

L'ESSENZIALE

2020/2021

**STEF, PROFESSIONI
ESSENZIALI** PAG.11

**INNOVARE PER
I CLIENTI E PER I
NOSTRI TEAM** PAG.18

**IMPEGNARSI A FAVORE
DEL VALORE UMANO** PAG.26

**COSTRUIRE UNA SUPPLY CHAIN
ANCORA PIÙ VIRTUOSA** PAG.34

STEF 



SOMMARIO

Intervista al Presidente e CEO	Pag. 02
Presentazione del Gruppo	Pag. 06
La nostra mission	Pag. 08



SGUARDI SUL 2020 **PAG. 10**

I nostri team raccontano
il loro 2020



PANORAMICA **PAG. 16**

Innovare per i clienti e per i nostri team	Pag. 18
Impegnarsi a favore del valore umano	Pag. 26
Costruire una supply chain ancora più virtuosa	Pag. 34
La Méridionale	Pag. 42

Pensando al domani!	Pag. 43
---------------------	---------

EDITORIALE

INDUBBIAMENTE, IL 2020 NON È STATO UN ANNO COME TUTTI GLI ALTRI. E PER IL GRUPPO STEF QUEST'ANNO AL DI FUORI DAGLI SCHEMI COMUNI HA EVIDENZIATO TUTTO IL SENSO DELLA NOSTRA ATTIVITÀ, HA CONFERMATO LE NOSTRE INTUZIONI, HA RAFFORZATO LE NOSTRE CONVINZIONI. HA CONSOLIDATO LA NOSTRA MISSION.

QUESTA NUOVA FORMULA DELL'ESSENZIALE VUOLE ESSERNE L'ECO: COME UN YEARBOOK, RACCONTA IL 2020 COME L'ABBIAMO VISSUTO, CON TUTTE LE SUE DIFFICOLTÀ, MA ANCHE LE SUE SODDISFAZIONI E I SUOI SUCCESSI... PER PROIETTARCI NEL 2021.

BUONA LETTURA A TUTTI!



CONTINUARE AD INVESTIRE PER COSTRUIRE IL FUTURO!

Stanislas Lemor, Presidente e CEO del Gruppo STEF

Il 2020 è stato un anno particolare sotto tutti gli aspetti. Per cosa lo ricorderete?

Innanzitutto, per l'eccezionale motivazione dimostrata da tutti i nostri collaboratori per garantire la missione primaria del Gruppo durante la crisi sanitaria: grazie al loro infallibile impegno, è stato possibile rifornire la popolazione ovunque in Europa, senza interruzioni della catena logistica. È un grande motivo d'orgoglio per tutti noi. Vorrei rendere un sincero omaggio ai collaboratori del Gruppo per la loro capacità di adattamento, la loro professionalità e il loro impegno che ci hanno consentito di affrontare una crisi senza precedenti. Vorrei anche sottolineare che le nostre professioni, che sin qui erano poco conosciute e spesso persino ignorate dai cittadini, sono divenute più visibili durante la crisi ed hanno rivelato il loro carattere essenziale. Durante il primo lockdown, nel mese di marzo 2020, quando i nostri conducenti arrivavano per consegnare, venivano applauditi. Più che mai, la ragion d'essere del Gruppo, garantire stabilmente e in totale sicurezza l'accesso ai prodotti alimentari a tutti i consumatori in Europa, è apparsa evidente.

E dal punto di vista economico?

Il 2020 è stato caratterizzato da numerosi contrasti, con un primo semestre duramente colpito da periodi di rigoroso lockdown ovunque in Europa, e le loro conseguenze sulla deregulation dei flussi di merci. Il Gruppo si è rapidamente adattato al nuovo scenario, adottando un programma di adeguamento dei costi e degli schemi di trasporto, condizione che ha consentito un netto risanamento dei risultati nel secondo semestre. Nel corso dell'anno, i risultati di STEF sono penalizzati dalla crisi sanitaria: il fatturato è in calo dell'8,6% e il risultato operativo registra una diminuzione del 28,2%. Ma il Gruppo ha resistito grazie alla solidità dei suoi fondamentali e alla sua capacità di adattamento. Per affrontare la crisi, abbiamo dovuto operare scelte decisive, in qualità di azienda responsabile, innanzitutto versando un bonus di solidarietà ai nostri collaboratori sul campo, poi evitando di sollecitare prestiti garantiti dallo Stato, o risconti attivi. E abbiamo continuato ad investire per preparare il futuro, nonostante il difficile periodo che stavamo attraversando.

■ ■ ■

Alla fine del 2020 è stata finalizzata un'importante operazione che consolida la presenza di STEF in Europa. Può dirci qualcosa di più?

Abbiamo rafforzato la nostra rete europea grazie ad un accordo globale con il gruppo tedesco Nagel che apre ulteriori possibilità per i nostri clienti verso la Germania, i paesi dell'Est e il Nord Europa. Questa partnership è stata costruita in due tempi: l'ingresso nel capitale della joint-venture in Francia nel mese di gennaio, poi la conclusione alla fine dell'anno di un accordo di acquisizione delle attività in Italia, in Belgio e in Olanda. Abbiamo anche concluso accordi di distribuzione reciproci che attualmente ci permettono di proporre una copertura europea ottimale e di rafforzarci sulle attività di flussi internazionali. È una tappa importante nella nostra strategia di sviluppo in Europa.

La Brexit sembra aver disorganizzato numerose aziende. Vale anche per STEF?

È ancora troppo presto per pronunciarsi poiché i flussi sono rimasti deboli all'inizio del 2021, tuttavia dal canto nostro avevamo anticipato e implementato un'organizzazione dedicata per accompagnare i nostri clienti nell'espletamento delle numerose formalità amministrative. La nostra competenza in questo ambito è stata riconosciuta poiché un certo numero di clienti si è rivolto a noi dal momento in cui la gestione dei flussi ha cominciato a diventare complessa. Rimaniamo molto attenti però poiché solo i mesi futuri diranno se le disposizioni adottate sono state dimensionate correttamente.

Quest'anno, STEF ha rafforzato la sua "impronta geografica", ma ha deciso di ridurre la sua "impronta di carbonio"...

Sì, è così. Questo è un argomento che mi sta a cuore, nei confronti del quale i nostri collaboratori e gli

stakeholder esterni si aspettano un forte impegno. Questa consapevolezza non è nuova all'interno del Gruppo, esiste fin dalla sua nascita. In qualità di specialista del trasporto, il Gruppo si occupa da tempo del "trasporto comune" di prodotti alimentari. Da oltre 15 anni, siamo impegnati a ridurre le emissioni di CO₂ e di gas ad effetto serra.

“Durante quest'anno eccezionale, non abbiamo mai smesso di prepararci ad affrontare il futuro, consolidando le nostre posizioni in Europa e sviluppando il nostro know-how in segmenti in crescita.”

Oggi, dobbiamo spingerci oltre. Con il sostegno del Consiglio d'amministrazione, abbiamo deciso di agire – in modo massiccio e collettivo – per ridurre l'impronta ambientale di STEF assumendo due grandi impegni: ridurre le emissioni di CO₂ dei nostri veicoli del 30% entro il 2030 e utilizzare il 100% di energia a basso contenuto di carbonio per i nostri edifici entro il 2025. Pochi gruppi di trasporti possono attualmente vantare tali ambizioni nella strutturazione della loro politica climatica. Questa nuova dinamica, lanciata per i prossimi 10 anni, si basa su un piano d'azione che si sta dispiegando attraverso entità pilota in Francia, Portogallo e

Italia. Le innovazioni e le sperimentazioni condotte ci permetteranno di convalidare gli approcci adottati per estenderli a tutti i nostri paesi nel 2022.

L'anno scorso avevamo parlato di trasformazione digitale e innovazione. Quali progressi sono stati compiuti in queste aree?

La nostra strategia di trasformazione digitale, come la nostra politica di innovazione in generale, mira ad arricchire il servizio offerto ai nostri clienti e ci permette anche di migliorare i nostri processi attraverso un migliore sfruttamento dei dati. Alcuni progetti sono stati indubbiamente rallentati dalla crisi sanitaria, ma nel complesso abbiamo mantenuto la rotta. Nella nostra attività di trasporto di prodotti freschi, abbiamo accelerato la digitalizzazione delle relazioni con i clienti implementando un nuovo portale digitale in Europa. Per i nostri clienti, questo significa monitoraggio in tempo reale delle loro spedizioni,

indicatori di performance avanzati e servizi supplementari. Nel campo dell'innovazione, abbiamo creato una piattaforma per i dipendenti destinata ad organizzare la condivisione di iniziative locali e sprigionare le energie. Desideriamo anche integrare le start-up nel nostro ecosistema. A questo proposito, il Gruppo è impegnato in un progetto molto entusiasmante volto ad ottimizzare la sua rete di trasporto e migliorare la sua impronta ecologica grazie all'intelligenza artificiale.

