



DOSSIER DE PRESSE

NOVEMBRE 2024





Équipe de France A de biathlon saison 2024-2025 :

Julia SIMON, Oscar LOMBARDOT, Fabien CLAUDE, Quentin FILLON MAILLET, Éric PERROT, Emilien JACQUELIN (debout de gauche à droite) ;

Sophie CHAUEAU, Océane MICHELON, Jeanne RICHARD, Gilonne GUIGONNAT, Justine BRAISAZ-BOUCHET, Lou JEANMONNOT (accroupies de gauche à droite)

1

UNE RELATION BASÉE SUR UNE CULTURE ET **DES VALEURS COMMUNES**

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

Lorsqu'une filiale du leader européen de la supply chain alimentaire s'est rapprochée de la Fédération Française de Ski, en 2022, sa volonté était de valoriser l'ancrage local du Groupe. En effet, STEF contribue à l'approvisionnement alimentaire du monde de la montagne et accompagne son économie en favorisant la diffusion de ses produits à l'ensemble du marché européen. Mais au-delà de cette dimension locale, **la rencontre entre les deux partenaires a fait émerger de nombreux points de convergence**, qui vont au-delà d'un imaginaire commun autour de la montagne et du froid. Il s'agit d'une culture, de valeurs et d'engagements que l'on retrouve à la fois dans l'ADN de STEF et dans la pratique des sports d'hiver, et qui résonnent avec la façon dont le Groupe s'engage vis à vis des enjeux sociétaux et environnementaux de notre époque.



Une culture et des valeurs communes

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

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

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

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

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

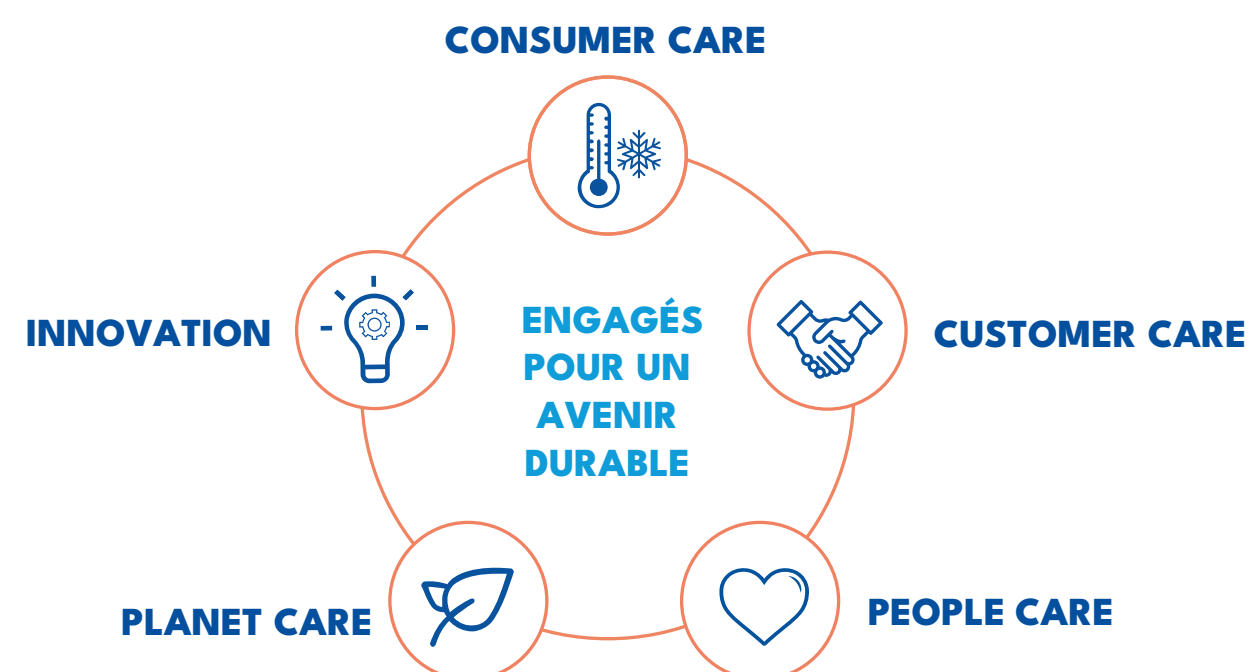
LA PERFORMANCE, un enjeu majeur qui, dans un sport comme le biathlon et dans une entreprise comme STEF, est intimement lié au goût du challenge, donc à la nécessité de créer un environnement favorable à la prise d'initiatives et à l'audace mais aussi à la persévérance, à l'effort et à une recherche constante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



Une résonnance avec le plan stratégique de STEF

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

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



Des relations renforcées avec les acteurs de la montagne

Grâce à son partenariat avec l'Équipe de France de biathlon, STEF se dote d'une plateforme de conversation exceptionnelle avec les acteurs de la montagne : producteurs, industriels, distributeurs, grossistes, détaillants et restaurateurs.

