

Rapport
annuel
2020/21

Inventer une supply chain durable

FM»LOGISTIC





Au service d'une consommation plus responsable

SOMMAIRE



- 04 FM LOGISTIC**
04 Profil
06 Chiffres-clés
08 Coup d'œil
sur nos marchés
10 Gouvernance
12 Editorial de
Jean-Christophe
Machet



- 14 L'ACTIVITÉ DES PAYS**
Les faits marquants à
retenir pour l'exercice
2020/21



- 20 OMNISCANAL**
Inventer une
supply chain agile



- 25 LOGISTIQUE
URBAINE**
Inventer des circuits
plus vertueux



- 28 RESSOURCES
HUMAINES**
Inventer un
management
différenciant



- 33 DÉVELOPPEMENT
DURABLE**
Inventer une
logistique
responsable



- 39 TABLEAUX
DE RÉSULTATS**

14

PAYS, sur 3 continents :
l'Europe, l'Asie et
l'Amérique latine

1,4

MILLIARD D'EUROS DE
CHIFFRE D'AFFAIRES,
dans des secteurs
allant de l'alimentaire
à la santé

27 200

COLLABORATEURS
engagés au service
des clients

14

PLATEFORMES
LOGISTIQUES
Leed®* OU HQE**

* Leadership in Energy
and Environmental
Design

**Haute qualité
environnementale

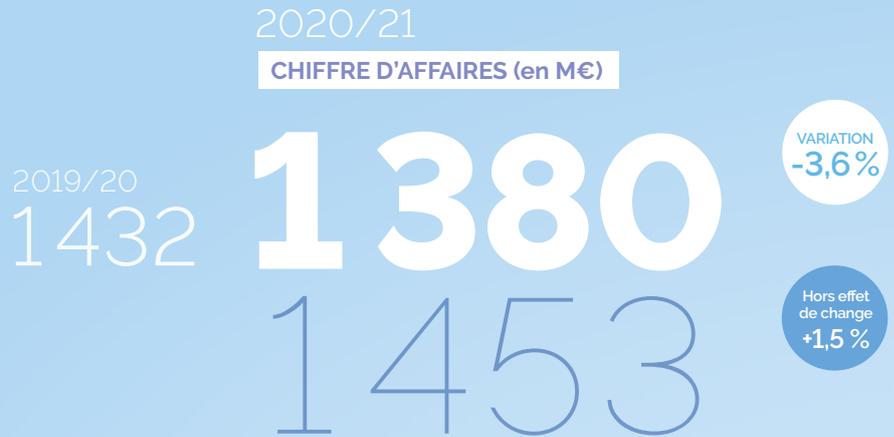




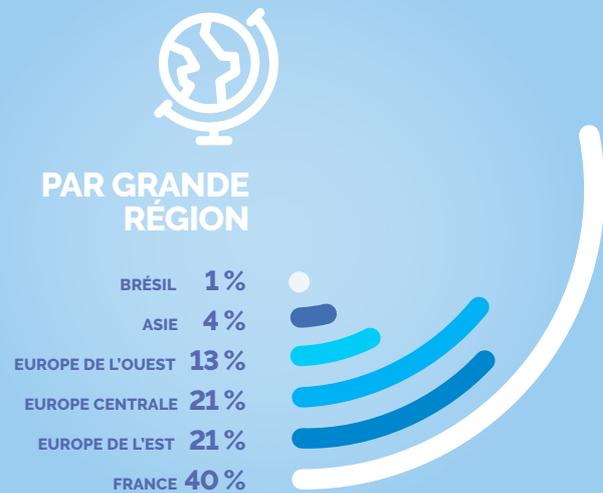
Acteur majeur de la supply chain actif en Europe, en Asie et en Amérique latine, FM Logistic contribue à rendre les chaînes d'approvisionnement robustes, agiles et durables, au service d'une consommation responsable. Très présente dans les secteurs de la distribution et de la grande consommation, elle propose des solutions de supply chain et de transport intégrées pour optimiser les stratégies omnicanales et e-commerce de ses clients. FM Logistic se développe en outre sur le marché de la logistique urbaine et conçoit des services sur mesure pour les nouveaux usages de consommation, comme le vrac, la réutilisation des emballages et les points de retrait des achats en ligne. FM Logistic investit, depuis 1967, dans la sécurité et le bien-être de ses 27 200 collaborateurs.

Son statut d'entreprise familiale indépendante lui permet d'avoir une vision à long terme et une grande maîtrise de décision pour son développement. De nombreuses entreprises, leaders dans leur secteur, ont confiance en sa démarche et en sa capacité à s'engager à leurs côtés.

DONNÉES FINANCIÈRES PRINCIPALES



RÉPARTITION DU CHIFFRE D'AFFAIRES



NOUVEAUX CONTRATS



2020/21

EBIT (en M€)

2019/20
42,5

38,8

41,8

VARIATION
-8,7%

Hors effet
de change
-1,6%



PAR
ACTIVITÉ

CO-PACKING 10 %
TRANSPORT 36 %
ENTREPOSAGE ET
MANUTENTION 54 %



PAR
SECTEUR

SANTÉ 3 %
PARFUMS ET COSMÉTIQUES 7 %
INDUSTRIE 19 %
DISTRIBUTION 28 %
FMCG 43 %

EFFECTIFS



2019/20
27 500

Nombre d'ETP moyen sur
l'exercice, temporaires inclus

27 200

VARIATION
-1,2%

57 % hommes / 43 % femmes



Coup d'œil sur nos marchés

FM Logistic réalise 60 % de son chiffre d'affaires hors de France. 83 nationalités sont représentées parmi les 27 200 collaborateurs. Cela en fait un groupe à la fois international et local, diversifié et uni autour d'une stratégie et d'exigences communes. L'activité est toujours en mouvement dans nos 14 pays d'implantation.

Roumanie

5 ANS

DE RECONDUCTION D'UN
CONTRAT AVEC UN GÉANT
DE L'AGROALIMENTAIRE

Brésil

400

POINTS DE
VENTE À SÃO PAULO
LIVRÉS RÉGULIÈREMENT
POUR LE GÉANT DES
PRODUITS DE BEAUTÉ
ET D'ENTRETIEN DE LA
MAISON HENKEL

SÃO PAULO

France

548 M€

DE CHIFFRE D'AFFAIRES
ET 60 M€ DE CONTRATS
SIGNÉS

Europe centrale

6 000

PHARMACIES
ET 500 HÔPITAUX POLONAIS
LIVRÉS RÉGULIÈREMENT
EN MÉDICAMENTS ET MATÉRIEL
MÉDICAL

Ukraine

100%

D'AUGMENTATION
DES VOLUMES
E-COMMERCE

Russie

34%

DE CROISSANCE
DE L'ACTIVITÉ DE
TRANSPORT PAR
LOTS PARTIELS (LTL)

Chine

2

NOUVEAUX
CENTRES DE
DISTRIBUTION
URBAINE À
SHANGHAI ET
GUANGZHOU

Vietnam

21 000 M²

DE SURFACE
D'ENTREPOSAGE
MIS EN SERVICE
À BẮC NINH

Italie

50

CLIENTS POUR
LE RÉSEAU DE DISTRIBUTION
URBAINE BEVERETE
NETWORK FORMÉ EN
JANVIER 2021 PAR
CITYLOGIN

Inde

4

CONTRATS
MAJEURS AVEC DE
GRANDS ACTEURS
DU E-COMMERCE

Espagne

11

VILLES DESSERVIES
ET 330 VÉHICULES FIN
MARS 2021 : CITYLOGIN
MUSCLE SON RÉSEAU
DE LOGISTIQUE URBAINE

Le conseil d'administration de FM Logistic

Les choix d'organisation et la validation de la stratégie



Jean-Claude Michel, président, administrateur indépendant

FM Logistic a tenu le choc. Et même réalisé une bonne année vu les circonstances. Cela valide le choix stratégique d'axer son développement sur les produits de grande consommation – alimentaires notamment –, secteur dont on a pu mesurer l'importance et la résilience ces derniers mois. Nos collaborateurs ont fait le reste : individuellement et collectivement, ils ont accompli des prodiges. Confrontés à des situations difficiles, mais solides et confiants en leur entreprise, ils ont montré une capacité d'adaptation qui force l'admiration. Riche de ses hommes et femmes, le Groupe l'est aussi de son indépendance, qui lui donne la latitude de choisir sa voie. Dans un environnement perturbé, son modèle reste robuste. Là où nous avons la main, il nous revient d'assumer des choix forts pour continuer de développer l'entreprise et sa singularité. 




Claude Faure
Cofondateur
de FM Logistic




Marie-Laure Faure
Administratrice
familiale




Gilles Faure
Administrateur
familial




Olivier Faure
Administrateur
familial




Régis Bello
Administrateur
indépendant




Vincent Mercier
Administrateur
indépendant




Monique Zomeno
Administratrice
indépendante

Le comité exécutif de FM Logistic

La conduite de la stratégie et du changement




Jean-Christophe Machet
Président
de FM Logistic




Daniel Ciz
Directeur
financier




Cécile Cloarec
Directrice ressources
humaines, communication
et développement durable




Béatrice Ogée
Directrice commerciale
et marketing




Xavier Prévost
Directeur business
solutions et systèmes
d'information




Yannick Buisson
Directeur général
Europe de l'Ouest et
Europe centrale




Stéphane Descarpentries
Directeur Asie
et projets
stratégiques




Christophe Ménivard
Directeur général
Europe de l'Est



Apporter à nos clients le maximum de valeur



Confronté à un exercice tout à fait atypique en 2020/21, FM Logistic est parvenue à consolider son activité, tout en proposant de nouveaux services pour favoriser l'émergence d'une supply chain durable.

Comment jugez-vous la performance de FM Logistic en 2020/21 ?

Sur le plan financier, nous avons plus que résisté. Après le coup de frein d'avril à juin 2020, l'activité a rebondi après l'été. Nous avons ainsi comblé le retard subi au 1^{er} trimestre fiscal et terminons l'exercice avec une croissance de notre chiffre d'affaires de 1,5 % à taux de change comparables. L'EBIT se maintient au niveau de l'exercice précédent. La réduction volontariste des charges fixes et de structure a permis de compenser les surcoûts liés au traitement de la crise sanitaire. Cette solidité tient à deux choses. D'abord, à l'engagement constant de nos équipes. Elles ont tout fait pour remplir leur mission et je leur exprime ma profonde gratitude. Ensuite, à notre positionnement sectoriel qui fait la part belle à la distribution, qu'elle soit générale ou spécialisée, et aux produits de consommation.