I modelli di consumo stanno cambiando da diversi anni e la crisi sanitaria ha accelerato alcune tendenze. Qual è l'impatto sull'organizzazione e le attività di STEF?

La crisi sanitaria ha agito da catalizzatore ed ha accelerato l'adozione di tendenze che si erano già delineate in passato. L'evoluzione più evidente è senza dubbio la forte crescita dell'e-commerce per i prodotti alimentari che rappresentava il 5% del mercato dei consumi alimentari prima della pandemia ed è passato al 10% al culmine della crisi; oggi si sta stabilizzando intorno all'8-9%. L'omnichannel è diventato uno standard per i consumatori che moltiplicano gli atti d'acquisto, a volte con consegna a domicilio. Una volta che la situazione tornerà alla normalità, rimane la questione di come si stabilizzerà e in quali condizioni. Non dobbiamo dimenticare che l'equazione è attualmente distorta perché il consumatore non paga il prezzo reale della consegna a domicilio e tiene poco conto delle sue ripercussioni da un punto di vista ambientale.

Il mercato della spesa alimentare online è attualmente occupato, ad esempio in Francia, dal drive-through (quasi il 90% del totale) e la consegna a domicilio rappresenta una parte minima dell'e-commerce alimentare. Anche se consideriamo che gli attuali modelli non sono maturi e che la questione dell'ultimo miglio rappresenta un vero rompicapo poiché si tratta di conciliare frequenza, copertura territoriale e temperatura, le prospettive di crescita per questo segmento sono molto significative. Abbiamo quindi deciso di fare di questo mercato un obiettivo prioritario e stiamo lavorando su un'offerta ad hoc, che combina tutte le componenti della logistica dell'e-commerce alimentare a temperatura controllata.

Il 2021 si apre in un contesto ancora segnato dalla crisi del Covid-19. Quali sono le prospettive per STEF?

Le incertezze legate al contesto sanitario e le sue ripercussioni economiche richiedono cautela in termini di previsioni. Tuttavia, sono convinto che la crisi rappresenti un'opportunità per accelerare la trasformazione della nostra organizzazione. Durante quest'anno eccezionale, non abbiamo mai smesso di prepararci ad affrontare il futuro, consolidando le nostre posizioni in Europa e sviluppando il nostro know-how in segmenti in crescita. Abbiamo anche accelerato le nostre ambizioni a favore di un'impronta ambientale più virtuosa. Infine, ci siamo sforzati di preservare la nostra cultura della trasparenza e del dialogo con i nostri team. Questi diversi elementi ci inducono a credere che il nostro Gruppo abbia i mezzi per ripartire rapidamente. STEF dispone di molte risorse e carte vincenti per affrontare le sfide future!

STEF, “PURE PLAYER” DELLA SUPPLY CHAIN ALIMENTARE

In un mondo in cui i modelli di consumo e i canali di distribuzione stanno cambiando rapidamente, la supply chain è un fattore chiave per la competitività delle aziende.

In qualità di partner dello sviluppo dei suoi clienti, STEF propone soluzioni di trasporto, logistica e imballaggio industriale per prodotti alimentari a temperatura controllata (da -25°C a +15°C) adatte alle esigenze specifiche di ciascuno di loro. Con una sola ambizione: fornire la migliore qualità di servizio per aiutarli a ottimizzare le prestazioni economiche, operative e ambientali della loro supply chain.



Il Gruppo comprende anche un polo marittimo con la sua filiale La Méridionale, che assicura il trasporto di passeggeri e merci tra la Corsica e il continente in base a una convenzione di delega di servizio pubblico. Dal 2020, ha ampliato il suo raggio d'azione con l'apertura di una linea merci e passeggeri tra Marsiglia e Tangeri.

CIFRE CHIAVE

Fatturato consolidato

3.145 M€

Risultato consolidato
(quota di pertinenza del Gruppo)

73 M€

19.000
collaboratori

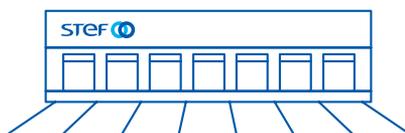


7
paesi europei

Francia
Italia
Spagna
Portogallo
Belgio
Paesi Bassi
Svizzera

Oltre **10.000** clienti

Oltre **100.000** consegne al giorno



246 siti multi-temperatura
(piattaforme e magazzini)
di cui **174** in Francia e
72 negli altri paesi

Superficie di magazzino

525.000 m²

Volume di stoccaggio

9.850.000 m³

2.340 veicoli di proprietà
su un totale di **4.000** veicoli

4.000



4 navi da trasporto misto



LA NOSTRA MISSION

**GARANTIRE A TUTTI, CON
CONTINUITÀ E IN TOTALE SICUREZZA,
L'ACCESSO ALLA DIVERSITÀ
ALIMENTARE E AL PIACERE DEL CIBO.**



Iniziata nel 1920 con la missione di fornire prodotti alimentari alla popolazione, la nostra storia è strettamente legata all'evoluzione dei modelli di consumo alimentare e alla trasformazione dei canali di distribuzione. In occasione del 100° anniversario, il Gruppo ha voluto tradurre in parole ciò che ha motivato i suoi team dall'inizio della sua avventura imprenditoriale e umana.

La nostra mission è l'espressione di una forte convinzione sul modo specifico e differenziante in cui concepiamo la nostra professione e vogliamo esercitarla. È una bussola per tutti i collaboratori che mostra, al di là delle parole, la realtà del nostro impegno quotidiano al servizio dei nostri clienti e il nostro desiderio di agire per la sostenibilità del Gruppo, così come per il mondo che ci circonda.

IL NOSTRO MANIFESTO

Siamo STEF e dal 1920 difendiamo una missione essenziale: garantire l'approvvigionamento alimentare di milioni di europei.

Nel cuore della catena alimentare, immagazziniamo, imballiamo e trasportiamo i prodotti che trovate sulla tavola ogni giorno.

Lavoriamo mano nella mano con produttori, distributori e ristoratori per permettere a milioni di

consumatori di riflettere i loro impegni e desideri nella loro alimentazione.

È con entusiasmo, rispetto, rigore e performance che ci mettiamo al servizio dei nostri clienti. Siamo orgogliosi di accompagnare la loro crescita, di aiutarli a conquistare nuovi territori e vincere la sfida dell'innovazione.

Al loro fianco, inventiamo la supply chain del futuro, sempre più affidabile, connessa e rispettosa dell'ambiente.

E affinché le generazioni future abbiano sempre la possibilità di scegliere l'alimentazione che preferiscono, abbiamo deciso di agire. Ogni giorno, cerchiamo di tracciare un percorso più virtuoso per la nostra azienda e il nostro settore, perché crediamo che sia nostra responsabilità impegnarci e fare la differenza.

Offrire a chiunque la libertà di mangiare quel che preferisce con fiducia è ciò che ci guida da oltre un secolo.



SGUARDI SUL 2020

RICONOSCIUTE COME **“ESSENZIALI”**, LE PROFESSIONI DI STEF SONO PASSATE IN POCO TEMPO DALL’OMBRA ALLA LUCE.

La pandemia di Covid-19 ha comportato l’isolamento di gran parte della popolazione mondiale e ha paralizzato le economie di tutti i paesi. Di fronte a questa situazione senza precedenti, il settore agroalimentare si è adattato, evitando carestie su larga scala. Anello essenziale della catena logistica a temperatura controllata, STEF ha lavorato incessantemente per garantire la continuità delle forniture in un contesto deteriorato, tanto versatile quanto imprevedibile. I nostri team hanno dimostrato una reattività e un impegno infallibili.

Siamo orgogliosi di questo risultato.

Abbiamo raccolto le loro testimonianze...