La montagne est un terrain de jeu important pour STEF à la fois en raison des défis logistiques spécifiques à ce type d'environnement, mais également de la richesse de son terroir avec des produits alimentaires appréciés des Français et des Européens.



PRÉSENCE DE STEF DANS LES ALPES

Avec des entrepôts et plateformes à Chambéry, Grenoble, Gap et Annemasse, STEF couvre l'ensemble des besoins du transport et logistique alimentaire de l'arc alpin. En cela, le Groupe répond aux besoins des acteurs de l'industrie agro-alimentaire mais également de la distribution en grandes et moyennes surfaces et de la restauration en participant à leur développement. Pour cela, STEF a développé une expertise spécifique liée à ce territoire avec la livraison en station de ski et la prise en compte de la forte saisonnalité dans la gestion des volumes de marchandises. Sa filiale de Chambéry, qui est l'une des plus importantes du Groupe, s'est placée depuis longtemps en figure de proue des expérimentations et actions concrètes pour réduire l'impact de ses activités sur la planète, en utilisant des véhicules roulant aux carburants alternatifs (bio-carburants, bio GNV) ou produisant du froid grâce à des systèmes cryogéniques vertueux.

Une volonté partagée de protéger l'hiver

La maîtrise de l'impact de ses activités sur l'environnement est un enjeu majeur pour le Groupe STEF. Grâce à la formalisation de sa démarche climat, le Groupe a accéléré ses investissements pour un transport et une logistique plus respectueux de l'environnement. Cet enjeu de protection de la planète, STEF le partage avec la Fédération Française de Ski et l'Équipe de France de biathlon, qui viennent de lancer leur fond de dotation, Eskisse, pour agir en faveur d'une montagne durable par la réduction des impacts et la protection du milieu.

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



LA DÉMARCHE MOVING GREEN

Afin d'accélérer ses engagements environnementaux, STEF a défini une feuille de route, appelée Moving Green, autour d'une grande ambition « parvenir à une mobilité durable et un froid plus responsable » et de **quatre objectifs** :

- réduire de 30 % les émissions de gaz à effet de serre de ses véhicules d'ici 2030 ;
- consommer 100 % d'énergies bas carbone pour ses bâtiments ;
- intégrer ses sous-traitants dans sa démarche d'engagement ;
- faire de chaque collaborateur un acteur de la réduction de l'empreinte carbone dans sa vie professionnelle et personnelle.

Un récit commun sur la mixité

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

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



MIX'UP

PROGRAMME ÉGALITE PROFESSIONNELLE

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

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

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

Le Groupe bénéficie dans ce cadre d'une visibilité sur l'ensemble des carabines des athlètes de l'Équipe de France de biathlon féminine et masculine et les jumelles des entraîneurs de tir. Mais STEF a souhaité aller plus loin pour donner plus d'impact et de sens à sa présence aux côtés du biathlon français. Cette volonté s'est traduite par la création et le déploiement d'une campagne de mobilisation en faveur de l'hiver, mise en place avec la complicité du staff et des athlètes de l'Équipe de France de biathlon. Pour définir cette campagne, STEF a voulu interroger et comprendre le rapport que les Français et les Françaises entretenaient avec l'hiver. Résultat : saison souvent qualifiée de « sombre » et d'« interminable », l'hiver pèse sur le moral notamment de celles et ceux dont la pratique sportive diminue pendant cette saison. Mais l'hiver est aussi synonyme de plaisir que les Français trouvent dans le réconfort de la gastronomie hivernale ainsi que dans les moments qu'ils prennent pour eux et pour passer du temps avec leurs proches.



