVEC LA CONFIANCE

**S**ur le site de Rungis, dédié à la livraison à domicile, on peut croiser Aïssatou qui travaille à la préparation des commandes au sein des zones « frais », « sec » et « fruits & légumes ». « *C'est un bon sport* », déclare-t-elle, lorsqu'elle arpente les allées de l'entrepôt. Et cette femme déterminée ne perd pas de temps. Quelques mois à peine après son arrivée, Aïssatou est déjà référente intégration pour les nouvelles recrues. « *J'aime partager ce que je connais* », dit-elle fièrement. Et puisque

rien ne l'arrête, elle est aussi spécialisée F6, un rôle qui consiste à rechercher les produits manquants qui sont pour autant censés être bien présents selon l'informatique. S'en suit des échanges avec le service gestion des stocks jusqu'à la résolution du problème. Lorsqu'elle évoque ses journées qui commencent par le briefing des commandes et le rappel des consignes de sécurité, on mesure rapidement sa rigueur. Le tout avec une bonne dose d'humour lorsqu'elle évoque, hors travail, sa passion pour la musique et son

envie systématique de chanter à tue-tête.

« *En plus de l'ambiance de travail avec mes 40 collègues, ce que j'apprécie, c'est la confiance que mes responsables placent en moi. J'étais auparavant préparatrice de commandes en intérim chez Zara puis IKEA, et je recherchais un poste en CDI avec la possibilité de progresser et d'endosser des responsabilités. C'est aujourd'hui chose faite.* »

Un enthousiasme communicatif puisque son fils de 18 ans, qui suit des études d'informatique, songe à venir lui aussi rejoindre le site pour son alternance. ●



**MATTEO BRUZZANO,  
ENERGY MANAGER, IMMOSTEF ITALIE**

# MAÎTRISER L'ÉNERGIE, UN ENGAGEMENT

« L'histoire contemporaine de notre civilisation s'est accélérée au début du 19<sup>e</sup> siècle avec la maîtrise de l'énergie. C'est la colonne vertébrale de notre développement et nous devons apprendre aujourd'hui à la gérer au mieux pour la préserver », entame, presque militant, Matteo Bruzzano, 30 ans. Il travaille au sein de « la Ville du Froid », c'est ainsi que l'on appelle le plus grand site surgelé du Groupe avec 100 000 m<sup>2</sup>, situé à Fidenza près de Parme. Originaire de

Pavie, en Lombardie, Matteo a obtenu son diplôme en ingénierie énergétique en 2015. Il est aujourd'hui un energy manager passionné. Un rôle qui consiste à produire les diagnostics énergie, en proposant des mesures d'efficacité énergétique, gérer la certification ISO 50001 du site, négocier et acheter du gaz naturel et de l'électricité, mesurer la consommation des sites via la télérelève et suivre les projets de construction de centrales photovoltaïques en lien étroit avec Blue Enerfreeze. En par-

lant avec Matteo, qui intervient sur toute la péninsule italienne, on mesure l'importance qu'il porte à la nécessaire maîtrise énergétique. Il le répète à l'envi : « Je souhaite que la culture de l'énergie grandisse encore dans tous les domaines, dans toutes nos filiales et dans l'esprit de chacun d'entre nous, que ce soit dans nos vies professionnelles ou personnelles ». ●



**MICHAËL AUVRAY, ADJOINT CHEF D'ATELIER À VIRE**  
**THÉO LOUVEL, APPRENTI À VIRE**

## LA TRANSMISSION, UN BEAU PROGRAMME

« On voit arriver des gamins de 16 ans qui viennent travailler à vélo, puis deux ans après, le permis en poche, ils volent de leurs propres ailes », dit, amusé, Michaël Auvray, 48 ans, adjoint chef d'atelier au sein de l'atelier transport de Vire, en Normandie. Ces « gamins », ce sont les apprentis du site. « On arrive et on découvre une efficacité et une rapidité d'exécution qu'on n'avait pas imaginées », complète Théo Louvel, 18 ans à peine, en deuxième année d'apprentissage dans le même atelier. Michaël est tuteur depuis plus d'un an et fait bénéficier à

Théo de ses 29 ans d'expérience. Il est aussi frigoriste et aime transmettre son savoir-faire et les bonnes pratiques du métier. Sans oublier, ajoute-t-il, le savoir-vivre en équipe. Théo est sous le charme de la découverte du monde professionnel. « Ici, on entre dans le vif du sujet. Avec 120 tracteurs et 195 semi-remorques, les journées sont bien remplies. Nous travaillons sur des plannings périodiques de vérification des matériels, de passage aux Mines, mais d'un jour à l'autre, l'activité évolue en fonction des pannes mécaniques qui se produisent, des problèmes de carrosserie ou encore de frigo. »

Et Michaël de compléter : « Nos matériels roulent jour et nuit, week-ends compris. Le contrôle, la maintenance et les réparations sont donc notre quotidien et nous vivons cela comme des défis à relever. Nous sommes une vingtaine sur le site et chacun compte. C'est pour cette raison qu'il est valorisant de voir que des apprentis comme Théo grandissent à notre contact et deviennent progressivement autonomes ». Un tandem, une paire... quel que soit le vocabulaire qui définit leur collaboration, Théo et Michaël nous envoient un message : la transmission est une belle idée pour souder les générations. ●



**AURÉLIE LE LEANNEC,  
DATA SCIENTIST, STEF IT**

## L'ART D'AIDER À PRENDRE LES DÉCISIONS

**E**lle est « data scientist », un de ces métiers qu'il faut toujours expliquer un peu au détour d'une conversation. « C'est un métier qui collecte toutes les données autour d'un sujet, puis qui les analyse pour aider à prendre une décision. On s'appuie pour cela sur les mathématiques, l'informatique et l'expertise du métier. Au sein du Groupe, nous pouvons par exemple travailler sur l'analyse des distances parcourues par les caristes en entrepôt pour optimiser les process et trouver de nouveaux circuits. Nous nous appuyons pour cela sur les plans du site, l'analyse des parcours et les échanges avec les