Rachid DGHOUGHI
**CONDUCENTE IN STEF
DAL 2008 E CONDUCENTE
FORMATORE DAL 2019 PRESSO
IL SITO STEF DI METZ**

“Quando mi alzavo la mattina mentre tutti erano chiusi in casa, ammetto che ero un po’ preoccupato. Ma mi rassicuravo dicendomi che grazie al mio lavoro, la gente avrebbe potuto fare la spesa nei negozi. Brancolavamo tutti nel buio. Avevamo il vantaggio di essere già familiari con le regole di igiene e sicurezza sanitaria associate al trasporto di prodotti alimentari. Abbiamo rapidamente applicato le nuove misure di prevenzione. Abbiamo anche adottato disposizioni supplementari come la disinfezione totale dei camion.

Quello che mi piace nel mio lavoro è il contatto con i colleghi nei magazzini, con i direttori dei negozi... so di essere in un certo senso l’ambasciatore di STEF presso i nostri clienti. La gentilezza del loro benvenuto, i loro sorrisi di incoraggiamento quando consegnavo durante il lockdown, l’incrocio di fari amichevoli e complici lungo la strada, tutti questi piccoli segni mi hanno scaldato il cuore. Ho avuto l’impressione che il mio lavoro fosse apprezzato e finalmente riconosciuto!”





Eleonora ISOPPI
**RESPONSABILE OPERATIVO
 DELLA PIATTAFORMA
 STEF TAVAZZANO (ITALIA)**

“All’inizio del 2020, il Covid-19 sembrava un evento lontano. Poi, improvvisamente, la pandemia ci ha toccati da vicino. La reazione del Gruppo è stata immediata: creazione di una task force, controlli della temperatura corporea all’ingresso, misure di prevenzione, segnaletica, dispositivi di protezione individuale, smart working quando possibile... Tutte queste misure ci hanno permesso di garantire la continuità del servizio ai nostri clienti. Ciò che mi ha impressionato è che nelle situazioni più difficili e in piena pandemia, quando abbiamo toccato il picco operativo, tutte le squadre hanno dato il meglio di sé. La collaborazione con i nostri clienti è stata incredibile. Conservo ancora le e-mail inviate per ringraziarci calorosamente dopo il primo lockdown. Ma ciò di cui sono particolarmente orgogliosa è che tutti hanno compreso l’importanza del nostro lavoro. Sono sicura che questo riconoscimento ci ha aiutato ad affrontare insieme con successo questa crisi sanitaria senza precedenti. ”



Papa-Djibril DIEYE
**RESPONSABILE ESERCIZIO
PRESSO IL SITO STEF DI
AULNAY-SOUS-BOIS**

“All’inizio della pandemia, l’inquietudine era palpabile. La mia prima preoccupazione è stata quella di rassicurare la mia squadra, di trasmettere tutte le informazioni fornite dalla direzione, che ha fatto tutto il necessario per trovare le mascherine e il gel igienizzante in un momento in cui erano merce rara. La sfida per me è stata quella di rispettare gli impegni assunti con i nostri clienti, soprattutto perché il volume degli ordini era particolarmente elevato. Abbiamo anche dovuto sostenere le squadre che erano arrivate sul posto come rinforzo, riorganizzare l’attività implementando le misure di prevenzione, adattare costantemente i programmi con una visibilità di soli 2 o 3 giorni... Non è stato facile! Il bonus di solidarietà versato ai dipendenti è stato percepito come un vero riconoscimento per gli sforzi messi in campo. Ma ciò che mi ha colpito e commosso di più è stata la solidarietà all’interno del Gruppo e la preoccupazione di mantenere stretti legami tra di noi.

Anche la seconda metà dell’anno è stata intensa! Sono stato nominato responsabile delle operazioni nell’ambito del percorso “Devenir”, con non uno ma diversi team da gestire, rapporti diretti con il comitato di direzione del sito e orari ancora complessi a causa della pandemia. Ma li eravamo preparati, “addestrati” ad affrontare gli imprevisti e i picchi di volume rispettando le misure di prevenzione. Questo rafforza le mie convinzioni: nella vita, ciò che è importante è rimanere aperti al cambiamento.”



Leila RABHI

RESPONSABILE SERVIZIO PASSEGGERI A LA MÉRIDIONALE

“Devo dire che è stato un anno abbastanza movimentato per me! Non solo l'organizzazione delle rotazioni in Corsica è stata completamente sconvolta dalla pandemia, ma all'inizio del 2021, sono stata promossa Responsabile del Servizio Passeggeri. Ciò che ricorderò di quest'anno è il modo in cui tutte le squadre hanno dimostrato flessibilità per garantire le migliori condizioni di sicurezza e comfort per i passeggeri nonostante la situazione. Oltre alle misure d'igiene rafforzate, abbiamo, per esempio, dovuto adattare la ristorazione a bordo: vendita da asporto per la cena, prime colazioni su prenotazione lasciate fuori dalla porta della cabina... La cosa più delicata da gestire è stata l'imbarco con formalità complesse e in evoluzione secondo la situazione sanitaria, che si sono aggiunte ai controlli antiterrorismo. A La Méridionale, consideriamo che le vacanze dei nostri passeggeri inizino al porto! Abbiamo quindi lavorato per implementare un'organizzazione flessibile ma stabile, in modo che l'imbarco fosse il più rapido e agevole possibile. D'ora in poi, il piccolo terminale mobile con cui è equipaggiato il personale per controllare l'identità e i biglietti dei passeggeri ad ogni vettura può anche leggere i codici QR protetti dell'app TousAntiCovid. Accompagniamo anche i nostri clienti in anticipo: invio di un'e-mail 4 giorni prima della partenza con un promemoria di tutti i documenti necessari, SMS 2 giorni prima con informazioni sulle scadenze del test PCR, anche in caso di giorno festivo... Tanti dettagli per il comfort e la tranquillità dei nostri passeggeri. Questa qualità di accoglienza e di servizio è anche ciò che fa la differenza sulla nostra nuova rotta Marsiglia-Tangeri. Oggi siamo pronti e siamo ottimisti per la prossima estate. ”





PANORAMICA

QUEST'ANNO, VI PROPONIAMO TRE
ITINERARI TEMATICI CHE RIFLETTONO IL
NOSTRO STATO D'ANIMO, TRADUCONO LE
NOSTRE PRIORITÀ ED I NOSTRI IMPEGNI
A LUNGO TERMINE.

STEF IN AZIONE, È QUI...

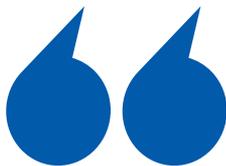
INNOVARE PER I CLIENTI E PER I NOSTRI TEAM

Ascolto, reattività, valore aggiunto...
È il nostro leitmotiv per i nostri clienti. La nostra
ambizione collettiva? Migliorare incessantemente la
qualità dei servizi del Gruppo ed accompagnare tutti
secondo le specifiche esigenze.



INCONTRO CON OLIVIER LANGENFELD, DIRETTORE COMMERCIO E MARKETING DEL GRUPPO STEF

I CANALI DI DISTRIBUZIONE SONO STATI PARTICOLARMENTE SCOSSI QUEST'ANNO. GLI INDUSTRIALI DEL SETTORE AGROALIMENTARE ANCHE. CON OLTRE 20 ANNI DI ESPERIENZA ALL'INTERNO DEL GRUPPO, OLIVIER LANGENFELD HA ASSUNTO LE REDINI DELLA DIREZIONE COMMERCIO E MARKETING DI STEF NEL MARZO 2021. FACCIAMO UN PO' DI LUCE SUL POSIZIONAMENTO DEL GRUPPO IN UN MOMENTO IN CUI I MODELLI DI CONSUMO CONTINUANO AD EVOLVERE A TUTTA VELOCITÀ.



Quali insegnamenti trae dal 2020?

Il 2020 è stato un anno complicato per tutti gli operatori della catena alimentare. A cominciare dai nostri clienti - industriali, distributori e ristoratori - che hanno dovuto dimostrare una straordinaria flessibilità per adattarsi costantemente. I successivi lockdown hanno portato a uno spostamento dei volumi solitamente consumati fuori casa verso la grande distribuzione, generando variazioni improvvise e irregolari dell'attività. Interi settori come quello della ristorazione e del catering si sono improvvisamente fermati. Abbiamo messo tutta la nostra energia per accompagnarli in questo periodo di grande turbolenza. Ma il 2020 segna anche una svolta più profonda. Anche se alcuni cambiamenti erano già in atto, sono stati accelerati e ora sono divenuti permanenti. Oltre all'incremento dell'e-commerce, delle filiere corte e del biologico, penso anche all'aumento delle richieste in termini di sourcing e tracciabilità dei prodotti e alle aspettative di una maggiore considerazione nei confronti delle tematiche ambientali. In breve, l'intera catena alimentare è stata sconvolta e sta cercando un nuovo equilibrio.