«

Chez STEF, comme à la Fédération Française de Ski ou chez les athlètes, nous avons une préoccupation commune : l'impact du changement climatique sur les sports d'hiver, mais aussi sur l'écosystème global de la montagne et sur l'ensemble du monde alimentaire dont STEF est le partenaire quotidien. De nos échanges est née l'idée de mobiliser les Français en faveur de l'hiver avec la conviction que plus on aimera cette saison, plus on aura envie collectivement de s'investir contre le changement climatique qui l'affecte. Pour cela, l'enjeu est double. Il faut nourrir le lien qu'ont les Français avec les plaisirs de l'hiver, et les aider à se sentir bien pendant cette saison, notamment grâce au maintien d'une activité physique régulière qui joue positivement sur le bien-être. »

Céline Audibert,

Directrice de la communication du Groupe STEF

L'hiver, la saison la moins aimée des Français

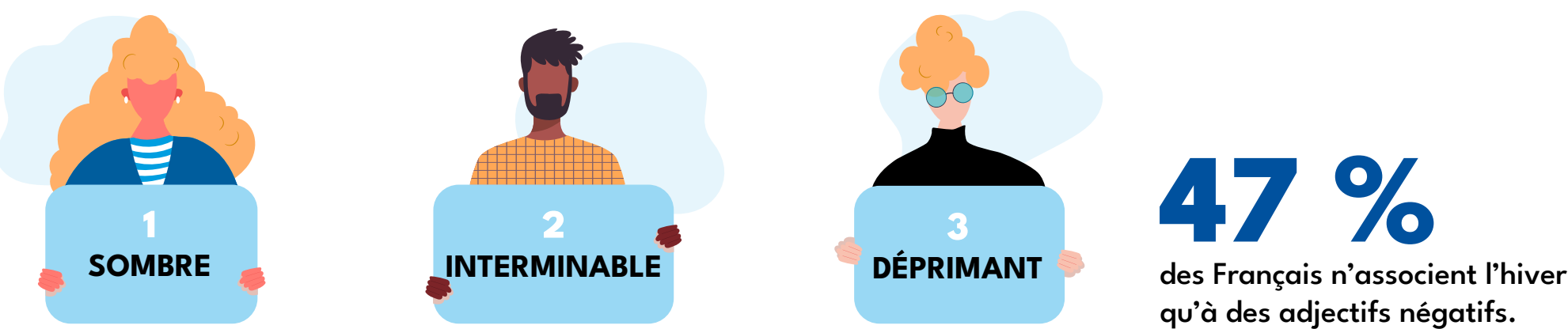
En 2023, STEF a mandaté Kantar pour réaliser un état des lieux de la relation qu'entretiennent les Français avec l'hiver. Cette étude a également permis d'identifier des moyens d'action visant à faire aimer davantage cette saison et ses particularités.

L'étude a révélé un certain désamour de cette période de l'année. En effet, pour 2 personnes interrogées sur 3, l'hiver est la saison la moins appréciée, loin derrière le printemps qui arrive en tête. Ce constat est partagé peu importe le genre, la région où l'on vit et la catégorie socio-professionnelle même si les jeunes sont un peu plus indulgents avec l'hiver. Principalement qualifié de « sombre », d'« interminable » et de « déprimant », près d'un Français sur deux n'associe l'hiver qu'à des adjectifs négatifs. Cela pèse sur leur niveau de bien-être. C'est également au cours de l'hiver que les Français ont une prise de conscience plus importante de l'impact du changement climatique sur cette saison.

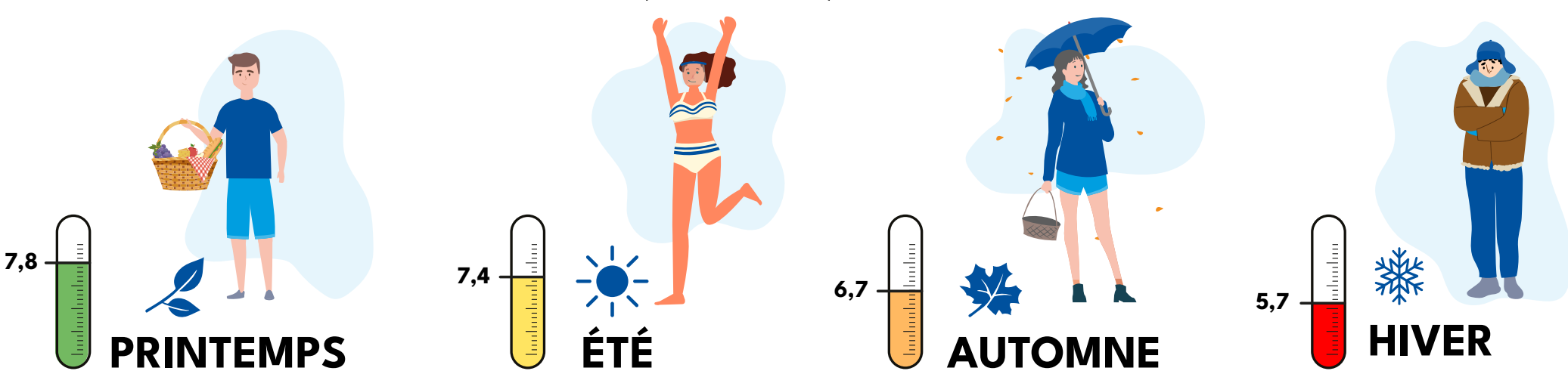
L'hiver, la saison la moins aimée des Français