*collaborateurs concernés », détaille Aurélie Le Leannec, qui a rejoint le Groupe il y a trois ans. « Nous puisons dans un gisement de données inépuisable pour travailler dans tous les domaines. Détecter les situations à risque pour mieux prévenir les accidents du travail, connaître nos clients et leurs besoins pour adapter nos offres ou encore réaliser des prévisions d'activité. Bien entendu, lors de sa longue histoire, le Groupe ne nous a pas attendus pour étudier les chiffres ou les statistiques. Mais notre métier va plus loin en délivrant des recommandations aux métiers qui s'appuient sur les algorithmes d'intelligence artificielle », explique cette*

Bretonne, maman de deux enfants de 2 et 9 ans. « Après mon diplôme obtenu à Rennes en 2004, j'ai démarré ma carrière à Paris, au service data de Bouygues Telecom sur la connaissance client, puis j'ai travaillé pour Ouest-France sur les comportements des internautes. Je suis aujourd'hui revenue à Vannes, dans le Morbihan, qui est le berceau de mon enfance, et j'y suis heureuse ! » ●



**ERNESTO COLOMA,  
DIRECTEUR DU PÔLE IMMOBILIER ET ENERGÉTIQUE IBÉRIQUE**

## AU SERVICE D'UNE CROISSANCE DURABLE

**L**a planète est toute petite pour Ernesto Coloma, qui la parcourt depuis le début de sa carrière. Pour suivre son itinéraire, il faut partir d'Espagne pour se rendre en France, puis passer par la Thaïlande, revenir par Londres et Barcelone avant de le retrouver aujourd'hui à Lisbonne. À 38 ans, ce globe-trotter papa de deux enfants et marié à une Argentine rencontrée à Bordeaux est doté d'une belle carrière internationale, notamment dans la logistique. Il a rejoint notre Groupe il y a trois ans. Son rôle ? Piloter ses acti-

vités immobilières et énergétiques au sein de la péninsule Ibérique. « *J'aime cette idée de contribuer à préparer l'avenir en termes de capacités tout en ne perdant pas de vue le quotidien de nos activités.* » Un objectif ambitieux situé à la croisée des différents métiers, des besoins de nos clients et de la prise en compte de l'empreinte environnementale. « *L'intérêt d'un Groupe dont les collaborateurs détiennent la majorité du capital, c'est qu'on peut avoir une vision à long terme contrairement à des sociétés détenues par des fonds d'investissement cherchant une renta-*

*bilité à court terme. Sans perdre de vue le quotidien, nous avons la possibilité de nous mettre réellement au service d'une croissance durable.* » Ainsi, à Madrid, il anime l'équipe projet en charge de l'Energy Lab, dont l'objectif est d'améliorer la performance opérationnelle en expérimentant des solutions énergétiques d'avenir telles que la production et le stockage d'hydrogène à partir d'excédents d'électricité photovoltaïque. Le but : augmenter la part d'énergie autoproduite et autoconsommée. Tout un programme qui, espère-t-il, fera école au sein du Groupe. ●



# **RESPECTER LES DÉLAIS, C'EST ESSENTIEL.**

Garantir l'approvisionnement des consommateurs,  
c'est notre mission.  
Prendre soin des produits de nos clients et les livrer à temps,  
c'est notre expertise.

**STEF** 

CUSTOMER CARE

# PLACER LE CLIENT AU CŒUR DE TOUTES NOS ATTENTIONS



**ÊTRE LEADER** confère souvent plus de responsabilités qu'on ne l'imagine. Une responsabilité opérationnelle, d'abord, basée sur l'efficacité, la qualité, le respect des délais et des températures et notre attachement au travail bien fait. Mais cela n'est pas suffisant. Il est nécessaire d'y intégrer une confiance émotionnelle, c'est-à-dire une écoute continue et sincère des besoins de nos clients, un partage accru des savoir-faire et une vision partagée des évolutions de nos métiers accompagnée d'une proximité attentive au quotidien. Chez STEF, c'est ce que nous appelons le customer care, ou le fait de placer nos clients au cœur de nos décisions et de notre organisation. C'est un état d'esprit que nous entendons cultiver chaque jour, partout où nous sommes implantés, quelles que soient les cultures des pays et quels que soient nos métiers.

# SE METTRE À LA PLACE DE NOS CLIENTS

**E**xit le SAV d'antan et place à une nouvelle ère. Le customer service mis en place au sein des activités restauration hors domicile est l'illustration concrète de l'esprit customer care. Tout démarre en 2016, alors que les opérateurs qui géraient les commandes traitaient indifféremment toutes les enseignes et les équipes au contact des clients ne disposaient pas des informations liées aux commandes passées. « Avec nos clients, détaille Rodrigue Dreydemy, directeur des opérations, business unit RHD, nous avons décidé de remettre à plat tout le système. Nous avons démarré la réflexion en partant du besoin du restaurant et avons logiquement créé des pôles spécialisés par client ou type de client, selon leur taille. Toutes les fonctions back et front-office sont désormais assurées par des équipes unifiées disposant d'une connaissance complète des enseignes et de leurs problématiques. Pour développer au maximum cette proximité et mieux comprendre leurs besoins, les équipes partent régulièrement sur le terrain pour vivre la vie quotidienne des restaurants. »

**« Nous avons démarré la réflexion en partant du besoin du restaurant. »**

**Rodrigue Dreydemy,  
directeur des opérations,  
business unit RHD**

Aujourd'hui, l'opérateur qui gère les commandes dispose d'un véritable tableau de bord sur lequel il visualise l'évolution d'une commande. Il peut consulter l'historique du restaurant et entretenir une relation dans la durée grâce à des rappels qui lui permettent d'être proactif. Et quand un problème survient, le restaurant tombe désormais directement sur la bonne personne ou le bon service. « Pour disposer d'un système opérationnel fiable, nous avons travaillé, avec nos équipes des systèmes d'information, à recombinaison des moyens qui étaient déjà à notre disposition. Et nous continuons d'innover. Nous testons en ce moment un dispositif fondé sur l'historique des commandes qui propose à nos clients d'optimiser leurs approvisionnements si nos camions qui les livrent peuvent encore accueillir des produits. Enfin, les restaurants disposent d'un outil de notation en continu qui analyse les insatisfactions mais aussi les satisfactions. À la lumière de ces informations, nous déployons ensuite les meilleures pratiques pour d'autres clients », conclut Cédric Retière, directeur commercial, business unit RHD. ●