Un "nuovo equilibrio"? Può specificare?

Per soddisfare un consumatore sempre più digitale, omnichannel ed esigente, i nostri clienti si stanno orientando verso nuove strategie di approvvigionamento e distribuzione. Per STEF, la sfida sarà quella di essere ancora più agili e reattivi per affiancare ciascuno di loro nel soddisfare le nuove esigenze. Questo significa aprire nuove strade, immaginare nuove offerte, innovare e osare pensare fuori dagli schemi. Questo fa parte del nostro DNA e della nostra responsabilità. Una cosa è certa: questo è un periodo cardine essenziale. Molti

dei nostri clienti stanno riesaminando i loro piani logistici. Si aspettano che STEF abbia la capacità di aiutarli a farlo, di stravolgere le regole e di essere creativi. Più che mai, dobbiamo essere al loro fianco!

Innovare, essere ancora più agili, più reattivi... Giustissimo, ma come?

In molti modi. La nostra ambizione è di posizionarci domani sui canali più rilevanti con offerte perfettamente adattate. A tale scopo, dobbiamo prima avere una conoscenza e una comprensione dettagliata delle nuove esigenze per sviluppare di conseguenza i nostri business model. L'incremento dell'omnichannel sta costringendo i nostri clienti a riflettere su una specializzazione delle loro supply chain secondo le caratteristiche specifiche di ogni canale di distribuzione, con molte specificità, come le filiere corte o la logistica urbana. Il loro impegno nei confronti di un trasporto più virtuoso ci porta anche su andare oltre, come abbiamo fatto integrando tecnologie di intelligenza artificiale nell'ottimizzazione dei nostri piani di trasporto per ridurre l'impronta di carbonio delle merci trasportate.

Tra gli sconvolgimenti da integrare c'è anche una maggiore richiesta di informazioni...

... e la necessità di condividerle meglio! Perché i dati sono fonte di valore aggiunto. Quando trasportiamo i prodotti, trasportiamo anche i dati che li accompagnano. E poi ci sono i dati che ci permettono di ottimizzare la consegna e garantirne la tracciabilità. Tutto sommato, si tratta di una quantità considerevole di dati. Il nostro portale clienti offre già una certa quantità di informazioni che rendono la vita più facile ai nostri clienti.

La condivisione di queste informazioni con i nostri clienti e i loro consumatori è un'importante area di progresso. Questo approccio si estende anche alle questioni ambientali. Penso, per esempio, ai nostri clienti del mid-market. Alcune aziende di medie dimensioni non hanno necessariamente la possibilità di avere a disposizione esperti per soddisfare le aspettative dei loro stakeholder e le normative che si stanno inasprendo in questo settore. Aiutarli in questo ambito, accompagnarli in questa trasformazione, è anche un modo per essere al loro fianco e generare valore per tutti.

In tale contesto, la missione d'accompagnamento del Gruppo non sta forse cambiando?

Il modo in cui i nostri clienti conducono la loro attività è una fonte di ispirazione e di informazioni preziose per migliorare i nostri servizi e sviluppare nuove offerte. Sia nel campo dell'innovazione che delle nuove tecnologie ecoresponsabili, sono una forza motrice che ci spinge costantemente in avanti. Il nostro valore aggiunto sta nella nostra capacità di co-costruire con loro le soluzioni di domani. Perché, più che mai, siamo impegnati in una logica di partnership basata su rapporti stretti.



“La nostra ambizione è costruire offerte perfettamente adattate alle specificità di ogni canale di distribuzione e sfruttare meglio i nostri dati per trasformarli in una fonte di valore aggiunto.”

UNA SUPPLY CHAIN ANCORA PIÙ EFFICACE GRAZIE ALL'INTELLIGENZA ARTIFICIALE

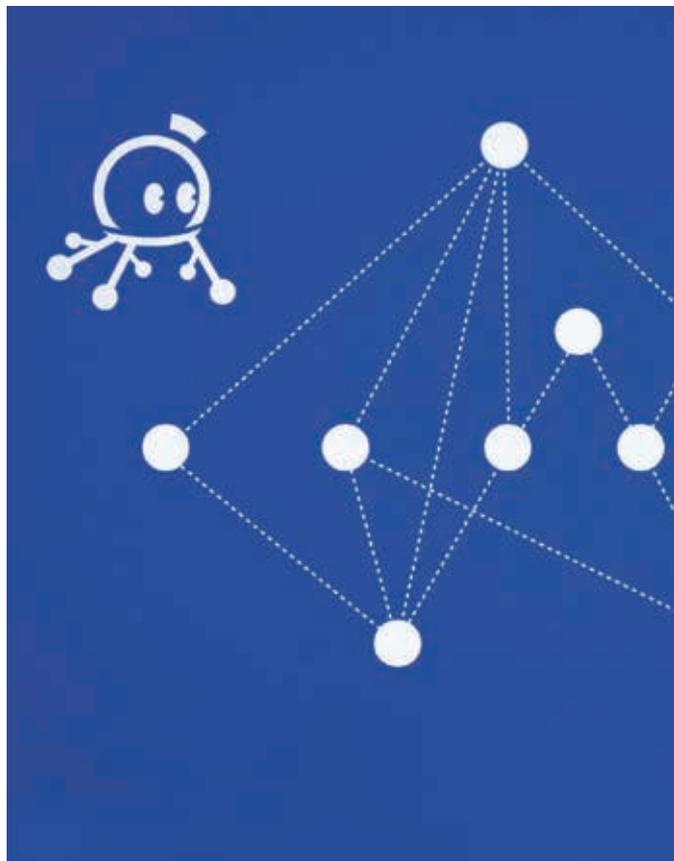
DA MARZO 2021, STEF SPERIMENTA L'OTTIMIZZAZIONE DEI PIANI DI TRASPORTO ATTRAVERSO L'INTELLIGENZA ARTIFICIALE, IN COLLABORAZIONE CON LA START-UP DCBRAIN. LA POSTA IN GIOCO? UNA MAGGIORE AGILITÀ PER AFFRONTARE LE VARIAZIONI DELL'ATTIVITÀ E MENO EMISSIONI DI CO₂.

Da diversi anni, si è accentuata la complessità dei flussi e dei vincoli da rispettare, al punto che è diventato molto difficile gestire efficacemente tutti i fattori di ottimizzazione. STEF ha deciso di accelerare la sua trasformazione digitale e si è rivolta a DCbrain, start-up specializzata in intelligenza artificiale applicata a reti fisiche complesse. Gli obiettivi sono: ottimizzare l'uso della sua flotta e

quella dei suoi subappaltatori per ridurre meccanicamente le emissioni di CO₂ e guadagnare in termini di reattività, adattando i modelli operativi sulla base delle variazioni dell'attività.

Una prima sperimentazione è stata condotta nel 2020 presso un sito pilota dove il Gruppo ha implementato la soluzione di intelligenza artificiale INES, che utilizza la tecnologia digital twin. La sperimentazione è stata assolutamente soddisfacente, poiché questi nuovi modelli operativi migliorano lo sfruttamento delle

risorse di trasporto, aumentano la qualità del servizio e riducono le emissioni di gas ad effetto serra. Grazie a questa innovativa tecnologia AI ibrida, STEF può ora simulare i suoi piani di trasporto a livello nazionale e filiale per filiale, usufruire di una maggiore capacità di anticipazione grazie all'analisi predittiva e formulare raccomandazioni di ottimizzazione in tempo reale. La soluzione INES sarà implementata in tutte le filiali a partire da giugno 2021.



LA FILIALE DI ORLÉANS-NORD RAFFORZA LA SUA OFFERTA ESPOSITIVA

NEL 2020, LA FILIALE DI ORLÉANS-NORD HA COMPLETAMENTE RIORGANIZZATO LE SUE LINEE DI PRODUZIONE PER TENERE IL PASSO CON LA CRESCITA DEI VOLUMI DEI SUOI CLIENTI.

Aperta nel 2017, STEF Orléans-Nord è una filiale all'avanguardia. Offre una gamma completa di servizi: logistica, trasporto e imballaggio di prodotti alimentari dolci e salati, compresa la presentazione su espositori tradizionalmente installati dalle marche nei negozi, sulle teste di gondola.