Qualificatifs principaux

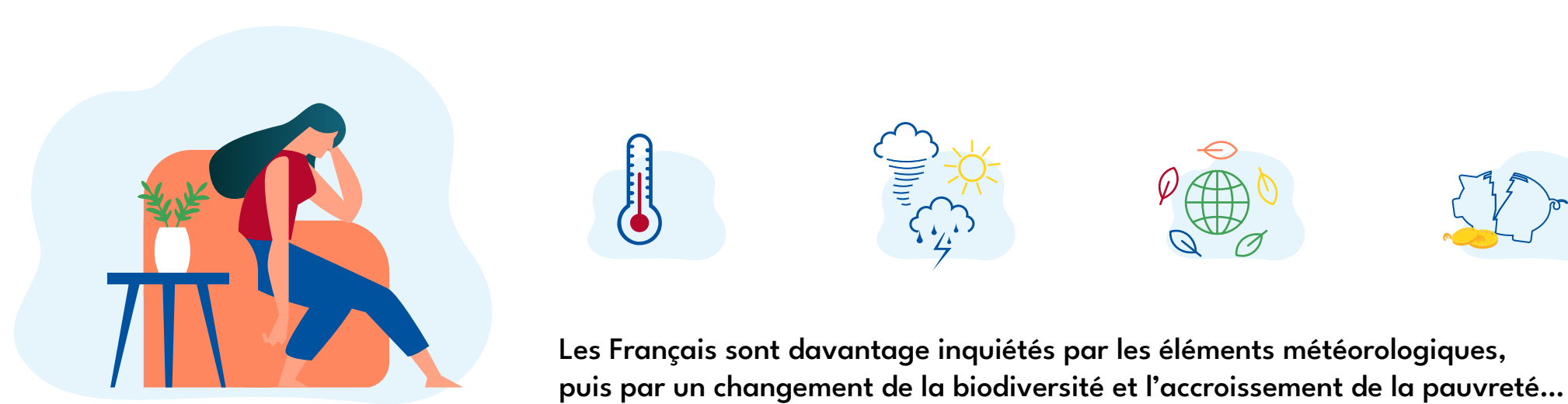


Niveau de bien-être saisonnier (de 1 à 10)



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

Une prise de conscience de l'impact du changement climatique sur l'hiver



Les plaisirs de l'hiver

Cependant, le tableau n'est pas si sombre, puisque les Français trouvent à la fois gourmandise et réconfort dans la gastronomie hivernale, qu'ils seraient bien déçus de perdre si l'hiver venait à disparaître. Et on les comprend ! Saison des raclettes et autres plats de nos montagnes, du chocolat chaud et des repas des fêtes de fin d'année, l'hiver est synonyme de plaisirs gustatifs.

Des produits que STEF contribue à rendre accessibles aux consommateurs en travaillant quotidiennement main dans la main avec les producteurs, les distributeurs et les restaurateurs. L'accès à la diversité et au plaisir alimentaire pour tous est au cœur de la raison d'être de STEF.

84 %

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



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



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

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



39 %

Prendre du temps pour soi.



36 %

Améliorer la qualité de son sommeil.



35 %

Rire plus, être plus positif et plus zen.

Les Français souhaitent également profiter de l'hiver pour partager plus de temps avec les gens qu'ils aiment, mais aussi pour prendre du temps pour eux, pour améliorer la qualité de leur sommeil et pour être plus zen. Leurs loisirs évoluent également avec moins d'activité à l'extérieur. Ils augmentent leur temps d'écran et sont notamment plus nombreux à regarder le sport. Certainement grâce aux exploits du biathlon français qui rythme le calendrier sportif de fin novembre à mi-mars !