# LES FOCUS GROUPES UNE RÉVOLUTION VERTUEUSE

**L**e customer service italien, c'est tout d'abord une organisation composée d'une équipe de spécialistes et d'outils dédiés à optimiser la relation client. Avec, notamment, un système inédit de gestion des anomalies via l'émission de tickets sur Salesforce. C'est aussi une instance mensuelle, le comité client permanent, qui réunit les directeurs opérationnels pour étudier exclusivement les demandes des clients, inventer les solutions pour y répondre, puis les partager à l'échelle du pays. Enfin, ce sont des moyens d'écoute inédits à travers le déploie-

« La co-construction, c'est le sens de l'histoire. »

**Simona Barbieri,**  
directrice commerciale  
et marketing,  
STEF Italie

ment de focus groupes depuis novembre 2022. Une petite révolution culturelle. « Si l'on veut placer le client au cœur de notre activité, il faut commencer par écouter. Écouter, cela veut dire accepter la critique. Écouter, ce n'est pas non plus chercher à apporter des réponses immédiates mais comprendre ce qu'il y a derrière une remarque », explique Simona Barbieri, directrice commerciale et marketing, STEF Italie, qui a rejoint le Groupe après une longue expérience de l'écoute au sein de GS1-ECR, l'organisme européen en charge de trouver des solutions partagées entre industriels, opérateurs logistiques et distributeurs. « Désormais, lorsque nous avons un projet, nous le présentons en avant-première à nos clients pour écouter leur point de vue et intégrer leurs commentaires et suggestions dès la conception. Non seulement nos clients sont heureux d'être associés mais cela nous permet aussi d'aboutir sur un projet final qui n'a pas besoin de corrections par la suite. Et pour que d'autres pays du Groupe souhaitent le faire à leur tour, nous avons créé une petite "bible" destinée à les y aider. » ●

Une équipe de spécialistes et des outils dédiés à optimiser la relation client.

## BU FLUX INTERNATIONAUX : SPÉCIALISATION ET COMPÉTENCES ÉLARGIES

**D**epuis le 1<sup>er</sup> janvier 2023, notre réseau européen de gestion des flux internationaux s'est enrichi de la création d'une business unit dédiée en France. « La croissance des flux et le Brexit ont fait naître de nouvelles attentes en matière de transport et de logistique », explique Franck Prié, son directeur. « C'est pour cela que nous avons fait le choix de rassembler nos expertises internationales présentes dans l'Hexagone pour optimiser les services et la satisfaction de nos clients. » La nouvelle business unit flux internationaux rassemble en effet deux activités déjà existantes, STEF International et STEF Overseas. Avec sept agences réparties sur le territoire français, elle opère principalement dans le domaine du

« Nous sommes capables de traiter tous les flux import-export. »

**Franck Prié,**  
directeur de la  
business unit flux  
internationaux  
en France

transport routier sous température dirigée, en camions complets et en groupage, dans les huit pays où le Groupe est présent mais également dans 22 autres pays en Europe, grâce à des partenariats noués avec des acteurs de référence. « Afin de répondre aux besoins du marché, nous nous positionnons également comme commissionnaires en douane et en transport international air-mer. Avec des compétences élargies, nous sommes capables de traiter tous les flux import-export, avec leurs formalités douanières associées. » Ainsi, sur le marché international de Rungis, la business unit dispose d'une structure qui a la qualité d'opérateur économique agréé (OEA), de dédouanement centralisé national (DCN) et est accréditée International Air Transport Association (IATA). ●



**S'ENGAGER  
SUR LE LONG TERME,  
C'EST ESSENTIEL.**

Connecter efficacement les producteurs aux distributeurs  
et aux restaurateurs, c'est notre mission.  
Le faire en développant une relation de confiance durable,  
c'est notre expertise.

**STEF CO**



**BENOÎT GENDROT,  
DIRECTEUR SUPPLY CHAIN DE LINDT FRANCE**

## “AVEC STEF, NOUS FORMONS UNE SEULE ÉQUIPE”



**P**résent dans plus de 120 pays, Lindt & Sprüngli est aujourd’hui reconnu comme leader du marché des chocolats de qualité premium. En France, la société compte 1 200 collaborateurs avec un site de production à Oloron-Sainte-Marie, dans les Pyrénées-Atlantiques. « Nous travaillons avec STEF depuis 30 ans et nous venons de renouveler notre collaboration jusqu’en 2028, explique Benoît Gendrot, directeur supply chain de Lindt France. Selon les enquêtes menées auprès de nos clients, nous figurons dans le top 3 des meilleurs industriels de l’épicerie, notamment grâce à l’efficacité opérationnelle de notre supply chain. Notre ambition est donc d’inscrire durablement Lindt France comme une référence

en la matière. Le nouveau partenariat que nous venons de signer avec STEF s’est étendu à notre activité e-shop, qui est réalisée sur leur site d’Orléans, dans le Loiret, ainsi qu’à la distribution internationale des produits que nous fabriquons à Oloron-Sainte-Marie. Depuis 30 ans, nous partageons beaucoup de valeurs ensemble et le même souci d’optimiser nos activités respectives pour réduire notre empreinte carbone. » Pour accompagner Lindt dans la durée, STEF s’est doté d’un dispositif immobilier dédié aux produits tempérés avec deux sites basés en France, l’un au nord d’Orléans et l’autre à Saint-Sever, dans les Landes. Lindt est aujourd’hui le client numéro 1 de la business unit tempéré sec alimentaire du Groupe, en France. ●