L'activité commerciale a-t-elle souffert du ralentissement économique ?

Au contraire, et c'est une autre raison de la bonne tenue de nos résultats, nous signons une très belle année, avec 207 millions d'euros de nouveaux contrats remportés, en hausse de 38 %. De nouveaux clients nous rejoignent, comme Shiseido en France, la plateforme e-commerce d'ameublement Pepperfry en Inde ou la centrale d'achat VinShop au Vietnam. Au-delà de ces dossiers, de nombreux clients nous ont renouvelé leur confiance. Là encore, nos collaborateurs peuvent être fiers.

Vous définissiez l'an dernier la supply chain omnicanale comme l'une de vos priorités : où en êtes-vous ?

Le commerce se réinvente, et nous facilitons cette transition. La crise sanitaire a prouvé la nécessité de conjuguer plusieurs canaux de vente, ce qui conforte notre vision

stratégique. L'essor du e-commerce a permis d'amortir le choc économique. Le chiffre d'affaires en ligne de nos clients a souvent progressé de 50 à 100 %. Résultat : la moitié des contrats signés par FM Logistic au cours des six derniers mois sont liés à la distribution omnicanale. Sephora et Yves Rocher, en Italie, sont deux exemples, parmi d'autres.

La logistique urbaine fait-elle toujours partie des axes de développement ?

Absolument. Tirée par l'essor des achats sur Internet, elle croît de 8 à 10 % par an. En Europe, un citoyen sur 10

« Nous signons une très belle année, avec 207 millions d'euros de nouveaux contrats remportés, en hausse de 38 %. »

reçoit un colis par jour. Quand on sait que 60 % des Parisiens font des courses alimentaires en ligne, on mesure l'ampleur des défis à relever pour satisfaire les consommateurs, tout en veillant au cadre de vie. L'Espagne, la France et l'Italie sont les pays dans lesquels nous avançons le plus. Il faut se montrer souple et inventif car les problématiques – réglementaires, foncières, environnementales – diffèrent d'un pays voire d'une ville à l'autre. Nous progressons sur trois axes majeurs pour nos clients : la mutualisation des stockages et des transports ; l'exploitation d'espaces fonciers existants au cœur des villes ; des entrepôts/hubs de proximité associés à une livraison moins polluante, avec notre offre Citylogin.

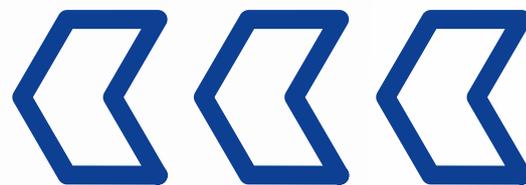
Quels sont vos autres chantiers de développement durable ?

Les initiatives se multiplient et les résultats sont là. Nous avons réduit de 17 % les émissions de CO₂ de nos plateformes entre 2018 et 2020. Cette année, nous nous sommes associés au projet novateur de l'enseigne Franprix en région parisienne, sur le segment neuf de la vente en vrac de produits de grandes marques.

Il faut encore citer le développement de notre projet de production d'hydrogène décarboné en France et en Espagne, ainsi que la signature par le Groupe d'un crédit à impact de 222 millions d'euros. Son taux d'intérêt est indexé sur la réalisation d'engagements sociaux et environnementaux. Face à la Covid-19, FM Foundation a poursuivi son travail de solidarité.




Jean-Christophe Machet
Président
de FM Logistic



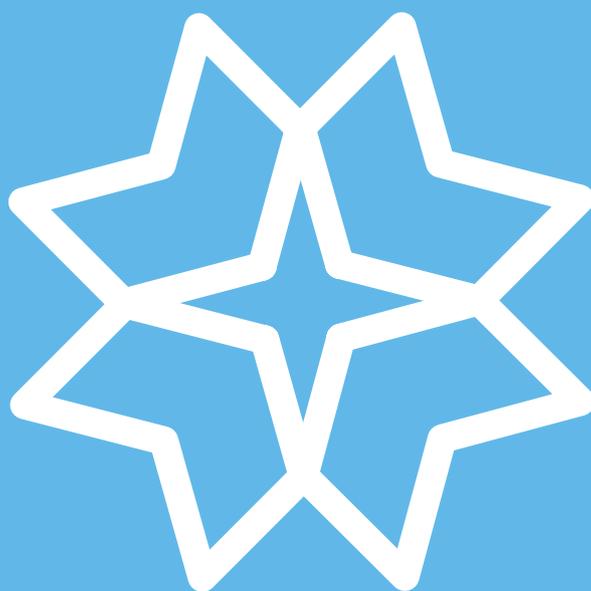
« La moitié des contrats signés par FM Logistic au cours des six derniers mois sont liés au commerce omnicanal. »

Dans quel état d'esprit abordez-vous l'exercice 2021/22 ?

Avec confiance et résolution, en agissant pour promouvoir une logistique responsable. FM Logistic a démontré sa capacité à résister par gros temps, ainsi que son ressort et son inventivité. Nos résultats doivent s'améliorer pour financer nos investissements et absorber les fluctuations d'activité.

Les circonstances ont souligné la place cruciale de la chaîne logistique dans la vie collective. Je considère que nous avons un rôle à jouer en mettant notre expertise au service de nos clients pour la rendre plus durable. Nos démarches d'intelligence collective se multiplient en ce sens. J'en suis convaincu, c'est en co-construisant avec nos clients que l'on peut leur apporter le maximum de valeur.

Soyons cette entreprise singulière qui donne du sens et fait tomber les barrières! ▶



L'ACTIVITÉ DES PAYS

Au service des clients

La force de FM Logistic réside dans sa capacité à combiner son expertise internationale et sa connaissance des marchés locaux. Son écoute des clients lui permet de proposer des solutions de supply chain adaptées, dans le respect des standards de qualité d'un grand groupe.



FRANCE

FM LOGISTIC SE RENFORCE DANS LE RETAIL OMNISCANAL

Mise en place de drive, gestion de « dark stores », solutions pour la logistique du vrac...

FM Logistic a multiplié les initiatives pour accompagner ses clients. Bilan : un chiffre d'affaires de 548 millions d'euros, une rentabilité en légère hausse et la création de 500 emplois.

Le logisticien a signé en 2020 un contrat majeur avec Shiseido, qui a choisi la plateforme d'Escrennes (Loiret) pour abriter un de ses grands centres de distribution, dédié à la région EMEA (Europe, Moyen-Orient, Afrique). Les volumes à traiter pour

le groupe cosmétique japonais ont requis la construction d'une extension de 50 000 m². Depuis cette année, FM Logistic assure la réception des produits venus du Japon, des États-Unis et de France, le dispatch des flux, la préparation de commandes et l'expédition vers les points de vente ou les clients sur Internet, en coordonnant pas moins de 18 transporteurs à l'échelle européenne. Une tour de contrôle supervise la gestion des flux et fournit une visibilité en temps réel sur les opérations de stockage et de transport. 200 personnes ont été recrutées et un programme

d'automatisation a été lancé. Il s'applique déjà à la personnalisation, au tri par destination et à l'expédition des colis. La seconde phase portera sur la préparation des commandes. Escrennes, qui accueille aussi Sephora, s'impose ainsi comme l'un des sites logistiques les plus avancés dans le secteur de la cosmétique. Ses certifications et son programme de production d'hydrogène vert en font également une plateforme de pointe pour le développement durable (cf. p. 36). Dans les villes, le boom du e-commerce alimentaire a soutenu l'activité. En région parisienne, FM Logistic effectue des livraisons à domicile pour *Carrefour Livré chez vous*. Pour Intermarché, le logisticien assure la préparation des commandes et la livraison, aux magasins ou aux particuliers, de 12 000 références. ♦



ROUMANIE

Nestlé renouvelle sa confiance à FM Logistic

5 ANS. C'est la durée du contrat d'entreposage, de co-packing et de transport reconduit avec Nestlé. De plus, FM Logistic a étendu son activité de transport pour le premier distributeur roumain et démarré des livraisons pour deux acteurs du FMCG, depuis son hub de Bacău. Le Groupe a aussi acquis de nouveaux clients tels que Bioderma, Douglas et Diageo. La logistique pour le groupe de spiritueux s'appuiera sur le site de Timisoara. ♦

UKRAINE

Des volumes e-commerce multipliés par 2

FM Logistic a réalisé un nouvel exercice bénéficiaire en Ukraine. Trois nouveaux clients lui ont confié leur logistique e-commerce. Résultat : FM Logistic a géré deux fois plus de commandes en ligne que lors de l'exercice précédent. Pour accompagner cette hausse, la plateforme de Dudarkiv, proche de l'aéroport Borispol de

Kiev, verra sa capacité passer de 43 000 à 60 000 m² en 2021. L'activité transport a, elle, séduit 100 nouveaux clients. Le transport de lots partiels (LTL) a vu ses volumes tripler en un an. FM Logistic a aussi réalisé plus de livraisons urbaines, notamment pour des clients des secteurs du textile et de la restauration. ♦

ITALIE

Plus de logistique urbaine avec Sephora

FM Logistic a redressé ses résultats et développé son activité auprès des marques de cosmétiques. Le contrat Sephora a été élargi pour englober, en amont de la livraison du dernier kilomètre, l'entreposage et la préparation de commandes pour les boutiques, les particuliers et l'export. Les flux e-commerce confiés par Yves Rocher ont augmenté. Citylogin s'est associée à deux logisticiens pour créer le réseau de distribution urbaine BeveRete Network, qui comprend 4 hubs, 35 centres de tri et 2 800 véhicules.

ESPAGNE

22 % de croissance grâce au e-commerce

FM Logistic a franchi la barre de 100 millions d'euros de chiffre d'affaires. Cette hausse, de 22 % sur un an, s'appuie sur l'essor du e-commerce et des livraisons à domicile, en particulier pour trois clients : le groupe textile Inditex, dont Zara est la marque phare, une grande enseigne de décoration et un leader du commerce en ligne. FM Logistic a doublé son activité de logistique urbaine et Citylogin existe désormais dans 11 villes espagnoles. Dans le secteur industriel, FM Logistic a démarré un projet pour le fabricant de lubrifiants pour moteurs Motul, déjà client dans d'autres pays.