Nel gennaio 2019, il Gruppo ha vinto il progetto Pasqua 2020 per un importante marchio di cioccolato. La sfida: 60.000 display in più all'anno, che portano il numero di espositori prodotti a oltre 160.000 all'anno!

A partire dalla primavera 2019, un team dedicato si è mobilitato per studiare i processi innovativi più adatti a queste produzioni.

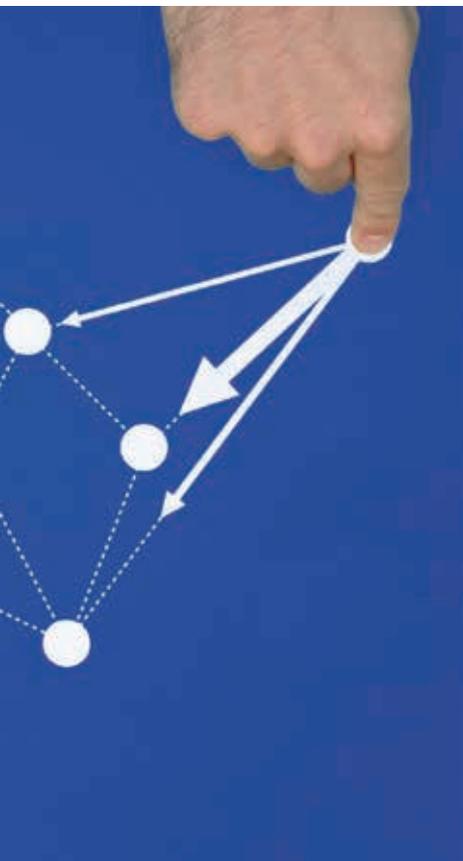
Gli obiettivi: automatizzare, mantenendo la massima flessibilità per accompagnare le mutevoli esigenze dei suoi clienti, creare uno strumento di grande capacità per assorbire le dinamiche di

sviluppo migliorando la competitività e le condizioni di lavoro dei dipendenti.

Nonostante un contesto particolarmente teso a causa della crisi sanitaria, la produzione è stata avviata nel luglio 2020. E grazie a un processo completamente controllato, i nuovi espositori di cioccolato sono arrivati nei reparti all'inizio del 2021, per la gioia di tutti i golosi!

“Diventando un'azienda data-centric, STEF dimostra la sua leadership ed incarna il cambiamento che deve operare il settore dei trasporti e della logistica.”

Benjamin de Buttet
COO e cofondatore di DCbrain



UNA PARTNERSHIP INEDITA SULLA RICERCA COLLABORATIVA

SONO ORMAI DUE ANNI CHE STEF ITALIA È PARTNER
DEL PROGETTO IDEALS - **INNOVATION AND DESIGN AS LEADERSHIP** - CONDOTTO
DAL POLITECNICO DI MILANO.



Questa pionieristica piattaforma di ricerca internazionale lavora su nuove iniziative e nuovi strumenti per incoraggiare il coinvolgimento dei dipendenti nei processi di innovazione con l'obiettivo di far evolvere le organizzazioni. IDEaLS poggia su tre pilastri: l'innovazione come vettore di significato nell'evoluzione delle organizzazioni, il design

come fondamento del cambiamento collettivo e la leadership come motore dell'impegno comunitario. All'interno di IDEaLS, STEF Italia partecipa a diversi gruppi di lavoro al fianco di altre grandi aziende, come Adidas e Philips. Il lavoro svolto ha già portato all'implementazione di metodologie che guidano il Gruppo verso un nuovo approccio alla condivisione dell'innovazione all'interno dell'azienda.

NUOVA TAPPA PER LA NOSTRA INIZIATIVA D'INNOVAZIONE!

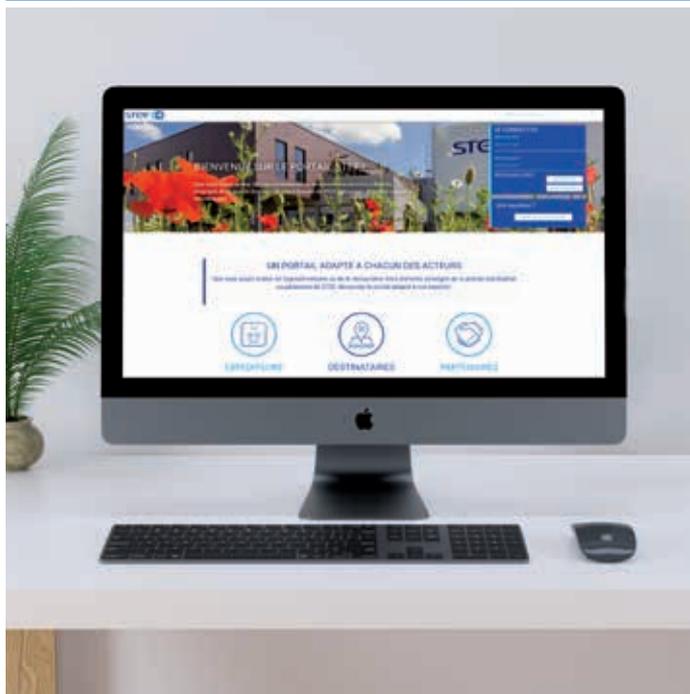
Per realizzare progetti su larga scala che rispondano alle sfide della supply chain alimentare di domani, nel 2020 il Gruppo ha creato una Direzione Innovazione. Le sue prime azioni sono state la diffusione a livello europeo di uno strumento interno per l'ideazione e la condivisione di innovazioni locali, così come la creazione di una piattaforma di monitoraggio collaborativo.

Questa iniziativa si basa sulla nostra cultura imprenditoriale, sul senso di iniziativa dei nostri team, sulla nostra capacità di trasformare le idee in realtà e sulla competenza delle nostre direzioni professionali e di sviluppo commerciale.

Il nostro approccio è decisamente pragmatico e orientato all'azione. Facilitando le relazioni tra le comunità di dipendenti, sprigiona le energie, incoraggia le iniziative locali e la loro condivisione, e promuove l'apertura con il nostro ecosistema e i suoi cambiamenti. Più che mai, l'obiettivo è quello di cogliere tutte le opportunità tecnologiche e di sviluppare le migliori pratiche che possono essere applicate in tutto il Gruppo.

STEF METTE LA DIGITALIZZAZIONE AL SERVIZIO DEI SUOI CLIENTI

Il 2020 è stato l'anno della diffusione del nuovo portale clienti STEF in tutta Europa. Un'interfaccia unica che consente di gestire tutte le operazioni di trasporto in Europa.



Monitoraggio degli ordini in tempo reale, accesso ai documenti di consegna dematerializzati, dashboard con indicatori strategici, sono le nuove funzionalità disponibili per i clienti del Gruppo. Ma non finisce qui, poiché anche i destinatari possono accedere ai documenti di consegna dematerializzati. Con oltre 6.000 account già creati, il

nuovo portale quest'anno offrirà nuovi servizi, tra cui la gestione degli imballaggi e l'acquisizione degli ordini per i servizi di trasporto e logistica. Il Gruppo continua così i suoi sforzi di digitalizzazione e dematerializzazione per soddisfare meglio le esigenze dei suoi clienti e rispondere alle sfide ambientali.

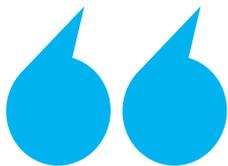
IMPEGNARSI A FAVORE DEL VALORE UMANO

La qualità e le performance dei nostri servizi poggiano sulle donne e sugli uomini del Gruppo. Formarli, farli crescere nel loro percorso professionale, garantire la loro sicurezza e la loro realizzazione sul lavoro sono da sempre sfide importanti.



INCONTRO CON JEAN-YVES CHAMEYRAT, DIRETTORE RISORSE UMANE DEL GRUPPO STEF

NEL CORSO DEL 2020, ANCHE DURANTE I SUCCESSIVI LOCKDOWN, LE SQUADRE DI STEF HANNO CONTINUATO LA LORO MISSIONE DI APPROVVIGIONAMENTO DELLA POPOLAZIONE. JEAN-YVES CHAMEYRAT, DIRETTORE DELLE RISORSE UMANE DEL GRUPPO, CONDIVIDE CON NOI LE SUE RIFLESSIONI SUL NOTEVOLE IMPEGNO UMANO DIMOSTRATO DA TUTTI IN QUESTA SITUAZIONE ECCEZIONALE.