**PHILIPPE STRETZ,  
PRÉSIDENT DE LIGHTBODY EUROPE**

## “STEF ? UN GRAND GROUPE QUI SAIT AVOIR LA SOUPLESSE D’UNE PME”



« Nous sommes importateurs, donc nous avons trois enjeux : faire venir les marchandises nécessaires du Royaume-Uni, d'Italie, de Grèce et d'ailleurs, en temps et en heure, stocker nos produits et préparer les commandes, et enfin livrer nos clients GMS en France, Benelux et Suisse. Le tout avec une chaîne totale STEF. » Le décor est immédiatement planté par Philippe Stretz, président de Lightbody, plus connue sous le nom commercial de « Supergâteaux » par les consommateurs. Une entreprise renaisance d'une trentaine de collaborateurs qui propose des gâteaux d'anniversaire sous

licence Marvel, Disney ou encore Nickelodeon. « Nous travaillons avec STEF depuis notre création. Je suis parti de zéro activité et mes interlocuteurs STEF de l'époque ne m'ont jamais pris de haut. Ils m'ont fait confiance et nous avons progressivement commercialisé des gammes de produits frais, surgelés et TSA. Proximité et disponibilité sont pour moi les deux mots qui résument le mieux notre collaboration et je pense que le fait que mes interlocuteurs STEF soient aussi actionnaires de leur entreprise, ça change tout. Depuis 2018, nous réalisons aussi de l'e-commerce ensemble même si notre activité est encore tournée à 95 % vers la GMS. » ●

JOSÉPHINE BOURNONVILLE,  
CO-FONDATRICE D'OMIE & CIE

## “DES TAILLES DIFFÉRENTES MAIS UNE MÊME AMBITION DE RIGUEUR AVEC STEF”



**1** /3 des gaz à effet de serre proviennent de notre alimentation selon un rapport du GIEC. Pour favoriser l'équilibre des systèmes et lutter contre le réchauffement climatique, Omie & Cie est la première marque française à commercialiser des produits issus de l'agriculture régénérative, respectueuse des sols et de la biodiversité. « Nous avons démarré il y a deux ans et nous distribuons nos produits via deux circuits : à domicile à partir de notre site et par le biais de distributeurs. Au départ, nous assurons en interne le stockage de nos produits, la préparation des commandes et leur expédition chez nos clients. Très rapidement, nous sommes arrivés à saturation et avons pris la décision de nous tourner vers STEF, un professionnel de la supply chain disposant d'une expertise reconnue en matière d'e-commerce notamment, raconte Joséphine Bournonville, co-fondatrice d'Omie & Cie. Pour la livraison à domicile,

notre promesse est forte puisque nous n'excédons jamais un délai de deux jours de livraison après commande, et même un jour pour les Parisiens. En outre, nos produits sont fragiles puisque leur emballage est souvent en verre. Mais nous pouvons compter sur l'excellence opérationnelle des équipes STEF du site de Lieusaint, en Seine-et-Marne. C'est pour nous une garantie de rigueur et de fiabilité qui nous permet de nous consacrer pleinement à la recherche de produits toujours plus vertueux et à notre développement. » Omie & Cie compte déjà plus de 14 000 clients, ce qui représente environ 1 500 colis par mois. Son chiffre d'affaires a doublé en un an et l'entreprise, qui vient de procéder à une levée de fonds, compte bien continuer sur ce rythme. Le partenariat STEF et Omie & Cie s'inscrit dans le cadre de l'offre e-Food Logistics pour accompagner les start-up de l'alimentaire dans leur développement. ●

PAUL JABOULET AÎNÉ

**AURÉLIEN FLOQUET,  
DIRECTEUR DE LA PRODUCTION ET DU DÉVELOPPEMENT DURABLE  
MAISON PAUL JABOULET AÎNÉ**

## “UN PARTENARIAT HISTORIQUE AVEC STEF”



Entre la Maison Paul Jaboulet Aîné, vignoble de la vallée du Rhône qui produit et commercialise des vins issus de l'agriculture biologique, et STEF, c'est une histoire qui dure. « *Beaucoup plus qu'une simple relation client-fournisseur, c'est un partenariat qui nous lie depuis plus de 25 ans*, déclare Aurélien Floquet, directeur de la production et du développement durable. *Nous nous connaissons bien et c'est vraiment appréciable.* » Connue pour l'Hermitage avec la cuvée «La Chapelle» classée parmi les meilleurs vins au monde, la Maison Paul Jaboulet Aîné confie chaque année 80 % de ses flux à STEF. « *Nous livrons les restaurateurs, les cavistes, mais aussi les salons internationaux, l'Assemblée nationale et même l'Élysée*, poursuit-il. *Nos contraintes sont exigeantes. Il faut livrer des professionnels avec des plages horaires strictes à respecter, d'une*

*part, mais aussi veiller à la sécurité de nos marchandises, qui suscitent beaucoup de convoitises. Les risques de malveillance sont à anticiper. Par ailleurs, nos produits sont sensibles et la température dirigée permet de les préserver des moments de grand froid ou de grande chaleur qui pourraient les altérer.* » Une véritable vie de couple s'est installée avec le site STEF de Valence, dans la Drôme. La ramasse a lieu chaque jour du lundi au jeudi, et tous les trimestres, un bilan transport est réalisé. « *Ce partenariat est historique et il est entretenu au fil du temps par une bonne relation et des valeurs communes comme la prise en compte de la décarbonisation des flux de transport.* » ●

PLANET CARE

# UN ENGAGEMENT COLLECTIF QUI SE VIT CHAQUE JOUR



**SUR LE FRONT** du changement climatique, la planète a fixé ses limites. À nous de maîtriser l'impact de notre activité sur l'environnement, d'une part, et d'adapter notre organisation face aux aléas climatiques, d'autre part. Pour préparer la supply chain de demain, nous sommes engagés depuis plus de 15 ans dans un défi historique : inventer une supply chain plus vertueuse afin de continuer d'approvisionner de manière toujours plus durable les populations, où qu'elles soient. Pour cela, nous mobilisons nos équipes et investissons chaque jour pour définir l'avenir au travers d'une mobilité durable et d'une production de froid responsable.