EUROPE
CENTRALEFM LOGISTIC DÉCROCHE
25 NOUVEAUX CONTRATS

FM Logistic a poursuivi son développement commercial en Europe centrale (République tchèque, Hongrie, Pologne et Slovaquie) avec le gain de 25 nouveaux contrats et le renouvellement de 29 autres. Parmi les nouveaux clients, on trouve un géant du jouet, une grande marque de boissons gazeuses, une marque de snacks et un

leader mondial du matériel sanitaire. Côté renouvellements, il faut citer le contrat d'entreposage et de distribution pour le compte d'un grand fabricant polonais de produits de grande consommation. L'accord comprend le transport de marchandises depuis des usines du sud de la Pologne vers les commerces et grossistes polonais. Les volumes à transporter ont augmenté. Une autre extension de contrat porte sur le



En 2020/21
l'activité en Europe
centrale a mobilisé
5 500 collaborateurs
et 2 500 véhicules.

stockage et la distribution de superaliments produits par un spécialiste des compléments alimentaires. En République tchèque, FM Logistic est désormais partenaire d'une des principales enseignes de bricolage allemandes, pour de l'entreposage au service du e-commerce.

FM Logistic a aussi renforcé sa position dans la logistique des produits pharmaceutiques grâce à l'obtention, en juin 2020, de la certification de conformité aux bonnes pratiques de distribution (GDP) pour son site de Błonie, près de Varsovie. C'est la plus grande plateforme logistique pharmaceutique d'Europe centrale. FM Logistic livre des médicaments ou du matériel médical aux distributeurs pharmaceutiques polonais, ainsi qu'à 700 hôpitaux et 6 000 pharmacies.

Soutenir le développement commercial

FM Logistic s'agrandit. En février 2021, le Groupe a annoncé la construction d'un centre de distribution à Wiskitki, à 10 kilomètres du futur aéroport et hub intercontinental CPK, entre Varsovie et Łódź. Il s'ajoutera aux 17 entrepôts et aux 30 sites de cross-docking exploités en Europe centrale. Une expansion de 11 000 m² est en cours à Będzin. L'automatisation progresse aussi. FM Logistic utilise depuis peu un robot mobile collaboratif de type MIR500 pour une grande marque de décoration, en Pologne. Ce petit cobot charge, transporte et décharge des palettes de 500 kg sans assistance. ♦



17
ENTREPÔTS SONT EXPLOITÉS
EN EUROPE CENTRALE

45%

DU CHIFFRE D'AFFAIRES PROVIENT
DE L'ACTIVITÉ TRANSPORT

RUSSIE

HAUSSE DE 20 % DE L'ACTIVITÉ TRANSPORT

Déjà leader de l'entreposage en Russie, avec 890 000 m² de surface de stockage, FM Logistic développe son activité transport. Le chiffre d'affaires a progressé de 20 % durant l'exercice clos le 31 mars, pour atteindre 45 % du total. L'an dernier, l'entreprise a amélioré la traçabilité de ses expéditions, ouvert son vingtième site de cross docking, à Voronej, et augmenté la fréquence de ses rotations. Résultat, des délais de livraison réduits vers 20 destinations dans les régions du Sud, du Centre, de la Volga et de l'Oural, et une croissance de 34 % du transport par lots partiels (LTL). Autre nouveauté, des camions allongés font désormais la navette

entre Moscou et Saint-Petersbourg. D'une capacité de 41 palettes, contre 33 pour un semi-remorque standard, ils sont remplis à l'aller comme au retour. L'organisation de services de fret ferroviaire, en Russie et entre le Vietnam et l'Europe de l'Ouest, complète cette offre de transport. Leur chiffre d'affaires a crû de 25 % pendant l'exercice. Technicolor figure parmi les utilisateurs.

Dans le e-commerce, FM Logistic a doublé sa base de clients. « *Notre offre repose sur quatre piliers : la préparation de commande, l'agrégation des volumes de divers clients pour obtenir des conditions de livraison avantageuses, l'interface avec les places de marché et des services associés, comme*



FM Logistic a doublé sa base de clients dans la logistique du e-commerce.

la gestion des centres d'appel, » résume Christophe Menivard, directeur général Europe de l'Est. Palais des Thés, Greenway, l'enseigne de bricolage Obi et une marque française de luxe ont fait appel à FM Logistic pour les épauler dans leur stratégie omnicanale. Son expérience de logistique *in situ* chez une grande entreprise pétrolière a par ailleurs permis à FM Logistic d'obtenir un contrat d'entreposage à haute valeur ajoutée auprès de 3M, à Elektrougli. Enfin, un autre contrat notable porte sur l'élargissement de la coopération avec le distributeur Metro à Rostov, dans le sud de la Russie. Le site y assure la logistique de produits frais et ultra-frais, depuis décembre 2020. ♦

INDE

Envol du e-commerce sur fond de confinement

La pandémie a durement frappé l'économie indienne. FM Logistic a cependant démarré quatre grands contrats de logistique e-commerce. Le site marchand d'ameublement Pepperfry lui a confié sa logistique omnicanale dans l'ouest de l'Inde. À Delhi, FM Logistic gère les flux de produits d'épicerie pour deux géants du commerce en ligne. Un autre contrat, couvrant tout le pays, porte sur la logistique e-commerce d'une grande marque textile. En parallèle, le Groupe poursuit le développement de vastes entrepôts multiclients de classe A. En témoigne l'ouverture d'un nouveau site de 30 000 m² à Mumbai. ♦



CHINE

Rebond d'activité post confinement

Un groupe de distribution chinois a confié à FM Logistic l'exploitation d'une plateforme de 57 000 m² à Kunshan. FM Logistic a également démarré une activité de logistique omnicanale pour un fabricant de matériel de filtration d'eau. Elle a aussi développé son activité de transport longue distance pour une multinationale de l'agroalimentaire et ses services de livraison urbaine à Shanghai et Guangzhou.

BRÉSIL

Du plastique en moins pour l'environnement

9 tonnes de plastique économisées en 2020. C'est le résultat de la nouvelle méthode mise en place par FM Logistic à São Paulo pour stabiliser les colis sur les palettes. Aidée de la startup CGP Coating Innovation, elle a remplacé le film plastique utilisé jusqu'alors par un ruban élastique. Ce procédé sera étendu en 2021 aux sites de Santa Catarina et de Rio Grande do Sul. Gain attendu, 24 tonnes de plastique de moins.

VIETNAM

FM Logistic aide VinShop à faciliter le commerce

FM Logistic a remporté un contrat auprès de VinShop (One Mount Group), une centrale d'achat qui mise sur les nouvelles technologies pour simplifier la vie des petits commerces. La filiale de Vin Group a chargé FM Logistic de recevoir, d'entreposer, de préparer les commandes et d'assurer les

expéditions dans le nord du Vietnam. Ces opérations sont réalisées sur la plateforme de Bắc Ninh, à 20 kilomètres de Hanoï, ouverte en mai 2020. D'autre part, FM Logistic a développé son activité de transport, notamment pour le groupe alimentaire Uniben, et s'est dotée à cette fin d'un nouveau TMS (Transport Management System). ♦



OMNICHANAL

Inventer une supply chain agile

La crise sanitaire a stimulé le développement du e-commerce dans tous les secteurs. Proposer plusieurs canaux de vente aux consommateurs est désormais incontournable. Avec un maître mot : offrir une expérience client aussi fluide qu'agréable. Cela repose sur une supply chain intégrée. Rompue à l'exploitation de sites multiclients pour les distributeurs et industriels de la grande consommation, FM Logistic a une longueur d'avance.



70%

DU CHIFFRE D'AFFAIRES DE FM LOGISTIC
EST RÉALISÉ DANS LE SECTEUR DE LA
GRANDE CONSOMMATION

Maitriser la commande en ligne est devenu stratégique.

NOUVELLE DONNE

FM Logistic, un partenaire pour accélérer l'omnicanal

Depuis mars 2020, vendre des produits alors que les boutiques sont fermées est le défi imposé aux distributeurs et industriels. Beaucoup se sont convertis au *click & collect*, au *drive* ou à la livraison à domicile. Parallèlement, 40 % des Européens ont acheté en ligne pour la première fois durant les confinements¹. Qu'en restera-t-il ? De nombreux consommateurs ont définitivement basculé dans l'ère de l'omnicanalité. En 2021, les ventes en ligne devraient approcher 4 900 Md\$ dans le monde, selon l'institut Statista, et croître de 8 % par an entre 2020 et 2024.

Cette nouvelle donne exige des marques qu'elles combinent plusieurs canaux de distribution.

Elle induit également une forte volatilité des volumes durant la semaine ou à l'année.

Servir la promesse client

Pour répondre au besoin de chacun, FM Logistic mutualise les flux BtoB et BtoC, et continue à innover, tant pour la livraison que pour les nouveaux modes de retrait, en lançant des corners.

« *La logistique doit être entièrement repensée, analyse Xavier Prévost – Directeur business solutions et systèmes d'information –, depuis la part laissée aux marketplaces, la gestion des commandes, l'exploitation des données, jusqu'à l'optimisation des stocks.* » Sans oublier la dimension écoresponsable, qui compte de plus en plus pour les consommateurs. FM Logistic offre son expertise²

aux marques et les soutient dans le respect de leur promesse client. Pour réussir, l'entreprise conçoit des solutions *plug and play* destinées à l'approvisionnement des magasins ou aux particuliers.

Pensées et pilotées de manière globale par FM Logistic, ces solutions gagnent en flexibilité et en efficacité. L'entreprise conçoit et exploite ses propres entrepôts, pour une plus grande liberté d'organisation et d'investissement.

Et parce qu'elle est à la croisée des chemins, FM Logistic est bien placée pour favoriser les partenariats fabricants-distributeurs. Elle l'a encore prouvé en gagnant la confiance de Franprix, pour l'accompagner sur la logistique de la vente en vrac de produits de grandes marques en France. ▶

¹ Étude Alvarez & Marsal/Retail Economics, mai 2020

² 57 des 100 premiers clients de FM Logistic lui font confiance pour leur logistique omnicanale.

EXPERTISE

Commandes alimentaires : il faut faire vite et bien

41% des Français ont commandé des produits alimentaires sur internet en 2020 et 60 % ont utilisé davantage la livraison à domicile¹.

Cette accélération a bénéficié à FM Logistic, expert de la logistique alimentaire, qui représente près de la moitié de son chiffre d'affaires.