Quali sono, dal suo punto di vista, le ripercussioni di questa situazione sanitaria inedita?

La particolarità del Gruppo STEF è che la sua attività non può mai fermarsi a causa della sua missione di approvvigionamento della popolazione. Ciò spiega perché le nostre squadre, con poche eccezioni, hanno continuato a lavorare, anche nelle condizioni particolarmente difficili dell'inizio della pandemia. A tale scopo, sono stati impostati molto rapidamente nuovi parametri di riferimento e sono state compiute imprese eccezionali. La motivazione di tutti è stata esemplare. Tuttavia, le insolite condizioni di lavoro, le incertezze sull'evoluzione della situazione sanitaria e l'assenza di stretti legami possono aver destabilizzato alcuni dei nostri dipendenti o suscitato ansia in alcuni di loro. I metodi di lavoro sono stati profondamente sconvolti in tutte le attività del Gruppo: gestire una squadra o portare avanti un progetto a distanza non è affatto facile.

Tuttavia, i team di STEF sono stati all'altezza...

Siamo, per natura, un'azienda molto orientata all'operatività, molto reattiva. Ma abbiamo anche bisogno di conoscerci e incontrarci per costruire relazioni forti e lavorare bene insieme. È così, fa parte della nostra cultura. Questa forma di vicinanza è stata compromessa dalla pandemia, ma la forza della nostra solidarietà interna, costruita nel corso dei decenni, ci ha aiutato a far fronte a questa situazione senza precedenti. Abbiamo anche giocato la carta della trasparenza, su tutti i fronti: organizzativo, economico... Informare significa dare fiducia e responsabilizzare. Alla fine, il 2020 ha dimostrato che è possibile lavorare in modo diverso. Come tale, è stata un'opportunità per spostare il cursore.

Come affronta il 2021 e gli anni futuri?

Dopo tali sconvolgimenti, i cambiamenti culturali e le nuove abitudini di lavoro saranno più veloci da implementare, sia internamente che con i nostri clienti. Questo particolare contesto ha anche portato all'emergere - o addirittura al rafforzamento - di aspettative individuali e collettive che sono diventate durature. La funzione delle risorse umane e il management in generale devono rispondere a queste maggiori esigenze di accompagnamento, vicinanza e visibilità. Questi vari progetti erano già pianificati o in corso nel 2020, ma sono più rilevanti che mai nel 2021, e lo saranno per gli anni a venire.

A quali progetti fa riferimento?

Penso, per esempio, alla promozione interna, al miglioramento delle condizioni di lavoro, alla salute e alla sicurezza dei dipendenti, che sono tutte questioni fondamentali; ma anche a vari progetti trasversali che abbiamo intrapreso e che sono prioritari per il Gruppo. Questo è particolarmente vero per la parità di genere sul posto di lavoro: vogliamo fare in modo che le condizioni di esercizio di alcune professioni, storicamente considerate maschili, siano più facilmente accessibili alle donne. Per abbattere i muri e sfondare i soffitti di cristallo, dobbiamo rivedere i processi di assunzione, la gestione della carriera, l'ambiente di lavoro, gli orari di lavoro, ecc. Occorre anche cambiare le mentalità. Abbiamo già condotto con successo questo processo per modificare la percezione delle persone sul tema della disabilità. È un buon esempio da seguire. Altre grandi questioni che ci vedranno in prima linea negli anni a venire saranno la formalizzazione del nostro modello manageriale e il rafforzamento della nostra responsabilità sociale.

Cosa intende per modello manageriale?

È lo zoccolo della nostra cultura STEF. L'esperienza che ogni dipendente può vivere all'interno del Gruppo non deve dipendere dalla personalità del suo manager, dal sito o dal paese in cui lavora. Deve essere parte di un insieme di principi condivisi che ispirano tutte le azioni di gestione,

indipendentemente dal luogo o dalla professione esercitata. Ciò riguarda sia le relazioni interne che quelle con i clienti, i processi operativi e la politica di innovazione. Stiamo lavorando alla traduzione semplice e concreta di questi principi comuni in comportamenti quotidiani.

Parlava anche di responsabilità sociale d'impresa. È già un forte pilastro della politica CSR di STEF. E il Gruppo può rivendicare belle iniziative in questo campo...

Questo non deve impedirci di voler fare di più e meglio! Più che mai, la nostra responsabilità consiste nel far funzionare l'ascensore sociale. Lo facciamo da molti anni e continueremo a farlo anche in futuro. La dinamica del Gruppo e la natura delle nostre attività ci permettono di integrare, formare e sviluppare professionalmente molte persone, soprattutto giovani, indipendentemente dal loro livello di qualificazione o dal luogo in cui vivono. Quando apriamo un sito, assumiamo localmente. Nel 2020, nonostante la crisi sanitaria, STEF ha assunto quasi 2.000 persone, praticamente lo stesso numero del 2019. E ogni anno ci sforziamo di aumentare il numero di contratti proposti a tempo indeterminato. Questo ruolo di ascensore sociale è un marcatore forte per noi. Vogliamo essere ancora più proattivi: non aspettare la domanda, ma suscitarsela, facendo conoscere meglio le nostre professioni, rafforzando i rapporti con le scuole, le università... Quest'anno lo ha dimostrato di nuovo: le donne e gli uomini di STEF sono la nostra più grande ricchezza e la nostra migliore carta vincente!

“Più che mai, la nostra responsabilità consiste nel far funzionare l'ascensore sociale. Lo facciamo da molti anni e continueremo a farlo anche in futuro.”



STEF LANCIA LA SCUOLA DI CONDUCENTI PER IL TRASPORTO STRADALE IN FRANCIA



Da STEF, il conducente è molto più di un semplice autista! Vero tecnico della strada, è anche un ambasciatore presso i nostri clienti dell'industria agroalimentare, della grande distribuzione e del settore ristorazione-catering. Figura chiave nello sviluppo commerciale del Gruppo, è al centro della nostra iniziativa Qualità. Questa professione

richiede pertanto un elevato livello di qualificazione in molti ambiti (guida, sicurezza, ambiente, ecc.).

Per formare profili esperti nel settore dei trasporti, STEF ha deciso di lanciare la propria scuola per conducenti in collaborazione con l'AFTRAL, principale organismo di formazione per il trasporto e la logistica in Francia. Questa formazione qualificante comprende 3

mesi di formazione teorica, seguiti da 6 mesi presso uno dei siti STEF nell'ambito di un contratto di apprendistato o di professionalizzazione.

Questo progetto fa parte integrante del programma di assunzione di 450 conducenti professionisti in tutta la Francia nel 2021 per soddisfare lo sviluppo delle nostre attività.

“LADIES FIRST” IL PROGRAMMA DI LEADERSHIP AL FEMMINILE DI STEF ITALIA

Tradizionalmente, il settore dei trasporti è percepito come un ambito prettamente maschile. Ecco perché STEF Italia ha deciso di capovolgere i codici e di aprire maggiormente le sue professioni alle donne.

L'iniziativa ha preso forma attraverso un programma denominato “Ladies first”, che mira a promuovere lo sviluppo della leadership femminile. Realizzato con l'aiuto di uno studio di consulenza esperto, mira a sensibilizzare i dirigenti e la Direzione delle Risorse Umane sul tema dell'uguaglianza di genere in ambito professionale.



La decostruzione degli stereotipi, il sostegno ai siti per facilitare le analisi comparative delle situazioni, il dialogo con le parti sociali e la realizzazione di azioni di progresso cominciano a dare i loro frutti. Alla fine del 2020, le donne rappresentavano circa il 33% dell'organico di STEF Italia.



L'ATTACCAMENTO AL TERRITORIO AL SERVIZIO DEL L'INSERIMENTO PROFESSIONALE

Dal 2020, STEF ha avviato un piano di formazione e di assunzione di addetti alla preparazione degli ordini presso il sito di Tigery. Fedele ai suoi principi, il Gruppo ha scelto di privilegiare un percorso di inserimento professionale, rivolgendosi a persone che non hanno necessariamente una formazione specifica alle sue professioni e provenienti dai quartieri individuati come prioritari dall'Amministrazione della città.