# MOVING GREEN, UNE DÉMARCHE CATALYSEUR

Face aux nombreux défis posés par le changement climatique, notre Groupe est engagé depuis de nombreuses années dans la transition énergétique de ses activités. Cela s'est concrétisé, en 2021, par l'officialisation de sa démarche Climat, appelée Moving Green. Plébiscitée par les collaborateurs et placée sous la responsabilité du Comité exécutif, elle est dotée d'une organisation dédiée et de moyens d'action volontaristes. Elle s'inscrit autour de deux objectifs quantifiables : réduire de 30 % les gaz à effet de serre (GES) de nos véhicules d'ici 2030<sup>(1)</sup> et utiliser 100 % d'énergies bas carbone<sup>(2)</sup> dans nos bâtiments d'ici 2025. Mais elle n'oublie pas non plus l'importance de s'inscrire au sein d'un écosystème avec deux objectifs associés : accompagner nos sous-traitants dans une démarche vertueuse et sensibiliser nos équipes au changement climatique. Deux ans après le lancement, les résultats sont encourageants : nos émissions de gaz à effet de serre ont déjà diminué de 16 %. Il faut dire que les changements ont été nombreux,

1. En gCO<sub>2</sub>e/t.km par rapport à 2019.  
2. Bas carbone = renouvelable ou nucléaire.

**100 %**  
*d'énergies bas  
carbone dans  
nos bâtiments  
d'ici 2025.*

de l'optimisation des schémas de transport et l'amélioration des taux de remplissage des véhicules à l'évolution des comportements de conduite et au renouvellement de notre flotte de véhicules à énergies alternatives. Au sein de nos bâtiments, l'électricité bas carbone représente désormais 76 % des consommations grâce au développement de nos capacités d'autoproduction à partir de la technologie photovoltaïque, gérées par notre filiale Blue EnerSun. Du côté de la sous-traitance, nos équipes ont œuvré auprès de nos fournisseurs en les aidant à réaliser des diagnostics de leur parc de véhicules, en mettant en place de nouveaux contrats incluant des engagements environnementaux et en déployant un dispositif de certificats d'économie d'énergie (CEE) pour l'évolution de leur matériel. En interne, le lancement de la *Climate School* a permis à une partie de nos équipes de bénéficier de modules d'e-learning sur la transformation durable, sans oublier la poursuite des initiatives développées dans les pays, comme le projet « zéro plastique » en Italie. Nul doute, nous sommes bien en route vers une supply chain décarbonée. ●



*Réduire de*  
**30 %**  
*les gaz à effet de  
serre (GES)  
de nos véhicules  
d'ici 2030.*

# FORMER POUR TRANSFORMER DURABLEMENT NOS MÉTIERS

**L**a *Climate School* a pour objectif de diffuser la culture du développement durable auprès de nos équipes et de les engager à réussir une transition durable, en tant que collaborateurs mais aussi en tant que citoyens. Grâce à une meilleure compréhension des différentes problématiques environnementales et de leurs possibilités d'action au quotidien, elle dépasse le seul cadre professionnel. « *L'ensemble de nos collaborateurs connectés a accès à cette sensibilisation sur le développement durable via notre plateforme de formation digitale. Le fait qu'elle soit accessible à la demande, sous forme de trois modules vidéo, nous permet de toucher le plus grand nombre et de proposer à chacun de se former à distance* », explique Céline Luc, directrice de la gestion des talents et de la formation. Les premiers retours démontrent le grand intérêt de nos collaborateurs et collaboratrices sur les enjeux climat.

## OPTIDRIVE, LE RÉFLEXE QUOTIDIEN

La mobilité durable, cela concerne évidemment l'utilisation d'énergies alternatives sur notre parc de véhicules, mais pas seulement. L'évolution de nos habitudes de conduite est également essentielle. Pour cela, en complément des formations à l'éco-conduite, nous avons équipé nos véhicules de la solution Optidrive, un outil de suivi et d'adaptation du comportement de conduite qui améliore sa consommation. Destiné aux conducteurs et aux conductrices ainsi qu'à leurs managers, ce suivi a pour objectif de faire évoluer les comportements quotidiens et de nous rapprocher chaque année de nos objectifs de réduction de notre empreinte carbone. ●

« *La Climate School a pour objectif de diffuser la culture du développement durable.* »

**Céline Luc,**  
directrice de la gestion  
des talents et  
de la formation



# BIOCARBURANTS L'ALTERNATIVE VÉGÉTALE

L'utilisation du biocarburant Oleo100, issu à 100 % de colza français, est désormais effective sur 120 de nos véhicules. Mais pour le moment, celui-ci n'est disponible qu'en France. Qu'à cela ne tienne, d'autres alternatives existent ailleurs. C'est le cas du HVO (*Hydrotreated Vegetable Oil*, ou huile végétale hydrotraitée). Ce biocarburant est fabriqué à partir de matières premières résiduelles végétales ou animales, qui se transforment en carburant lorsqu'elles entrent en contact avec de l'hydrogène sous haute pression. Le HVO dispose de nombreux avantages : il émet entre 60 % et 90 % de gaz à effet de serre en moins que le gazole et nettement moins de polluants atmosphériques (particules fines, oxydes d'azote...). Enfin, d'un point de vue pratique et opérationnel, il peut être directement utilisé dans les moteurs diesel existants, sans modification. Notre filiale Langdons fait

Plus de

# 40

*véhicules au HVO (Hydrotreated Vegetable Oil ou huile végétale hydrotraitée).*

rouler depuis janvier 2022 plus de 40 véhicules au HVO. Une solution d'avenir à condition de rester vigilants au caractère vertueux des matières premières utilisées. ●



## DU BIOGNV POUR LA MOBILITÉ DE DEMAIN



« **N**ous avons mis en service la première station gaz du Groupe en début d'année », introduit fièrement Frédéric Guyet, directeur du site du Plessis-Pâté qui livre, notamment, 120 restaurants en Île-de-France et Normandie. « Celle-ci approvisionnera dès 2023 une vingtaine de véhicules en bioGNV du site du Plessis-Pâté et de celui de Bondoufle, tout proche. Nous pourrions également servir de station à nos sous-traitants. À terme, ce sont 50 véhicules qui utiliseront cette station. » Initiée en 2021 dans une démarche de co-construction avec notre client, une grande enseigne de la restauration rapide, cette station contribue à diminuer fortement l'empreinte carbone de nos activités grâce, notamment, à l'utilisation du biométhane, un gaz vert renouvelable issu de la méthanisation de déchets agricoles ou des stations d'épuration. ●