Manipuler les biens alimentaires requiert un soin particulier, des délais rapides et une température dirigée. Accompagnant ses clients et leurs stratégies,

le Groupe a diversifié son offre. Il prend en charge la logistique urbaine, en Île-de-France, pour deux enseignes de la grande distribution. FM Logistic réalise pour *Carrefour livré chez vous* des livraisons vers quelque 600 clients par jour, avec un recours croissant à une flotte roulant au gaz. Pour Intermarché, l'entreprise soutient le programme *Stardrive*. FM Logistic prépare les commandes en ligne des clients dans un entrepôt d'Ivry-sur-Seine et les livre à domicile ou dans un magasin de l'enseigne. ▶

¹Étude SprintProject, en partenariat avec DB Schenker, FM Logistic, GSI-France et Savoye, réalisée par OpinionWay, octobre 2020



PROXIMITÉ

100%

disponibles pour nos clients. Quel que soit le pays, Inde exceptée, tous les sites FM Logistic ont fonctionné en 2020. Boutiques fermées, retards aux frontières ou pics de commandes ? 7 jours/7, les équipes ont tout fait pour écouter et proposer ! À tous niveaux, visio-conférences, groupes Whatsapp et contacts directs ont maintenu un lien actif avec les clients du Groupe.



La logistique, un maillon essentiel pour la **satisfaction du client.**

ANIMALERIES

NOUVEAU CONTRAT POUR LA FRANCE

FM Logistic a signé un contrat de 5 ans avec Maxi Zoo France. L'enseigne d'animalerie lui a confié l'entreposage, le conditionnement et la préparation de commandes pour ses magasins et son site e-commerce. La plateforme logistique de Savigny-sur-Clairis (57 000 m²) a été choisie pour réaliser ces opérations. Maxi Zoo France compte plus de 210 points de vente. Elle fait partie de Fressnapf, leader européen du secteur.




Béatrice Ogée
Directrice commerciale
et marketing

ENTRETIEN

E-commerce : on s'occupe de tout !

De quoi se compose votre offre logistique e-commerce ?

Vendre ses produits en ligne est devenu crucial pour la plupart de nos clients. Une supply chain omnicanales efficace est donc à la fois un atout concurrentiel et une condition essentielle de la satisfaction du client. *FM Ready* est une solution clé en main développée par FM Logistic pour faciliter la logistique e-commerce. Elle se décline en quatre promesses :

- Ready 2 marketplace** : une connexion facile à toutes les places de marché ;
- Ready 2 fulfill** : une gestion optimisée des commandes, du packaging et des stocks ;
- Ready 2 to deliver** : une livraison urbaine ou longue distance ;
- Ready 2 support** : une large gamme de services de suivi de la commande et post-livraison (réclamations, gestion des retours).

Pourquoi choisir FM Logistic ?

L'ADN de FM Logistic réside dans la mutualisation des moyens au service de l'efficacité opérationnelle. Son business model unique de *One Roof* multimarque en entrepôt et de pooling en transport, est au cœur de la performance de la supply chain omnicanales. Regrouper en un même lieu les services pour un même client est source d'optimisation et d'économie. C'est aussi le cas quand on agrège dans les mêmes véhicules les livraisons de plusieurs clients d'un secteur. Nous avons d'autres atouts : une vision intégrée de la commande (du passage de l'ordre à l'éventuel retour), des inventaires en temps réel, des analyses personnalisées de la supply



23%

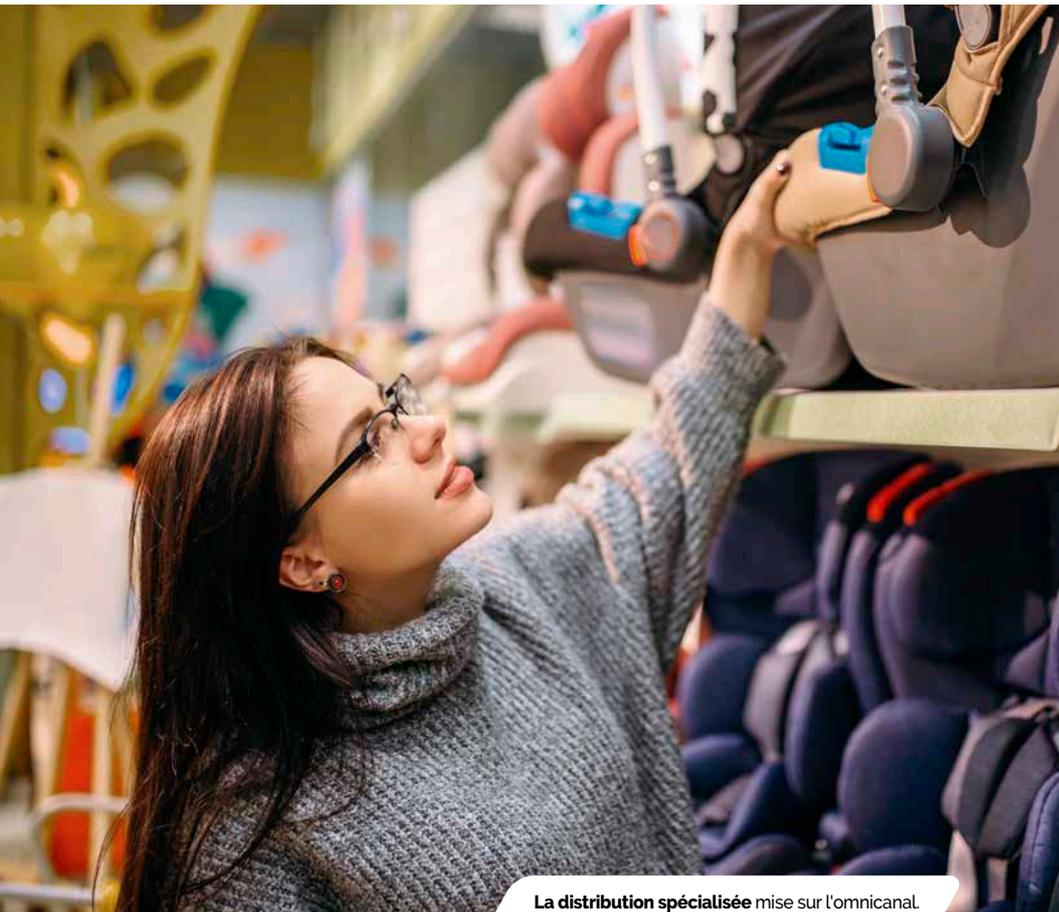
DES FRANÇAIS FONT AU MOINS UN ACHAT EN LIGNE PAR SEMAINE


UNE SUPPLY CHAIN OMNICAL EFFICIENTE EST UN ATOUT CONCURRENTIEL ET UN MUST DE LA SATISFACTION DU CLIENT. 

chain de nos clients grâce à nos outils de simulation. Nous offrons aussi l'assurance d'un packaging soigné et respectueux de l'environnement si le client en fait la demande et d'une logistique urbaine innovante (Citylog, corners...), que nous développons pour nos clients en Europe, ainsi qu'en Asie.

Quels sont vos clients les plus concernés ?

Nous avons développé l'omnicanalité chez la plupart de nos clients existants, que ce soit en retail, FMCG ou cosmétique. Nous sommes également maintenant partenaires de marketplaces et de nouveaux entrants, que ce soit en Asie, en Europe centrale ou en Europe de l'Ouest. ▶



La distribution spécialisée mise sur l'omnicanal.



PUÉRICULTURE

CONTRAT RENOUVELÉ AVEC UN RETAILER

Une enseigne européenne de puériculture a renouvelé son contrat avec FM Logistic. Il concerne la préparation des commandes e-commerce vers 14 pays, depuis le site logistique de Tuchoměřice, près de Prague. Poussettes, sièges et vêtements pour bébé y ont un espace dédié de 20 000 m². Le nombre de commandes peut atteindre 12 000/jour.

MULTIMODALITÉ

LA NOUVELLE ROUTE DE LA SOIE

Pour Technicolor, leader français de la technologie de l'image, FM Logistic réinvente la route de la soie. Expédiés de Chine et du Vietnam, les conteneurs de marchandises sont transportés en train jusqu'en Europe de l'Ouest via la Pologne. La liaison de 14 000 kilomètres est deux fois plus rapide que le transport maritime Chine-Europe et dessert de nombreux pays.

E-COMMERCE

Un contrat emblématique en Inde

Parmi les quatre gros contrats de logistique e-commerce signés en Inde pendant l'exercice figure l'une des principales plateformes de vente au détail du pays. Spécialisée dans les produits d'épicerie, l'entreprise indienne a confié à FM Logistic le traitement des commandes en ligne destinées aux *kirana stores*, ces petites supérettes typiques qui concentrent 90 % du commerce d'épicerie.

Le rôle de FM Logistic ? Entreposer les produits fournis par divers grands fabricants et préparer les commandes passées par les boutiques, dans sa plateforme

multi-clients de Bilaspur, située au sud-ouest de Delhi (10 000 m²).

Ce nouveau contrat a démarré en septembre 2020 et porte initialement sur environ 500 commandes quotidiennes (70 000 unités/jour), qui approvisionnent 2 500 magasins de la région de Delhi.

Mais ce sont à terme 25 000 points de vente qui seront desservis par FM Logistic, pour un total de quelque 3 300 commandes (500 000 unités)/jour.

Cette prestation d'envergure renforce le positionnement du Groupe comme acteur majeur de l'omnicanal en Inde et confirme sa diversification. ▀



À l'est de Delhi, FM Logistic fournit depuis 2020, à un leader du e-commerce, un service de gestion (stockage, manutention, etc.) pour les produits d'épicerie.



LOGISTIQUE URBAINE

Inventer des circuits plus vertueux

Stimulée par la croissance du e-commerce, la logistique urbaine pose des défis économiques, environnementaux et sociaux. Satisfaire les attentes des consommateurs tout en préservant le cadre de vie, c'est l'équation à résoudre. FM Logistic s'engage activement dans la conception de solutions durables fondées sur la coopération. Des initiatives collectives se mettent en place.