Il team HR hanno lavorato a stretto contatto con l'agenzia di

collocamento locale per individuare i candidati e organizzare incontri per presentare le attività del Gruppo. I candidati interessati sono stati intervistati prima di essere invitati presso la sede di STEF Tigery per un tour delle strutture e una spiegazione dettagliata dell'attività.

Alla fine di questo processo, 20 nuovi dipendenti hanno iniziato il loro percorso di integrazione e hanno usufruito di 140 ore di formazione al loro nuovo lavoro.



PIÙ SOLIDARIETÀ CON I RESTOS DU CŒUR

Impegnata dal 2009 con i Restaurants du Cœur, STEF mette ancora una volta il suo know-how di specialista della logistica dei prodotti alimentari al servizio di questa associazione. Nel febbraio del 2020, Stanislas Lemor, Presidente e

CEO di STEF, e Patrice Blanc, presidente dei Restaurants du Cœur, hanno firmato un nuovo accordo di sponsoring di tre anni (2020-2022). Obiettivo: fornire all'associazione un sostegno a lungo termine in termini di competenze, formazione e risorse tecniche.

L'accordo si basa su quattro assi:

- sostegno alla raccolta annuale dei Restaurants du Cœur con la messa a disposizione di veicoli con conducente e aree di stoccaggio;
- sponsorizzazione delle competenze incentrata sulla sicurezza e l'ottimizzazione dei magazzini dell'associazione;
- formazione dei volontari a diverse professioni (addetto alla preparazione degli ordini, magazziniere, caposquadra e responsabile delle attività...) e dei responsabili in materia di diritto e normativa sociale. Tutte queste azioni sono gestite dall'Institut des Métiers du Froid, organismo di formazione del Gruppo STEF;
- supporto per la gestione logistica delle donazioni alimentari dell'associazione durante l'anno.



“Abbiamo bisogno della consulenza di professionisti per assicurare le nostre scorte e rendere l'intera catena di donazione più fluida ed efficiente. Con i team di STEF, abbiamo costruito una partnership di qualità che viene messa in pratica ogni giorno in modo molto concreto.”

Patrice Blanc, Presidente dei Restaurants du Cœur

CAMPUS PARENTALITÉ

UNA PARTNERSHIP EDUCATIVA UNICA PER CONTRIBUIRE AL SUCCESSO SCOLASTICO DEI FIGLI DEI DIPENDENTI



Dal 2018, STEF propone ai suoi collaboratori francesi l'abbonamento gratuito a una piattaforma di sostegno scolastico online, Campus Parentalité. Questo dispositivo 100% digitale è stato particolarmente apprezzato nel 2020.

Basato sui programmi scolastici dalla prima elementare all'ultimo anno di liceo, accompagna gli

studenti durante tutto il loro percorso scolastico offrendo loro esercizi divertenti e interattivi. La posta in gioco? Progressi personalizzati, al proprio ritmo! Senza dimenticare l'accesso a una biblioteca digitale e una valutazione di orientamento per scoprire nuove carriere attraverso una serie di test e questionari. La piattaforma offre anche ai genitori tutti i tipi di consigli e suggerimenti

per aiutarli nella loro genitorialità. Nel 2020, oltre 450 nuovi membri si sono iscritti al Campus Parentalité, accanto ai 3.000 genitori e bambini che già vi aderiscono. Basandosi su questo successo, il Gruppo ha messo a punto una nuova soluzione per raggiungere un target ancora più ampio di utenti, dalla prima infanzia ai nonni.



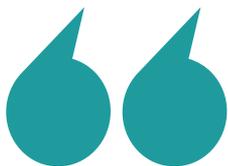
COSTRUIRE UNA SUPPLY CHAIN ANCORA PIU VIRTUOSA

Nuovi impegni, nuovi obiettivi...
Quest'anno STEF ha deciso di
rivitalizzare la sua politica
ambientale. Con una priorità:
combattere il cambiamento climatico.



INCONTRO CON ARMELLE PERRIER, DIRETTRICE DELLO SVILUPPO SOSTENIBILE DEL GRUPPO STEF

NEL 2020, ARMELLE PERRIER HA ASSUNTO LE REDINI DELLA POLITICA AMBIENTALE DEL GRUPPO. INGEGNERE AMBIENTALE E SICUREZZA DI FORMAZIONE, HA ATTINTO DALLA SUA ESPERIENZA PROFESSIONALE DI OLTRE 20 ANNI IN QUESTO CAMPO PER COSTRUIRE LA ROADMAP DEL GRUPPO SUL CLIMA. CI SPIEGA L'IMPOSTAZIONE E GLI OBIETTIVI.



Qual è la sua missione nel Gruppo?

La mia missione è quella di strutturare e rafforzare l'iniziativa ambientale del Gruppo, un settore in cui è precursore, poiché ha iniziato questo processo più di dieci anni fa. Si tratta di definire le sue nuove ambizioni: obiettivi quantificati, risorse necessarie per raggiungerli e attuazione di indicatori per monitorarli. Il mio ruolo è anche quello di guidare una community di ambasciatori e referenti ambientali interni in tutta Europa, per imprimere l'impulso necessario alle politiche attuate in ogni paese e in ogni business unit. Per orchestrare questa iniziativa e assicurare che i progetti siano adeguatamente coordinati, è stato creato un comitato di pilotaggio che si riunisce una volta al mese.

È composto da dieci membri: la metà sono esperti del Gruppo, l'altra metà sono membri del comitato esecutivo. Il coinvolgimento dei vertici è essenziale per dare impulso e intraprendere azioni concrete.

Ha fatto della lotta contro il cambiamento climatico una priorità: perché?

La lotta contro il riscaldamento globale è una priorità che deve essere necessariamente abbracciata. La crisi sanitaria ha agito come un elettroshock che ha spinto le aziende e gli individui a mettersi in moto. Ciò è ancora più vero se si considera che i segni del cambiamento climatico sono sempre più visibili nella nostra vita quotidiana, con temperature che ora raggiungono livelli preoccupanti. Siamo ormai tutti impegnati in una corsa contro il tempo per ridurre le emissioni di gas ad effetto serra (GHG) e le aspettative nei confronti del nostro settore d'attività sono particolarmente elevate.

Infatti, nel 2020 abbiamo condotto uno studio diagnostico che ha evidenziato le forti aspettative di tutti i nostri stakeholder in questo settore, sia dei nostri clienti che dei nostri dipendenti. Questo desiderio collettivo di cambiare marcia è eccitante e decisivo per l'ambizione che nutriamo con questa iniziativa.

Quali sono gli obiettivi? E come sono stati costruiti?

Abbiamo classificato i nostri obiettivi di riduzione delle emissioni di gas ad effetto serra intorno a due tematiche principali: una mobilità sostenibile e un ciclo del freddo più virtuoso. Il primo si riflette nel nostro impegno a ridurre le emissioni di CO₂ dei nostri veicoli del 30% entro il 2030. Il secondo è rappresentato dal nostro impegno a convertire i nostri edifici al 100% di energia a basso contenuto di carbonio entro il 2025. Questi obiettivi sono stati definiti in collaborazione con i team interessati (Direzione tecnica dei veicoli e Direzione immobiliare) e insieme abbiamo individuato le risorse che possono essere attivate per raggiungerli. Non ha senso avere obiettivi ambiziosi se non possono essere realizzati!

Quali piani d'azione sono previsti per raggiungere questi obiettivi?

Abbiamo costruito un programma decennale. Per quanto riguarda la flotta di veicoli, una parte passerà al biocarburante prodotto esclusivamente a partire dai coprodotti derivanti dalla coltivazione francese di colza. Questa iniziativa offre un triplice vantaggio: ridurre le emissioni di gas ad effetto serra dei veicoli interessati del 60%, valorizzare un coprodotto dell'agricoltura francese e ridurre le importazioni europee di biocarburanti (il cui impatto sulla deforestazione è disastroso). Per i veicoli che servono le aree urbane a basse emissioni (ZFE) nelle grandi aree urbane, abbiamo scelto di promuovere quelli funzionanti con il biogas prodotto dalla metanizzazione dei rifiuti agricoli e dei rifiuti biologici dei prodotti alimentari non consumati. Stiamo anche testando altre energie alternative, come l'energia elettrica, il cui sviluppo futuro permetterà presto un'autonomia sufficiente a garantire sia la mobilità che la produzione di freddo. Vorrei aggiungere che abbiamo voluto estendere questa iniziativa al nostro ecosistema e che stiamo elaborando un programma di accompagnamento per i nostri subappaltatori allo scopo di coinvolgerli per ridurre la nostra impronta di carbonio. Sono già in corso alcune sperimentazioni in tre dei nostri paesi: Spagna, Italia e Francia.