# 20

*C'est le nombre de véhicules au bioGNV qu'alimentera la station du Plessis-Pâté en 2023.*

# LES CENTRALES PHOTOVOLTAÏQUES FLEURISSENT EN EUROPE



Avec près de 5 000 panneaux sur 15 000 m<sup>2</sup> de toiture, soit presque quatre stades de football, la plus grande centrale photovoltaïque installée en France vient de voir le jour. Elle alimente le site de Vaulx-Milieu, près de Lyon, spécialisé dans la logistique et le conditionnement de produits d'épicerie salée et sucrée. Grâce à une production de 2 700 MWh par an, elle couvrira 45 % de ses besoins énergétiques. Un exemple suivi par le site de Bodegraven, aux Pays-Bas, qui s'est équipé de 1 700 panneaux solaires qui généreront 580 MWh par an, soit environ 30 % de sa consommation totale. Le Groupe dispose désormais de 32 centrales en service en Italie, en Espagne, au Portugal, en France, en Belgique et aux Pays-Bas. 11 autres centrales sont déjà en cours de construction. La transition énergétique est bien en marche ! ●

**32** centrales en service en Italie, en Espagne, au Portugal, en France, en Belgique et aux Pays-Bas.

## EMBELLIR LA VIE GRÂCE À LA BIODIVERSITÉ

« **D**éterminés à réduire notre impact sur les écosystèmes qui nous hébergent, nous avons déjà réalisé sur une cinquantaine de sites des aménagements volontaires », entame Servane Le Goff, cheffe de projet à la direction développement durable. L'exemple de Darvault, au sud de Paris, en témoigne. « Nous avions un projet d'extension de notre plateforme située au bord de l'autoroute et les travaux de terrassement nécessitaient l'évacuation d'un important volume de déblais, détaille François de Vitry, chargé de mission chez IMMOSTEF. Plutôt qu'une évacuation sur un site extérieur, nous avons proposé à la mairie de réaliser une petite colline paysagée d'une surface de 6 ha sur des friches voisines, que nous avons achetées pour les céder ensuite à la collectivité. Cela crée une barrière anti-bruit entre le village et l'autoroute et un espace préservé, composé notamment de plantations refuges pour la faune. À cela s'est également

ajouté l'aménagement d'une voie douce pour rallier les autres communes, ainsi qu'un sentier de balade pédagogique. » D'autres types d'initiatives prennent également vie, comme sur le site de Tubize, en Belgique, qui prépare une gestion différenciée du terrain qui l'entoure. Au menu, trois types d'espaces verts : « soigné » pour un entretien régulier, « intermédiaire » pour un entretien moins intensif et enfin « naturel » pour favoriser la biodiversité spontanée, notamment grâce à la création d'hôtels à insectes et de ruches. ●

« Nous avons déjà réalisé sur une cinquantaine de sites des aménagements volontaires. »

**Servane Le Goff,** cheffe de projet, direction développement durable



IL FAUT AUVERGÉOULER  
L'ANIMAGETAL

STEF 

 MOVING GREEN

**ET SI ON ABANDONNAIT NOS PRÉJUGÉS SUR LE CARBURANT ?** Bientôt, c'est le biocarburant qui fera avancer nos camions et nous aidera à réduire leur empreinte carbone. Et ça n'est pas tout ! Nous travaillons aussi à la mise en place de solutions électriques et à hydrogène pour notre flotte. C'est en combinant ces technologies que nous construisons le futur de la mobilité.

**NOTRE OBJECTIF : -30% D'ÉMISSIONS DE GAZ À EFFET DE SERRE LIÉES À NOS VÉHICULES D'ICI 2030**

CONSUMER CARE

# L'UNION SACRÉE DES TECHNOLOGIES ET DES COMPORTEMENTS



**LA SÉCURITÉ SANITAIRE** des aliments est notre priorité. Nous avons choisi de l'inscrire dans notre raison d'être car, dans la longue chaîne qui mène les produits alimentaires de leur lieu de production vers leur lieu de distribution puis de consommation, nous représentons un maillon clé en matière de prestations logistiques et de transport sous température dirigée. Pour garantir cette importante responsabilité, nous avons deux atouts : la mise en œuvre de technologies de pointe sur nos équipements et nos comportements individuels et collectifs, à tous les niveaux de l'entreprise.

# 3 QUESTIONS À STÉPHANE LEFEBVRE, DIRECTEUR SÉCURITÉ SANITAIRE

## QUELLES SONT LES RESPONSABILITÉS DE STEF EN MATIÈRE DE SÉCURITÉ SANITAIRE DES ALIMENTS ?

Nous avons une obligation de résultats et non pas de moyens. C'est-à-dire que nous devons tout mettre en œuvre pour préserver l'intégrité des denrées qui nous sont confiées. Tout commence par des contrôles stricts lors de leur ramassage et dès leur arrivée : vérification de la température, examen de l'état de la marchandise, de son emballage, odeur, vérification des dates de consommation et de la lisibilité des éléments assurant sa traçabilité... Rien ne doit être laissé au hasard. À nous, par la suite, de garantir les conditions optimales de conservation durant le stockage ou le transport avec des niveaux de température maîtrisés et adaptés aux différentes gammes pour proposer un aliment qui ne soit pas altéré au consommateur. Et même si nous ne sommes qu'une étape de la chaîne, nous sommes conscients de nos responsabilités. Nous travaillons avec l'ensemble de la filière agroalimentaire, producteurs, fabricants, destinataires bien entendu, mais aussi avec nos confrères, syndicats professionnels ou associations. Nous venons, par exemple, de concevoir ensemble un guide des bonnes pratiques pour nos métiers.



« On ne transige pas avec la sécurité sanitaire des aliments. »



Et nous partageons, évidemment, nos exigences avec nos fournisseurs de véhicules, de groupes frigorifiques et, bien entendu, nos sous-traitants et partenaires.