Augmentation du temps d'écran pour regarder le sport

L'activité physique la solution pour aimer l'hiver

Les effets négatifs de l'hiver sur le moral sont renforcés par une pratique sportive moins régulière, qui joue sur notre niveau de bien-être.

36 % des sondés estiment que l'hiver n'est pas une saison propice à faire davantage de sport, et un tiers des sportifs réduisent leurs activités physiques en hiver. Or, plus on fait de sport plus on se sent bien, peu importe la saison. On remarque d'ailleurs que les Français qui continuent de faire du sport voire qui augmentent leur activité malgré la chute des températures ont un niveau de bien-être supérieur à ceux qui en font moins ou qui n'en font pas. L'activité physique et le sport semblent donc être une solution idéale pour faire aimer l'hiver !



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

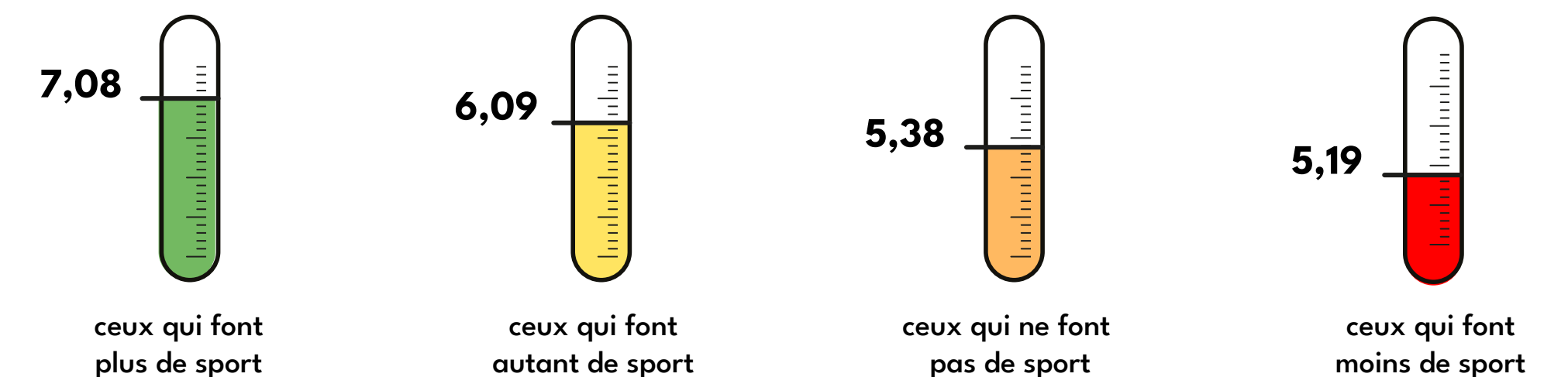
Un impact réel sur le quotidien des Français et des Françaises