FLEXIBILITÉ

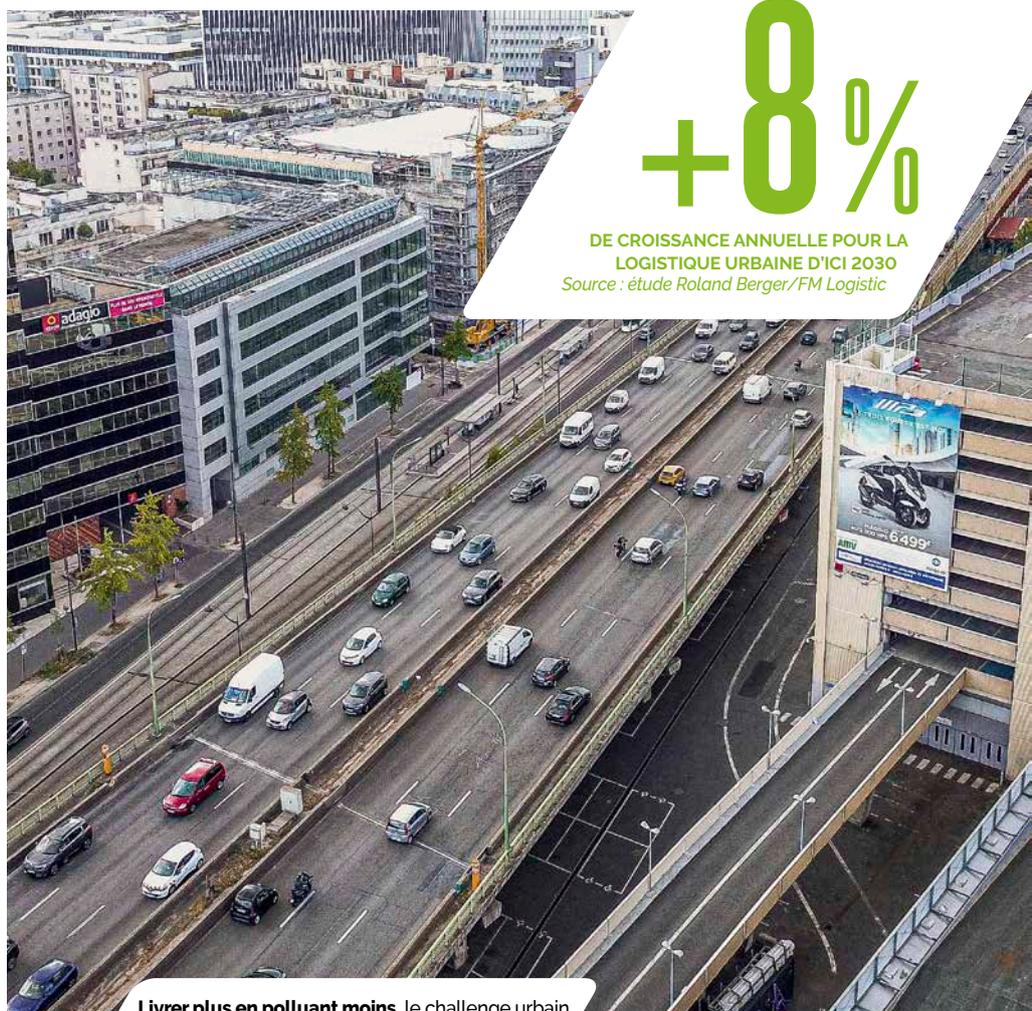
Exploiter les espaces urbains vacants

Pollution, embouteillages, bruit : les grandes villes sont menacées de saturation, alors que les volumes de livraison s'envolent. Or les agglomérations disposent de surfaces vacantes... Pour les utiliser, FM Logistic a proposé, avec la société foncière Novaxia, une idée innovante pour développer des solutions logistiques de proximité.

Le projet P.L.U.M.E. (Plateforme de logistique urbaine modulaire écoconçue) vise à offrir des services logistiques depuis ces locaux urbains temporairement disponibles. L'intérêt ? Rapprocher le stockage des consommateurs, pour offrir une distribution en centre-ville par des véhicules propres, un service « drive piéton », voire la collecte d'emballages recyclables. Le tout sans construire, en valorisant des espaces non utilisés, grâce notamment à des modules démontables, réutilisables sur d'autres sites.

Une offre adaptée aux produits de grande consommation

Un dispositif de même nature est en développement en Espagne, dans le cadre du projet européen LEAD. FM Logistic prévoit d'utiliser un parking vacant à Madrid à des fins logistiques. LEAD et P.L.U.M.E. répondent concrètement aux défis environnementaux de la logistique urbaine et aux aspirations à une consommation responsable. Ils intéressent à ce titre plusieurs



Livrer plus en polluant moins, le challenge urbain.



Le projet P.L.U.M.E. a été lauréat de l'appel à manifestation d'intérêt pour le fret et la logistique de la région Île-de-France en 2020.

acteurs, publics et privés, qui peuvent devenir parties prenantes de leur mise en œuvre.

Les clients des secteurs de l'alimentation et de la cosmétique sont les plus concernés. FM Logistic compte ainsi leur offrir différents services de proximité : stockage de produits (y compris

frais ou surgelés), conditionnement, distribution en centre-ville par véhicules propres, retrait des commandes en ligne de leurs clients, gestion des retours... Le logisticien proposera également à ses clients l'utilisation de contenants de livraison lavables et recyclables. ▀

CO₂

FM LOGISTIC VERDIT SA FLOTTE

La flotte de livraison de FM Logistic comprend une part croissante de véhicules à émissions faibles. 6 camions au gaz ont été acquis cette année en France et 4 commandés en Italie. L'Espagne s'est dotée de 75 véhicules électriques ou hybrides. Les premiers triporteurs électriques ont été introduits en Inde.

ÉTUDE FM LOGISTIC & ROLAND BERGER

PLAIDOYER POUR PLUS DE COOPÉRATION

Producteurs, distributeurs, logisticiens, collectivités urbaines, transporteurs publics et privés, consommateurs : optimiser les flux logistiques est un enjeu qui concerne de multiples acteurs. Comment faire ? Mutualiser davantage la logistique et mieux partager la ville, suggère par exemple l'étude *La logistique urbaine face aux défis économiques et environnementaux*, publiée par FM Logistic et le cabinet de conseil en stratégie Roland Berger. Mais aussi exploiter les ressources de la technologie, pour le suivi connecté des colis et le développement de véhicules propres.

RETRAIT DES COMMANDES

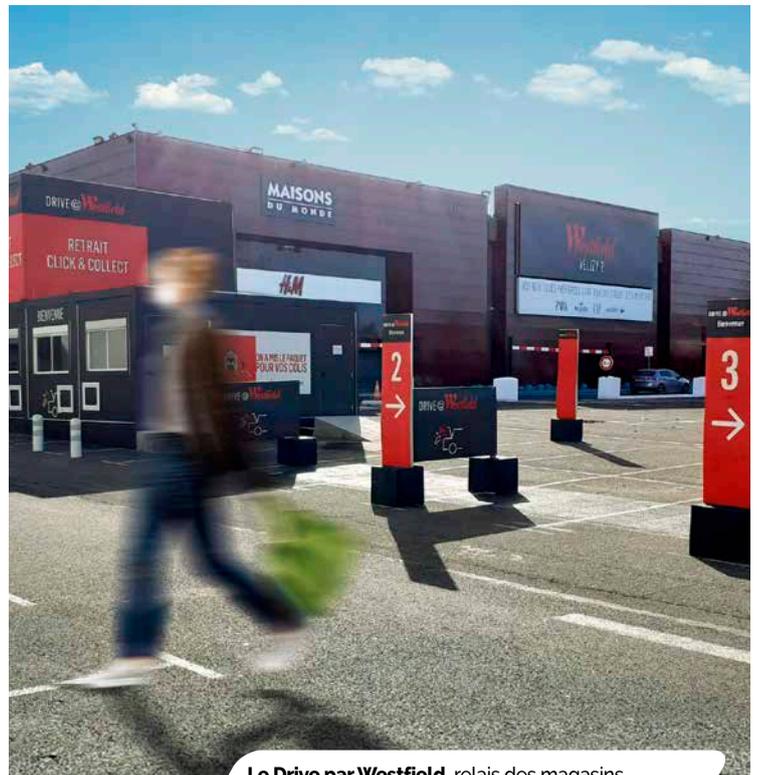
De nouvelles alternatives à la livraison à domicile

La crise sanitaire rend inventif. Les centres commerciaux Westfield de la région parisienne – Vélizy 2, Rosny, Parly 2, Rosny 2 – ont créé une offre *Drive par Westfield* pendant le confinement : avec l'aide de FM Logistic, les clients peuvent récupérer, sur le parking, les commandes passées auprès des commerces du centre.

Cette expérience fait partie de la démarche globale menée par FM Logistic, depuis plusieurs années, pour limiter les flux de livraison. Des corners

automatisés permettront bientôt un retrait groupé 24h/24 d'achats effectués dans différents magasins, physiques ou en ligne, alimentaires ou non, en un même « corner » automatisé. Les colis y sont déposés par les commerçants ou livrés. Le réceptacle sera multi-températures et la charge semi-robotisée. Un premier corner sera ouvert à Vélizy 2 en 2021.

D'autres pistes sont déjà à l'étude pour enrichir les services proposés : la gestion des retours, la réutilisation des contenants et la livraison de proximité en vélo. ▶



Le Drive par Westfield, relais des magasins.



RESSOURCES HUMAINES

Inventer un management différenciant

L'année 2020 a constitué un formidable « *stress test* » pour les employeurs. Avec un défi majeur : maintenir les liens entre collaborateurs, entretenir l'engagement et poursuivre les projets stratégiques. Les règles de distanciation ont changé les repères. FM Logistic a donc encore renforcé la communication et les échanges.



ESPRIT D'ÉQUIPE

Maintenir l'engagement individuel et collectif

FM

Logistic, a su préserver ses emplois et son attractivité malgré la pandémie. La très grande majorité des sites sont restés opérationnels. L'entreprise a ainsi évité le recours au chômage partiel et même recruté. L'organisation du travail a cependant été adaptée, pour protéger la santé des collaborateurs et répondre aux fortes variations de la demande. Comment, dans ces circonstances, préserver la cohésion et la dynamique de groupe ?

Communiquer et encore communiquer

Écouter, rassurer, impliquer, motiver : FM Logistic a mis les bouchées doubles pour maintenir le sens du collectif, sur ses plateformes logistiques et à distance. Dans les centres de stockage et de distribution, les équipes de management se sont montrées encore plus présentes et disponibles. Au siège, Jean-Christophe Machet a animé une visioconférence hebdomadaire puis bimensuelle, avec questions-réponses. Le rendez-vous permettait d'aborder tous les sujets, des mesures sanitaires aux nouveaux clients.