## COMMENT ASSUREZ-VOUS LA PRÉVENTION ET LA DÉTECTION DES ANOMALIES ?

Même si nous disposons déjà depuis longtemps d'outils et d'un savoir-faire éprouvé en la matière, nous continuons de faire progresser nos process tout en maîtrisant nos consommations d'énergie. Nous testons et déployons des systèmes innovants de surveillance et d'alerte en temps réel pour détecter les situations à risque. Nous sommes, par exemple, capables d'obtenir un enregistrement de la température de chaque compartiment frigorifique et une localisation de nos véhicules. Chaque jour, nous élevons notre niveau d'exigence : nous travaillons maintenant sur des algorithmes en vue de prédire l'impact des variations de température dans les véhicules sur les marchandises en fonction du nombre de points de livraison et de la température extérieure.

## COMMENT MIEUX ENCOURAGER LES COMPORTEMENTS FAVORABLES À LA SÉCURITÉ DES ALIMENTS AU SEIN DU GROUPE ?

Nous sommes parés en matière de technologies, mais le comportement humain reste clé. Il est fondamental de développer un système de valeurs, de croyances et de normes communes qui ont une incidence positive sur l'état d'esprit et le comportement de tous nos opérateurs à l'égard de la sécurité des aliments. Nous développons des actions de sensibilisation et de formation à tous les niveaux en nous appuyant notamment sur l'e-learning pour toucher le plus grand nombre de nos collaborateurs, y compris nos conducteurs et conductrices. ●

# LA RECHERCHE AU SERVICE DE LA SÉCURITÉ DES ALIMENTS

**N**otre Groupe a engagé un projet de recherche-action sur la culture de la sécurité des aliments avec le laboratoire GRePS (Groupe de Recherche en Psychologie Sociale), rattaché à l'Université Lumière Lyon 2. Depuis février, Lucille Topin, doctorante en psychologie du travail, a intégré le Groupe pour mener un travail de thèse encadré par Sabrina Rouat (enseignant-chercheur en psychologie du travail) et Sabine Caillaud (enseignant-chercheur en psychologie sociale). Celui-ci a pour objectif de mieux comprendre le travail des différents acteurs impliqués dans la sécurité

des aliments et les enjeux que ces exigences impliquent pour chacun d'entre eux. Cela servira à co-construire une expérimentation susceptible de développer des pratiques proactives, pas seulement déterminées par des procédures qu'il faut respecter mais par un système de valeurs et de normes que les acteurs s'approprient. Cette collaboration s'inscrit dans une volonté des chercheurs de l'Université de s'engager sur le terrain et de construire des réponses aux problèmes pratiques rencontrés en travaillant au développement des organisations mais également des personnes. ●

**Co-construire  
une expérimentation pour  
développer des  
pratiques  
proactives.**





# MAÎTRISER LA CHAÎNE DU FROID, C'EST ESSENTIEL.

Garantir aux consommateurs l'accès à la diversité alimentaire,  
c'est notre mission.  
Stocker, conditionner et transporter les aliments en toute sécurité,  
c'est notre expertise.

**STEF** 

# INNOVATION

## L'INNOVATION, UN LEVIER MAJEUR



**L'HISTOIRE DE NOTRE GROUPE** est intimement liée aux innovations qui ont bouleversé l'histoire de la supply chain des produits alimentaires frais et surgelés. Si nous innovons pour accompagner le développement de nos clients et les mutations de leurs filières depuis 100 ans, nous avons décidé de structurer notre démarche en 2020 afin de répondre aux nouveaux défis économiques, sociétaux et environnementaux de notre secteur. Désormais animée au niveau du Groupe, cette démarche volontariste implique l'ensemble des périmètres, les directions opérationnelles comme les fonctions supports. Elle vise à mieux répondre aux attentes de nos collaborateurs et nos collaboratrices ainsi que nos clients. Par nos innovations, nous souhaitons développer l'attractivité et le leadership de notre Groupe.

# 3 QUESTIONS À LAURENCE PICOT, DIRECTRICE DE LA TRANSFORMATION ET DE L'INNOVATION

## QUELLE EST LA PLACE DE L'INNOVATION CHEZ STEF ?

L'innovation n'est pas une fin en soi. L'innovation, c'est d'abord quelque chose de nouveau qui apporte de la valeur pour l'entreprise, les collaborateurs, les collaboratrices, les clients, et plus globalement la société. Et c'est également un levier pour atteindre notre ambition stratégique. Se différencier durablement des autres acteurs du secteur nécessite d'inventer à la fois de nouvelles offres, de nouvelles manières de travailler en interne, de collaborer avec l'externe, de trouver de nouveaux gisements de performance. Pour ce faire, nous devons collectivement apprendre à concilier les activités de production au quotidien et les projets d'innovation. Notre démarche s'appuie sur deux dynamiques : une innovation planifiée avec des projets de large envergure et une innovation participative permettant à chacun d'être acteur d'initiatives locales.

## QUI PEUT PARTICIPER À L'INNOVATION CHEZ STEF ?

L'innovation est l'affaire de tous et toutes. Chacun peut y participer en fonction de ses goûts et de son rôle : observer ce qui se passe dans d'autres secteurs, identifier des sujets prometteurs, proposer des idées, concevoir des solutions innovantes, travailler avec nos fournisseurs, tester des solutions et aider à les améliorer, diffuser les initiatives menées. La direction transformation et innovation et ses relais dans chaque périmètre sont là pour répondre à toute question et aider chacun à trouver sa place dans la démarche.