36 %

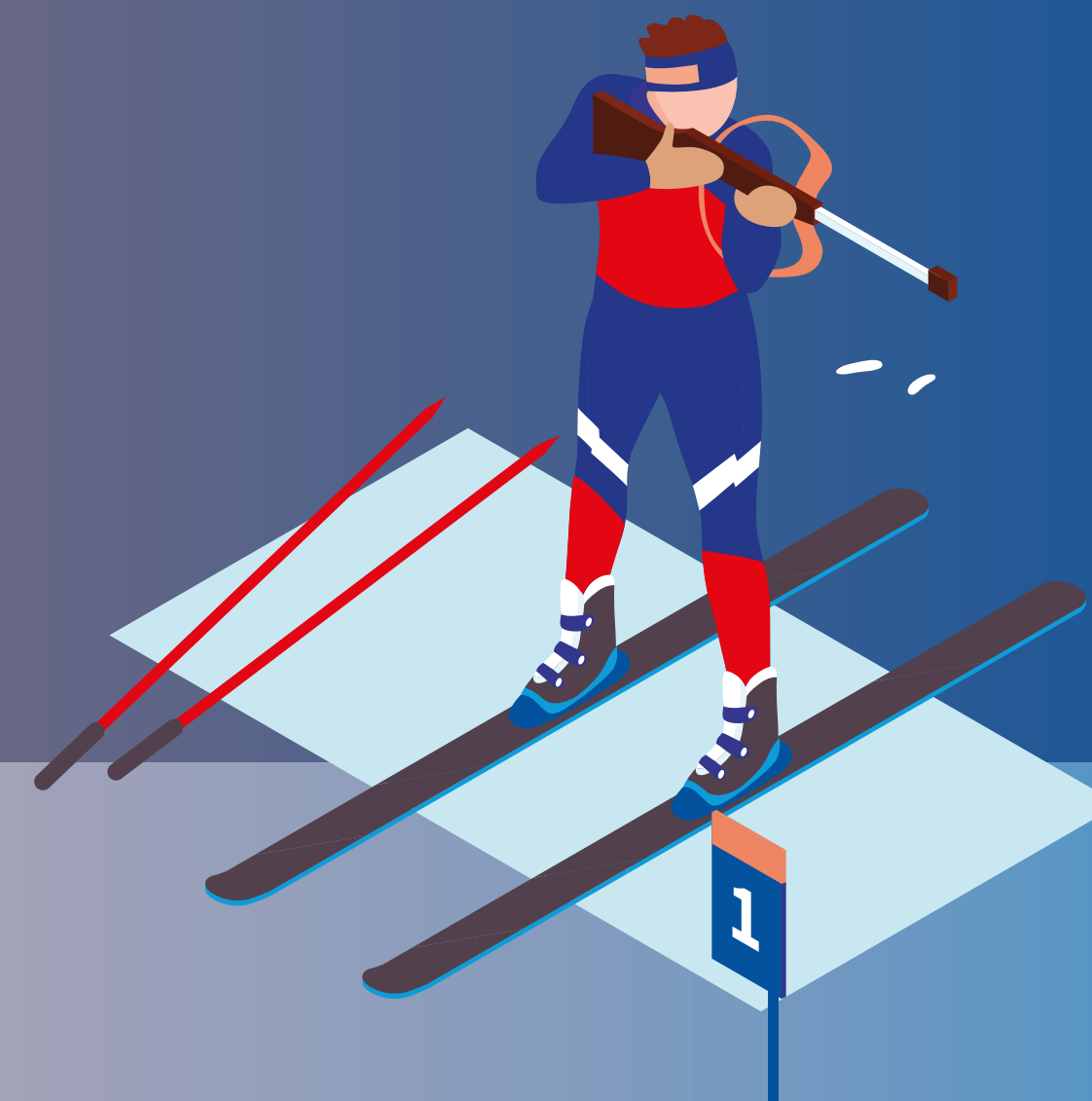
Estiment que l'hiver n'est pas une saison propice à faire davantage de sport, un tiers des sportifs font moins de sport en hiver.

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



3

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



LA CAMPAGNE D'ENGAGEMENT CRÉÉE PAR STEF POUR FAIRE AIMER L'HIVER SE DÉPLOIE SOUS LA FORME D'ANIMATIONS ET D'ACTIONS DE COMMUNICATION.



Après avoir lancé une première séquence autour des plaisirs de l'hiver lors de la saison 2023-2024, STEF va plus loin en créant un club sur l'application sportive Strava™. Avec le STEF Sports Club, ouvert à tous et à toutes, et quelle que soit sa pratique sportive, STEF a un double objectif. Il est une plateforme de conversation pour **inspirer les Français à tirer le meilleur parti de l'hiver** avec une ligne éditoriale autour des plaisirs de l'hiver créée conjointement avec les biathlètes français et les collaborateurs et collaboratrices de STEF. Il est également une plateforme d'engagement qui **invite ses membres à maintenir et développer leurs activités physiques en hiver**. Pour cela, STEF s'engage à les accompagner dans leur pratique sportive avec une promesse de bouger et de se dépasser pour soi, pour les autres et pour la planète grâce à 4 défis sportifs solidaires.

Des défis sportifs pour soi, pour les autres, pour la planète

Pour aider les Français à maintenir leur activité physique et à augmenter leur niveau de bien-être pendant l'hiver, STEF propose chaque mois un défi sportif, accessible via le STEF Sports Club. Convaincu que la solidarité est une source de motivation supplémentaire, STEF lie ses défis au soutien d'associations.

À chaque mois son défi et son association

DÉCEMBRE 2024

Du 1^{er} au 31 décembre, partagez au moins une activité de 30 minutes sur le STEF Sports Club pour soutenir l'intégration professionnelle des personnes en situation de handicap avec l'association arpejeh. STEF et arpejeh travaillent ensemble au quotidien pour favoriser l'intégration de collaborateurs et collaboratrices en situation de handicap au sein de l'entreprise.