Un *town hall* virtuel a par ailleurs lieu chaque trimestre. Depuis avril 2020, l'Intranet Hello de

La supply chain est déterminante pour l'expérience client.



PLUS DE 200

COMMUNAUTÉS VIRTUELLES ACTIVES
FIN MARS 2021 SUR L'INTRANET HELLO,
AUTOUR DE PROJETS OU DE MÉTIERS.

FM Logistic est proposé en version mobile. 200 communautés digitales ont vu le jour pendant l'année.

Réunions d'équipes hebdomadaires, travail collaboratif, entretiens de développement et d'évaluation ont permis de continuer à travailler ensemble et à piloter l'activité, de favoriser l'expression de chacun et de conforter le sentiment d'appartenance. FM Logistic a mis ces pratiques à l'heure digitale. Techniquement, tout est possible, même les ateliers de brainstorming ou les journées d'équipe informelles, avec cours de cuisine à distance.

Accompagner les managers

La digitalisation des RH a franchi une nouvelle étape. La suite de gestion des ressources humaines PEPS permet désormais de produire, en temps réel, un tableau de bord comparatif des RH par pays. Elle sert aussi de support aux entretiens de développement pour l'ensemble des cadres.

En parallèle, FM Logistic a mis en place un *Manager's Corner* sur son site intranet pour échanger bonnes pratiques, astuces et idées, notamment concernant l'animation des équipes en télétravail. ▶



Déjà rompu à l'utilisation des outils collaboratifs sur le Cloud, le Groupe a pu étendre sans heurt le télétravail de ses équipes support.



COMMUNICATION

Une Management Week 100 % digitale

Trois mois de roadshow, 2 200 participants, des réunions marathon et beaucoup de longs trajets. Les *Management Days*, rendez-vous annuel des membres du comité exécutif et des équipes de management des pays, nécessitent d'habitude une organisation lourde et coûteuse. Tout a changé cette année. Pandémie oblige, ces rencontres sont passées au tout digital. Concentrée sur une semaine, l'édition 2021 a rassemblé les participants lors de sessions quotidiennes d'une à deux heures.

L'horaire de 12 h CET a été choisi pour que le maximum de personnes puissent se connecter,

qu'elles travaillent en Asie, en Amérique ou en Europe. La formule avait été testée en juin 2020 par le service Communication, puis adoptée pour la semaine interne du développement durable de septembre.

Si elle ne remplace pas les contacts en personne, la *Management Week* nouvelle génération a révélé plusieurs avantages. Au gain de temps et à la baisse des frais s'ajoute surtout la possibilité de réunir tous les participants au même moment. C'est le sens de cet événement, un moment collectif qui permet de renforcer le sentiment d'appartenance et de mobiliser les énergies derrière le projet d'entreprise. ▀

AUTOMATISATION

ALLÉGER LES TÂCHES DU CONDITIONNEMENT

En Russie, le site de Tchékhov continue de renforcer son service aux entreprises de la cosmétique, tout en améliorant les conditions de travail. L'obligation d'apposer une étiquette en cyrillique sur les produits importés engendre habituellement des gestes répétitifs et fatigants. Elle nécessite l'emploi d'une main-d'œuvre nombreuse, dont le recrutement n'est pas toujours aisé. La solution est venue de l'automatisation.

Une étiqueteuse à reconnaissance optique de positionnement a été mise en place en janvier 2021, pour les opérations d'un leader mondial de produits de beauté. Munie d'un bras articulé, la machine reconnaît et étiquette les crèmes et parfums de la marque, qu'il s'agisse de produits à l'unité ou de lots, de grandes et de petites séries. Son utilisation, étendue à d'autres gammes de produits, permettra de traiter 8 à 10 millions d'unités par an.



Cécile Cloarec
Directrice
ressources humaines,
communication et
développement
durable

ENTRETIEN

Notre priorité a été de soutenir au maximum nos collaborateurs

Quels ont été vos principaux objectifs face à la crise sanitaire ?

La santé des équipes a été notre priorité. Nous avons veillé à ce que chacun puisse travailler sans risque, dans le respect des consignes sanitaires. Nous avons aussi cherché à soutenir au maximum nos collaborateurs et à ne laisser personne de côté. D'abord en préservant l'emploi, ensuite en conservant un contact nourri avec chacun. Même si beaucoup des activités de la supply chain ne sont pas télétravaillables, près de 10 % de nos effectifs – soit environ 2 500 personnes – sont passés au tout télétravail au printemps 2020, avant de revenir à une forme mixte. Sur le plan technique, la transition s'est effectuée sans heurt, mais on ne manage pas une équipe à distance de la même façon qu'en présentiel.

Comment avez-vous procédé pour remplir ces objectifs ?

Nous avons appris en marchant. Nous avons décidé de conserver tout le monde à bord, les CDD et contrats d'alternance comme les CDI. L'accueil de stagiaires s'est poursuivi. Par chance, nous

avons pu rester ouverts sur la quasi-totalité des sites. Dans les rares pays, comme l'Inde, où des entrepôts ont dû fermer, nous avons soutenu financièrement les collaborateurs. L'avantage, pour notre entreprise, est d'avoir ainsi gardé nos compétences et facilité le retour au bureau, quand cela était possible. Nous avons aussi essayé de maintenir un lien personnel avec chacun. Un lien professionnel, mais aussi humain pour prévenir toute détresse psychologique. Nous nous sommes efforcés d'informer au maximum, de façon intensive et transparente, afin de minimiser les inquiétudes et de donner de la perspective chaque fois que possible. Enfin, nous avons équipé et accompagné activement les managers. Je suis convaincue que c'est le soin apporté aux individus et au collectif qui a permis à l'entreprise de conserver une vraie dynamique.

Quelle est votre vision des ressources humaines post-Covid ?

Nous sommes en train de changer de paradigme. C'est une bonne chose ! Cette période a démontré la possibilité de

travailler à distance tout en maintenant des liens. Le télétravail perdurera sans doute, à moindre dose, associé à plus de liberté d'organisation, un meilleur accès à l'information et une digitalisation encore plus forte.

Les recrutements sont également susceptibles d'évoluer : ils pourront concerner des périmètres géographiques élargis, le travail à distance allégeant le souci de la distance à parcourir pour se rendre sur site. Nous gardons par ailleurs le cap sur nos projets en cours. Nos priorités sont claires : continuer de nous renforcer dans le digital ; rendre notre management plus participatif ; développer une culture de la formation continue. La digitalisation entre en effet dans une phase nouvelle, celle de la transformation par la data. Nous nous dotons d'outils technologiques pour rendre la masse de données dont nous disposons plus accessible et transparente. Dans le même temps, les équipes doivent acquérir de nouvelles compétences et un réflexe d'apprentissage permanent. Les ressources humaines sont au premier plan. ▶

LA DIGITALISATION ENTRE DANS UNE PHASE NOUVELLE, CELLE DE LA TRANSFORMATION PAR LA DATA. ☑☑

**MARQUE
EMPLOYEUR**

FM LOGISTIC PRIMÉE

FM Logistic a obtenu en 2020 le label international Happy At Work for Starters

sur la base d'une enquête auprès des jeunes diplômés en poste en France, Espagne, Italie, Russie, Pologne, Inde et Brésil. En Russie, elle a décroché le prix *Randstad* du meilleur employeur dans la catégorie logistique et un prix *HR Brand 2020* de la société HeadHunter. En France, elle est entrée dans le top 50 des 500 meilleurs employeurs du magazine Capital, toutes activités confondues.

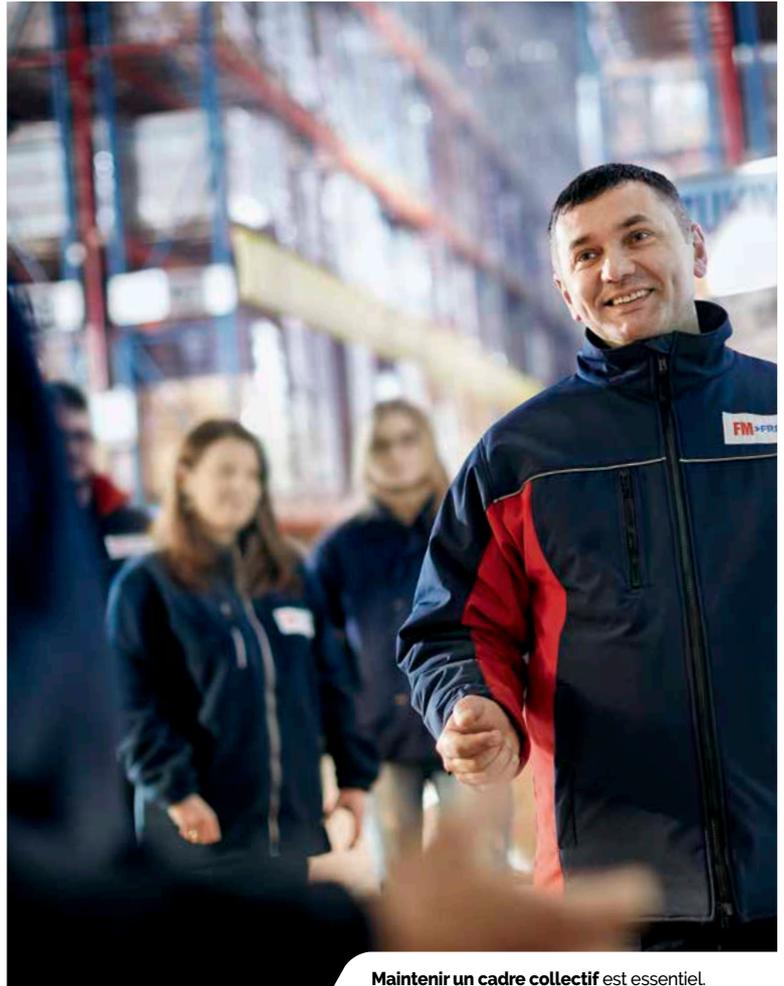
COMPÉTENCES

LA FORMATION À DISTANCE, ÇA MARCHE !

Gain de temps, plus de participants, des échanges facilités entre pays. Depuis l'été 2020, FM University multiplie les formations à distance. 1 250 collaborateurs ont ainsi suivi la version en ligne du cursus sur les fondamentaux de l'entrepôt. Elle a aussi déployé des formations sur l'expérience client, les appels d'offres, la supply chain et les techniques managériales. Résultat : 5 000 collaborateurs formés en ligne, contre 1 200 l'exercice précédent.