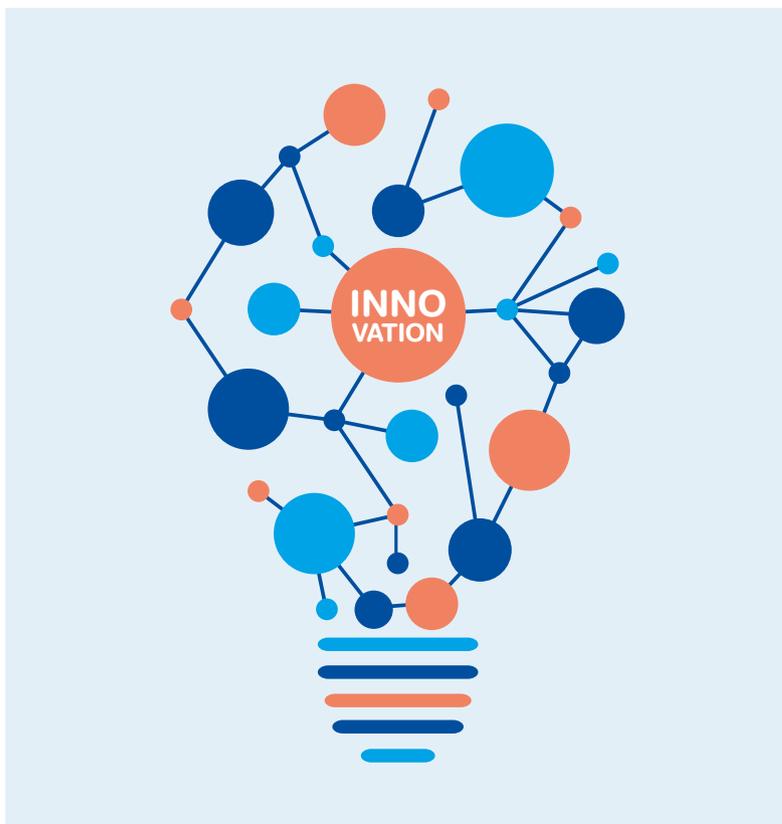
« Innover, c'est préparer  
le Groupe à demain. »



« L'innovation  
est l'affaire  
de tous et  
toutes. »

## LA DÉMARCHE EST LANCÉE DEPUIS DEUX ANS, QUELLES SONT LES AVANCÉES ?

L'objectif de la première année était de créer les conditions propices au développement de l'innovation, c'est-à-dire lever les freins, libérer les énergies, expliquer que l'innovation était non seulement possible mais surtout attendue. Ensuite, en accompagnant les premiers challenges innovation et les premières initiatives, nous avons pu adapter nos méthodes de conduite de projet et collectivement faire évoluer nos angles de vue, parler apprentissage, clarifier nos priorités. Peu à peu, nous avons vu émerger et aboutir les premiers projets et les premières réalisations. Cela nous a permis de remettre, en septembre 2022, les premiers trophées de l'innovation. ●



# DES SOURCES D'INSPIRATION POUR L'INNOVATION

Les trophées de l'innovation récompensent quatre projets prometteurs parmi les nombreux projets proposés sur notre plateforme de management de l'innovation et consultables par l'ensemble de nos collaborateurs et collaboratrices. Pour continuer de susciter des vocations au sein du Groupe, focus sur les lauréats.

## ÉVALUER LA SATISFACTION CLIENT

Comment remettre au cœur de nos préoccupations le client livré et mesurer sa satisfaction ? En créant une application sur smartphone qui permet aux restaurateurs de suivre leur livraison en temps réel et d'exprimer leur satisfaction grâce à une échelle d'évaluation de cinq étoiles. Le projet a été mené par notre business unit RHD en lien avec notre pôle digital et testé avec l'un de nos clients. Cette solution a été créée à partir de la recombinaison de deux applications précédemment développées, notamment pour le Portugal. Concrètement, elle est dotée de quatre fonctionnalités : suivi des livraisons en temps réel avec notifications, écoute client avec évaluation et commentaires, déclaration d'anomalies et pointage de la livraison.

## LUTTER CONTRE LE DÉPART INOPINÉ

Comment garantir la sécurité des agents de quai et des conducteurs en s'appuyant sur l'IOT – l'internet des objets – et définir un nouveau standard pour la profession ? Les équipes de la direction technique véhicules ont recherché une nouvelle solution au problème des départs inopinés en travaillant en collaboration avec deux fournisseurs carrossiers. Leurs solutions ont été testées sur deux sites avec des résultats encourageants, qui soulignent l'importance de définir un nouveau standard au sein de la profession.

## DES ROBOTS AU SERVICE DE LA SÉCURITÉ

Comment augmenter à la fois la sécurité des collaborateurs et la capacité d'une ligne de copacking ? En passant par la robotisation ! Mise en place au sein de notre business unit TSA avec l'aide de la business unit conditionnement et de la direction des métiers Groupe, cette solution a permis non seulement d'améliorer la sécurité des collaborateurs du site de de Poupry, en Eure-et-Loir, mais également d'augmenter notre capacité de production et ainsi de mieux accompagner les besoins de notre client.

## UN ENERGY LAB PIONNIER

Comment devenir un acteur exemplaire de la production, du stockage et de la consommation d'énergies décarbonées ? À travers ce projet de laboratoire, qui cherche à explorer toutes les questions liées aux énergies et à agréger sur un même site un panel large de solutions. Objectif : tester, expérimenter et renforcer nos connaissances dans la production et l'usage d'énergies décarbonées pour contribuer à notre indépendance énergétique. Ce projet pionnier, mené à Madrid par Blue EnerFreeze, notre filiale énergétique, s'intègre au sein notre démarche RSE. ●

## LES TROPHÉES DE L'INNOVATION

- 1. STEF Connect**  
Olivier Langenfeld, Laure Miquel-Elcano, Alexandre de Suzzoni
- 2. Dispositif anti-départ inopiné**  
Jean-Yves Chameyrat, Laurence Quéré, Jean-Marc Platero
- 3. Des robots pour le copacking**  
Angel Lecanda, Gaëtan Jacquemont, Loïc Bisme
- 4. Energy Lab**  
Laurence Picot, Vincent Kirkklar, Alberto Bravo, Benjamin Dumont



# NOS VALEURS

# ENTHOUSIASME

# RESPECT

# RIGUEUR

# PERFORMANCE



#### **Publication**

Direction de la communication – Céline Audibert – Catherine Marie

#### **Conception/Création/Rédaction/Réalisation**

**TAMBOUR  
BATANT**

#### **Crédits photo**

© Clan d'Œil – © Maxime Riché/Omie & Cie – © Ph.Boulze – © Mat Beaudet – © Lightbody  
Photothèque STEF – Shutterstock – © Droits réservés

#### **Illustrations**

Gwladys Morey







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

[www.stef.com](http://www.stef.com)