54 % des personnes en situation de handicap pratiquent un sport

7,65 % est le taux d'emploi de personnes en situation de handicap chez STEF en France



LE GRAND-BORNAND

Aux côtés d'arpejeh, STEF invite 20 jeunes en situation de handicap à découvrir la montagne et le biathlon à l'occasion de l'étape de Coupe du Monde d'Annecy — Le Grand-Bornand en présence de Delphyne Burlet, médaillée Olympique en relais aux Jeux de Lillehammer en 1994.

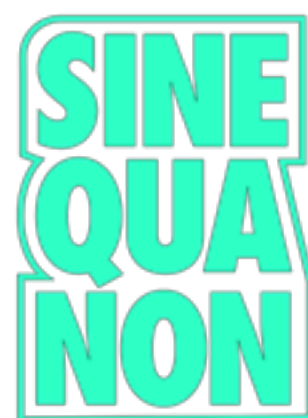
Des défis sportifs pour soi, pour les autres, pour la planète

JANVIER 2025

Du 1^{er} au 31 janvier, partagez une activité physique de nuit, entre 17h et 9h, et en extérieur sur le STEF Sports Club. Ces activités seront transformées en sessions de running nocturne pour favoriser la pratique du sport par les femmes à la tombée de la nuit avec l'association Sine Qua Non. Un engagement important pour STEF qui agit en faveur de l'égalité femmes-hommes au travers de son programme MIX'UP.

1 runneur sur 2 est une runneuse

92 % des femmes se sentent inquiètes pour leur sécurité en courant, sentiment renforcé en hiver



Plus d'information
sur Sine Qua Non



FÉVRIER 2025

Du 12 au 23 février, à l'occasion des Championnats du monde de biathlon à Lenzerheide (Suisse), plus grand rendez-vous sportif de la saison, le défi mensuel se transformera en grand challenge au profit de l'association Mountain Riders. Le challenge consiste à réaliser une activité sportive en groupe qui sera transformée en don à destination de l'association, afin de financer des opérations de ramassage des déchets.

18 tonnes de déchets sauvages ramassées
par Mountain Riders en 2024



Plus d'information
sur Mountain Riders



MARS 2025

Du 1^{er} au 31 mars, partagez au moins une activité de 30 minutes sur le STEF Sports Club pour la transformer en repas pour les Restos du Cœur. Engagé depuis 2011 auprès de l'association, STEF lancera son défi de mars en parallèle de la collecte nationale des Restos du Cœur les 7, 8 et 9 mars 2025.

1,3 million bénéficiaires
des Restos du Cœurs (2023-2024)

163 millions de repas distribués (2023-2024)

1 400 palettes de marchandises
depuis 210 magasins transportées par STEF
dans le cadre de la grande collecte



Plus d'information
sur les Restos du Cœur



Des inspirations autour des plaisirs de l'hiver

En complément de ces défis sportifs, STEF s'appuie sur le STEF Sports Club pour contribuer à raviver la flamme entre les Français et l'hiver avec pour mot d'ordre « **Ensemble, partageons les plaisirs de l'hiver** ».

Cela se traduit par le partage d'inspirations autour de quatre thèmes :

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

Les contenus ont été réalisés avec les biathlètes de l'Équipe de France et leur staff qui ont partagé un peu de leur intimité et de leur quotidien, pour inspirer la communauté du club. On découvre notamment leurs plats préférés, leurs astuces pour rester motivés, leur playlist, leur film de Noël et bien d'autres surprises !



LES WORKSHOPS

En juillet dernier, une vingtaine de collaborateurs et collaboratrices du groupe STEF ont pu participer, à Lyon et à Paris, à des ateliers créatifs pour explorer les plaisirs de l'hiver et les matérialiser à travers un travail artistique. Ces sessions se sont déroulées en deux parties : un temps de réflexion et d'échanges sur le biathlon et les thématiques de la campagne, avant de retranscrire visuellement les conseils et plaisirs de l'hiver sur une fresque aux couleurs de STEF. Des éléments que vous pourrez retrouver tout au long de l'hiver en rejoignant le STEF Sports Club sur Strava.





Contact Presse
SPORT MARKET

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

Eloane Roche
eroche@sportmarket.fr
06 37 87 90 27