ENQUÊTE

Le moral tient le choc

**Maintenir un cadre collectif** est essentiel.

Les équipes ont gardé le moral. C'est l'un des enseignements du sondage réalisé en novembre 2020 auprès de 2 900 collaborateurs de tous pays et métiers. 87 % des personnes interrogées disent être restées optimistes malgré des hauts et des bas.

Sur le volet sanitaire, 87 % affirment s'être senties en sécurité. Neuf collaborateurs sur 10 pensent avoir été bien informés

par l'entreprise et 89 % ont jugé l'organisation du travail adaptée aux circonstances. Le soutien apporté par les managers a été également apprécié : 95 % des sondés estiment avoir été bien accompagnés pendant l'année. Au total, 95 % des répondants estiment que la performance de FM Logistic est restée forte durant la période. Des résultats à confirmer : une nouvelle enquête Pulse est prévue à la mi-2021. ▀



DÉVELOPPEMENT DURABLE

Inventer une logistique responsable

Motivés par les attentes des consommateurs et un contexte réglementaire plus contraignant, industriels et distributeurs accélèrent leur marche vers une économie plus vertueuse. Les modes de consommation évoluent, FM Logistic innove pour offrir à ses clients des solutions logistiques écoresponsables, tout en œuvrant sans relâche pour le bien-être et la sécurité de ses équipes.



Chez Franprix, à Paris : les trémies de vente en vrac.

LES GRANDES MARQUES S'Y METTENT

Démocratiser le vrac avec les magasins

Moins d'emballages, moins de gaspillage, le commerce en vrac séduit de plus en plus, surtout en France. À l'origine cantonné aux magasins et rayons bio, le concept évolue : l'enseigne Franprix l'étend à des produits de grandes marques alimentaires, identifiées sous leurs noms. Une manière de rendre ce mode d'achat accessible au plus grand nombre, dans leurs supermarchés habituels, d'autant que l'enseigne

et les marques s'engagent à pratiquer des prix en moyenne 5 % inférieurs aux produits équivalents emballés.

FM Logistic est le partenaire logistique de cette expérience inédite en France. Les autres partenaires sont l'Ilec (réseau de fabricants de produits de grande consommation) et Bulk&Co (spécialiste de l'équipement de rayons de vrac).

Ancel, Bénénuts, Carambar, Carte Noire, Eby, Kellogg's, Lutti, Panzani, Taureau Ailé, Uncle Ben's et Vichy sont les premières

marques à se lancer dans l'aventure, aux côtés de la marque distributeur Franprix, sous le slogan *Moins Emballées, Plus Responsables*.

Une chaîne logistique performante au service de l'économie circulaire

La solution associe des compétences complémentaires : les marques envoient leurs produits à FM Logistic ; FM Logistic assure le stockage, le conditionnement et la livraison aux points de vente ; Bulk&Co fournit les trémies en



Le projet de loi *Climat et résilience* présenté par le gouvernement français le 10 février 2021 prévoit que, avant 2030, 20 % de la surface de vente des commerces de plus de 400 m² soient consacrés à la vente en vrac.



50%

DE CROISSANCE DES VENTES
EN VRAC PAR AN EN FRANCE
(Source : association Réseau vrac)



ins Franprix

carton et le mobilier écologique destiné aux magasins ; Franprix met les produits à disposition des clients.

Quatre magasins Franprix d'Île-de-France ont testé le concept jusqu'en juillet 2021. FM Logistic les a approvisionnés depuis sa plateforme de Mormant (Seine-et-Marne). Spécialisé dans la logistique des produits alimentaires, le site possède une certification Ecocert, gage de sécurité dans le domaine bio. Les produits y sont conditionnés dans une salle spéciale soumise à des normes très strictes de sécurité alimentaire. ▶

PRÉVENTION

Des emojis pour parler de sécurité



Comment impliquer les collaborateurs dans la sécurité au travail ? Pour renouveler le discours sur la prévention des risques et le rendre plus efficace, FM Logistic mène une nouvelle campagne de communication depuis l'hiver 2020. Elle utilise des emojis créés sur mesure afin de favoriser la discussion avec les équipes en entrepôts. Les émojis ont envahi nos écrans. Ils sont omniprésents dans la communication des jeunes collaborateurs, l'une des populations particuliè-

rement exposées aux risques d'accident. La campagne est internationale. 16 posters différents ont été conçus pour rappeler, par exemple, les règles de conduite des chariots élévateurs ou de port des équipements de protection individuels. En soutien de cette campagne, la formation utilise des outils immersifs, comme des casques de réalité virtuelle. Circulant dans un entrepôt modélisé, le collaborateur apprend ainsi à prévenir les risques pour sa sécurité. ▶



Charlotte Migne
Directrice du développement durable

Des initiatives fleurissent partout

Le fait marquant de l'année écoulée, c'est la multiplication des actions de développement durable dans les pays où nous sommes présents. Le temps de la programmation est révolu, place à la mise en œuvre. On peut citer l'extension internationale de Citylogijn, les nouvelles solutions de logistique urbaine et le projet de production d'hydrogène en France et en Espagne, ou

encore l'utilisation de biomasse prévue en Italie. L'Europe centrale emploie désormais de l'énergie renouvelable et l'Asie des véhicules propres. Et nous échangeons activement avec nos clients sur leur bilan carbone. Le développement durable a pris une dimension stratégique au sein de FM Logistic. C'est une dynamique qui traverse toutes nos activités et donc une composante essentielle de notre offre. Pour nos clients, c'est un facteur clé de différenciation. Les derniers grands appels d'offres que nous avons remportés témoignent de notre crédibilité dans ce domaine. ⚡

20%

c'est la réduction des émissions sur le cycle de vie des plateformes FM Logistic grâce aux 73 000 m² de surface logistique certifiés Leed® ou HQE™, sur 14 sites et dans 7 pays



RÉFÉRENCE

Escrennes : les ingrédients d'une plateforme exemplaire

inaugurée en 2019, la plateforme d'Escrennes (Loiret) consacre ses 85 000 m² à la logistique omnicanale du secteur de la cosmétique. Conçue par NG Concept pour des prestations très intégrées, elle répond par ailleurs aux plus grandes exigences en matière de développement durable.

La sécurité et le bien-être des collaborateurs y sont des priorités. Le site applique la norme ISO 45001 de bonnes pratiques

en matière de sécurité. Le matériel minimise la fatigue musculaire : chariots à assistance électrique, tapis antifatigue, optimisation ergonomique des postes, supports Vizo pour soulager les cervicales... Les collaborateurs disposent aussi d'une salle de sport et d'espaces de détente.

La plateforme d'Escrennes est par ailleurs certifiée ISO 50001 pour la gestion de l'énergie et HQE (Haute qualité environnementale) niveau exceptionnel.

Panneaux photovoltaïques, triple vitrage, récupération d'eau de pluie, traitement des eaux usées, tri et recyclage de déchets, démarche zéro déchet, mutualisation des transports : tout est prévu pour restreindre l'impact environnemental des activités. Et pour participer bientôt au projet H2Hub (cf. p. 37).

Véritable vitrine du savoir-faire de FM Logistic, la plateforme a notamment convaincu le groupe Shiseido, nouveau client depuis le printemps 2021. ▶

17%

DE GAZ À EFFET DE SERRE EN MOINS
POUR LES ENTREPÔTS FM LOGISTIC,
ENTRE 2018 ET 2020



85 000 m² ont été développés en deux ans.



FINANCE DURABLE

Un emprunt de 222 M€

En janvier 2021, Batilogistic, société sœur de FM Logistic chargée de la construction de ses plateformes, a contracté un prêt à impact de 222 M€. L'originalité de cet emprunt est que le taux d'intérêt dépend d'objectifs de développement durable à la définition étendue, dont la réalisation viendra à la fois de Batilogistic et FM Logistic. Parmi ces critères extra-financiers : la proportion de bâtiments labellisés HQE™ ou Leed® ; la réduction des gaz à effet de serre dans les entrepôts ; la conservation par FM Logistic de son niveau or dans le classement EcoVadis. ▶

REPORTING

DES TABLEAUX DE BORD POUR LES CLIENTS

FM Logistic a établi en 2020 des tableaux de bord

« développement durable » pour 50 clients.

Le but ? Les aider à prendre en compte toutes les dimensions de leur impact environnemental et social, en particulier les émissions indirectes de gaz à effet de serre liées au transport et à la logistique. Des feuilles de route ont été définies avec 15 clients. Elles portent notamment sur la réduction des déchets et du plastique à usage unique, la consommation énergétique, l'utilisation de véhicules à énergies alternatives.



L'hydrogène vert au service d'une logistique durable.

PROJETS H2HUB ET H2-LOGIN

Décarboner en apportant de la valeur au territoire

Décarboner la logistique et contribuer à des écosystèmes territoriaux, ce sont les deux objectifs des projets H2Hub (France) et H2-Login (Espagne). Le concept ? Produire de l'hydrogène vert grâce à l'énergie solaire.

Concrètement, il s'agit d'employer les panneaux photovoltaïques des entrepôts pour fabriquer de l'hydrogène par électrolyse de l'eau et alimenter des chariots élévateurs, des véhicules légers puis, à terme, des véhicules lourds.

En Espagne, le pilote H2-Login est en cours à Illescas (près de Madrid) : l'hydrogène produit alimentera 15 chariots élévateurs et un premier van de livraison Citylogin. Un partenariat a été noué avec la société TechnoVE, spécialisée dans les véhicules

à énergie alternative. En France, un autre projet, H2Hub, est en préparation dans le Loiret. Il vise à produire et répartir de l'hydrogène vert entre plusieurs plateformes FM Logistic et des sites de partenaires dans la région.

Un consortium est en cours de constitution avec des utilisateurs externes potentiels. L'objectif est de réunir des collectivités territoriales (pour des bus ou bennes à ordures), des entreprises industrielles régionales et d'autres logisticiens. Répondre aux besoins cumulés de ces différents acteurs peut engendrer un modèle économique durable et vertueux pour l'environnement. L'hydrogène verra de plus son intérêt démultiplié avec l'arrivée des camions à hydrogène sur le marché. ▶



FM Foundation a soutenu Emmaüs Défi.



LOGISTIQUE URBAINE

CITYLOGIN REMPORTE LE PRIX DE LA MOBILITÉ VERTE À MADRID

Doté d'une flotte d'environ 330 véhicules en Espagne, dont un quart de véhicules propres, Citylogin a reçu en septembre 2020, du conseil municipal de Madrid le prix *Muévete Verde* pour ses efforts dans la promotion du transport durable des marchandises.

CRISE SANITAIRE

FM Foundation a mené 24 actions auprès des plus démunis

La fondation d'entreprise du groupe FM s'est mobilisée, en 2020, pour aider les personnes mises en difficulté socialement et économiquement par la pandémie. Des actions ont été menées dans trois directions, l'alimentation, l'hygiène et le soutien aux enfants :

- distribution de paniers alimentaires ou de tickets-repas à des personnes en situation de précarité ;
- dons de produits ou de matériel d'hygiène à des familles vulnérables ;
- fourniture de masques et d'équipements de protection ;

- dons de matériel informatique ou cours à distance pour des enfants en institution ;
- aide au maintien d'activités thérapeutiques au profit d'enfants atteints de difficultés physiques ou psychologiques ;
- soutien à la recherche sur les cancers infantiles.

L'implication des collaborateurs du Groupe et de FM Foundation a permis la réalisation de 24 actions de solidarité au profit de plus de 4000 bénéficiaires. Neuf pays ont été concernés, sur trois continents : le Brésil, l'Espagne, la France, l'Inde, l'Italie, la Pologne, la Roumanie, la Russie et l'Ukraine. ▶

NEUTRALITÉ CARBONE

FM LOGISTIC ADOPTE L'ÉNERGIE VERTE EN EUROPE CENTRALE

Depuis janvier 2021, tous les entrepôts FM Logistic en Europe centrale fonctionnent exclusivement à l'électricité provenant de sources renouvelables. L'entreprise a passé des contrats avec les fournisseurs d'électricité polonais PGE et tchèque Pražská Energetika. Rien qu'en Pologne, la démarche permettra d'éviter le rejet de plus de 10 000 tonnes de CO₂ par an. La Slovaquie avait déjà sauté le pas en 2019. Une avancée de plus vers l'objectif de neutralité carbone des entrepôts, d'ici 2030.



Tableaux de résultats

Exercice 2020/21 clos
le 31 mars 2021



Bilan consolidé /en milliers d'euros

ACTIF

	31.03.2021	31.03.2020
Écarts d'acquisition	32 433	35 691
Immobilisations incorporelles	17 661	14 760
Immobilisations corporelles	206 619	215 402
Immobilisations financières :	22 905	26 975
<i>Participations non consolidées</i>	1 437	1 287
<i>Autres immobilisations financières</i>	21 468	25 688
ACTIF IMMOBILISÉ	279 617	292 828
Stocks	10 689	10 407
Créances clients et comptes rattachés	208 726	202 503
Avances et acomptes versés	4 041	3 771
Créances fiscales et sociales	17 434	17 909
Comptes courants débiteurs	3 799	5 587
Créances diverses	4 422	799
Impôts différés actifs	6 093	6 200
Comptes de régularisation	5 168	6 626
Disponibilités et VMP	127 616	121 880
ACTIF CIRCULANT	387 987	375 682
TOTAL ACTIF	667 604	668 510

PASSIF

	31.03.2021	31.03.2020
Capital	43 163	43 013
Primes et réserves	144 756	134 160
Résultat de l'exercice	18 116	19 245
Réserves de conversion	-59 924	-56 539
CAPITAUX PROPRES PART DU GROUPE	146 110	139 879
Intérêts minoritaires	95	140
CAPITAUX PROPRES DE L'ENSEMBLE CONSOLIDÉ	146 205	140 019
Provisions pour risques et charges	16 534	17 436
Impôts différés passifs	4 353	3 473
Emprunts et dettes financières	167 253	179 949
Concours bancaires courants	4 187	4 245
DETTES FINANCIÈRES	171 440	184 194
Dettes fournisseurs et comptes rattachés	172 918	164 298
Avances et acomptes reçus	985	1 379
Dettes fiscales et sociales	118 362	115 052
Comptes courants créditeurs	14 983	135
Dettes diverses	17 984	39 007
Comptes de régularisation	3 840	3 518
AUTRES DETTES	329 072	323 388
TOTAL PASSIF	667 604	668 510



Compte de résultat consolidé /en milliers d'euros

	31.03.2021	31.03.2020
CHIFFRE D'AFFAIRES	1 379 706	1 431 593
Reprises de provisions et d'amortissements	4 272	3 534
Autres produits d'exploitation	8 615	9 348
TOTAL PRODUITS D'EXPLOITATION	1 392 593	1 444 475
Achats	-63 439	-70 838
Services extérieurs	-583 653	-614 563
Autres services extérieurs	-188 651	-190 142
Impôts, taxes et versements assimilés	-15 846	-15 851
Charges de personnel	-431 676	-438 559
Dotation aux amortissements et aux provisions	-55 842	-55 227
Autres charges	-12 386	-13 157
TOTAL CHARGES D'EXPLOITATION	-1 351 493	-1 398 337
RÉSULTAT D'EXPLOITATION	41 100	46 138
Résultat financier	-2 404	-3 013
Résultat exceptionnel	-2 276	-3 631
RÉSULTAT AVANT IMPÔTS	36 420	39 494
Participation des salariés	-2 408	-2 458
Impôts sur les bénéfices	-11 804	-15 118
Impôts différés	-873	620
Dotations aux amortissements des écarts d'acquisition	-3 259	-3 259
RÉSULTAT NET DE L'ENSEMBLE CONSOLIDÉ	18 077	19 279
Attribuable aux :		
Intérêts minoritaires	-39	33
Part du Groupe	18 116	19 245
Résultat par action (en €)	5,13	5,47



Tableau des flux de trésorerie consolidé /en milliers d'euros

	31.03.2021	31.03.2020
OPÉRATIONS D'EXPLOITATION		
RÉSULTAT NET	18 077	19 279
Elimination des :		
Dotations / reprises sur amortissements et provisions	53 000	56 160
Plus et moins values de cession	306	347
Impôts différés	873	-620
Forex latent	-498	432
Charges à répartir	0	0
CAPACITÉ D'AUTOFINANCEMENT	71 757	75 598
Variation nette d'exploitation	4 805	-13 477
<i>Variation des stocks</i>	-335	-969
<i>Variation des créances d'exploitation</i>	-9 537	-25 028
<i>Variation des dettes d'exploitation</i>	14 677	12 520
Variation nette hors exploitation	-3 272	37 816
VARIATION DU BESOIN EN FONDS DE ROULEMENT	1 533	24 339
FLUX NET DE TRÉSORERIE GÉNÉRÉ PAR L'ACTIVITÉ	73 290	99 937
OPÉRATIONS D'INVESTISSEMENT		
Décaissement / acquisition d'immobilisations incorporelles	-8 827	-6 899
Décaissement / acquisition d'immobilisations corporelles	-35 695	-49 281
Encaissement / cession d'immobilisations corporelles et incorporelles	5 703	7 623
Décaissement / acquisition d'immobilisations financières	-1 509	-1 826
Encaissement / cession d'immobilisations financières	2 241	2 558
Trésorerie nette / acquisitions et cessions de filiales	0	0
FLUX NET DE TRÉSORERIE LIÉ AUX OPÉRATIONS D'INVESTISSEMENT	-38 087	-47 824
OPÉRATIONS DE FINANCEMENT		
Augmentation de capital	0	0
Dividendes versés aux actionnaires de la mère	-8 500	0
Encaissements provenant d'emprunts	37 909	46 063
Remboursement d'emprunts	-58 802	-59 500
Variation des intérêts courus non échus	-4	114
FLUX NET DE TRÉSORERIE LIÉ AUX OPÉRATIONS DE FINANCEMENT	-29 397	-13 323
VARIATION DE TRÉSORERIE AVANT EFFETS DE CHANGE	5 806	38 790
Incidence des variations de taux de change	-12	-3 679
TRÉSORERIE ET ÉQUIVALENTS DE TRÉSORERIE A L'OUVERTURE	117 635	82 524
TRÉSORERIE ET ÉQUIVALENTS DE TRÉSORERIE A LA CLÔTURE	123 429	117 635

COMMENTAIRES : Conformément au régl. 99-02, les retraitements comptabilisés lors de la signature de contrats de location financement ne sont pas présentés dans le tableau de flux de trésorerie dans la mesure où ils ne génèrent aucun flux de trésorerie. Pour information, la valeur des contrats de location financement signés au cours de l'exercice dans les différentes sociétés consolidées au sein du groupe FM Logistic est de 8 391 K€ (impact sur l'augmentation des valeurs brutes et des emprunts auprès des établissements de crédit). Il convient donc de tenir compte de ces contrats lors de la comparaison du tableau de flux de trésorerie et des différents tableaux de mouvements de l'annexe aux comptes consolidés.

**RAPPORT
ANNUEL
2020/21**

**Conception
et réalisation :**
FM Logistic,
agence éditoriale
avec des mots
COMMUNICATION EDITORIALE

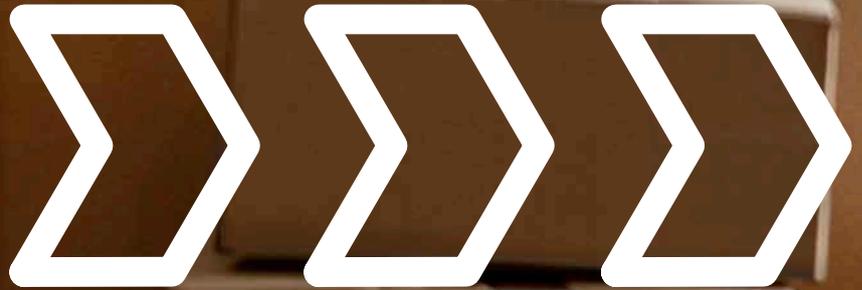
**Direction
artistique :**
Didier Trayaud/
lagraphinerie.fr

Crédits photos :
Getty images
Patrick Sordoillet
Réa Photos
Plain Pictures
Bartek Sadowski
Shutterstock
Westfield
Cyrille Gibot
Franprix
Léa Craquelin

Impression :
Ott Imprimeurs
(Wasselonne, 67)
Cette entreprise est
certifiée PEFC, FSC
et Imprim'Vert.



FM Logistic Corporate
Rue de l'Europe
57370 Phalsbourg - France
+33 (0)3 87 23 12 12



FM > LOGISTIC

www.fmlogistic.com