E per la produzione di freddo, come pensate di raggiungere il 100% di energia a basso contenuto di carbonio negli edifici?

Stiamo sviluppando fortemente l'uso di pannelli fotovoltaici presso i nostri siti nell'Europa meridionale (Italia, Spagna, Portogallo e Sud della Francia) e abbiamo firmato "contratti verdi" con alcuni fornitori di elettricità.

Oltre ai nostri magazzini, sostituiranno le unità di refrigerazione nei nostri veicoli (che sono principalmente alimentati con gasolio non stradale) con altre energie. I metodi attualmente testati dal Gruppo sono l'energia elettrica prodotta dal motore del veicolo, che dovrebbe ridurre le emissioni associate del 30%, la criogenia e l'idrogeno, di cui sentiremo parlare presto.

Il 2021 promette di essere molto ricco...

Effettivamente! Tanto più che il nostro piano d'azione è completato con un obiettivo più ampio: fare in modo che ogni dipendente del Gruppo si senta toccato da vicino e diventi un attore della riduzione dell'impronta di carbonio, nella sua vita professionale e personale. A tal fine, alcune entità pilota del Gruppo hanno lanciato tre progetti sperimentali per il 2021: l'elettificazione di una flotta di veicoli di servizio, un programma di eliminazione della plastica negli uffici e un programma di biodiversità nei nostri cantieri immobiliari. Sono fiduciosa perché so che tutte le squadre sono impegnate in questo magnifico progetto aziendale!



Il Gruppo STEF s'impegna a favore del clima.

Un programma decennale:

- - 30% di emissioni di CO₂ entro il 2030 per i nostri veicoli;
- 100% di energia a basso contenuto di carbonio entro il 2025 per i nostri edifici;
- accompagnare i subappaltatori dei trasporti in un percorso più virtuoso.

LA LOGISTICA URBANA CONTRIBUISCE AL DINAMISMO DEI CENTRI CITTÀ

È quindi essenziale trovare il giusto equilibrio tra le esigenze economiche, il rispetto dell'ambiente e la qualità della vita dei cittadini. Per raggiungere questo obiettivo, il Gruppo sta lavorando attivamente su tutte le leve tecnologiche a sua disposizione.



Il gas naturale compresso (GNC) costituisce oggi un'alternativa alla motorizzazione diesel per una logistica dell'ultimo miglio più verde.

● **A Bruxelles**, dal 2017, STEF Belgio gestisce uno spazio logistico di distribuzione urbana per il mercato mattutino. Gli addetti svolgono attività di cross-docking: ricezione di prodotti alimentari freschi e congelati durante la notte, poi distribuzione dalle 6 del mattino alle 15 del pomeriggio. Da marzo 2021, un camion GNC ha arricchito la flotta di STEF Belgio per le consegne ai commercianti e ai ristoranti del centro città. Questo nuovo veicolo offre il vantaggio di dimezzare le emissioni di particolato e acustiche, a fronte di un'impronta di carbonio migliorata del 30% circa.

● **A Nantes**, il sito di Carquefou ha aggiunto alla sua flotta tre nuove motrici che funzionano integralmente a gas: propulsione del motore e produzione di freddo. Un'anteprima nel Gruppo! Questi veicoli rafforzano l'iniziativa ambientale del sito inaugurato nel 2013: illuminazione a LED, isolamento termico, pompa di calore, recupero dell'acqua piovana. È inoltre dotato di una banchina di ricezione e spedizione delle merci che può accogliere veicoli appositamente adattati per le consegne in centro città.



I DROIDI PER LE PICCOLE CONSEGNE NEL CUORE DELLE CITTÀ?

È la sfida della sperimentazione cui partecipa STEF dal 2020 a Montpellier. Questi droidi 100% elettrici, progettati dalla start-up occitana TwinswHeel, viaggiano fino a 6 km/h in ambienti congestionati e possono raggiungere i 12,5 km/h in spazi aperti. L'obiettivo è verificare in situ l'affidabilità del servizio erogato, la fluidità dell'inserimento dei robot nel traffico e l'accettabilità di questo metodo di consegna da parte dei pedoni prima della loro implementazione nelle aree urbane a basse emissioni (ZFE). Lanciata dalla Città Metropolitana di Montpellier, dall'ADEME e dallo Stato, questa sperimentazione è condotta in collaborazione con STEF, La Poste e Cara, il cluster di competitività con competenze nel trasporto collettivo di passeggeri e nel trasporto di merci tramite droidi.

BLUE ENERSUN PILOTA LA COSTRUZIONE DI OTTO NUOVE CENTRALI FOTOVOLTAICHE



Blue EnerFreeze, filiale di IMMOSTEF dedicata alla gestione dell'energia, ha creato una joint-venture con Storewatt, partner storico, per lo sviluppo di impianti fotovoltaici per l'autoconsumo. La nuova filiale, Blue EnerSun, pilota attualmente la costruzione di otto

nuove centrali in Italia, Portogallo e Spagna, che entreranno in servizio nella prima metà del 2021. Nel corso dell'anno saranno avviati anche sei impianti in Francia. In totale, 27 MWp alimenteranno i magazzini del Gruppo dotati di pannelli fotovoltaici con energia a basso contenuto di carbonio.

STEF ENTRA NEL PROGETTO LEAN & GREEN* DI GS1** PORTUGAL



Decidendo di unire le forze nell'ambito di questo programma di certificazione, STEF e Bel Portugal dimostrano chiaramente la loro volontà comune di ridurre le emissioni di CO₂ delle loro operazioni logistiche.

Impegnata nella lotta contro il cambiamento climatico, STEF ha ovviamente risposto presente per condividere questa iniziativa con il suo cliente. Da parte sua, Bel Portugal, specializzata in soluzioni lattiero-casearie e a base di frutta, con una forte presenza e marchi locali, intende fare del suo meglio per sviluppare una catena alimentare sostenibile nel paese.

Attraverso questa partnership collaborativa, STEF e Bel uniscono le forze per reinventare i loro modelli di gestione logistica e muoversi verso la neutralità carbonica.

***Lean & Green** è una certificazione di aziende e organizzazioni che si impegnano attraverso piani concreti, verificabili e controllabili per ridurre le emissioni di CO₂ nelle loro operazioni logistiche lungo tutta la catena di valore.

****GS1 Portugal** - Codipor è un'associazione privata, senza scopo di lucro, neutrale e multisettoriale, dichiarata di pubblica utilità. Riunisce circa 9.000 aziende dell'industria agroalimentare e mira a creare standard che possano essere condivisi da tutti.

**EMS: RINNOVO DELLA
CERTIFICAZIONE**

ISO 50001
E RISULTATI TANGIBILI



Dal 2014, STEF è impegnata in un'iniziativa volontaria di controllo del consumo di elettricità e, dal 2018, di carburante. In Francia, il Gruppo ha implementato un Sistema di Gestione dell'Energia (EMS) presso tutto il suo parco immobiliare, un impegno che ha consentito di ottenere la certificazione ISO 50001 presso 140 dei nostri siti, oggi rinnovata.

I risultati sono tangibili: le azioni condotte, combinate con le operazioni di sensibilizzazione dei dipendenti, hanno permesso di superare gli obiettivi di riduzione del consumo di elettricità e di ottenere una diminuzione del 23% per tonnellata trattata in banchina tra il 2014 e il 2020.

VEICOLI DOTATI DI GRUPPI REFRIGERANTI ELETTRICI “ENGINELESS”

Un “gruppo refrigerante”, è ciò che permette di ottenere freddo a bordo dei veicoli frigoriferi e di garantire la qualità sanitaria dei prodotti che ci vengono affidati. La maggior parte di questi dispositivi funziona attualmente con GNR (gasolio non stradale). L’obiettivo è di farli evolvere verso un funzionamento con energia elettrica prodotta dal motore del veicolo. Quali sono i benefici previsti? - 30% del combustibile consumato, e quindi - 30% delle emissioni di GHG (gas serra) associate. Attualmente è in fase di test una ventina di veicoli all’interno del Gruppo. Come il biogas e la criogenia, questa tecnologia rappresenta una delle soluzioni che il Gruppo sta sperimentando per ridurre il suo impatto climatico legato alle emissioni di GHG prodotte dai suoi veicoli.



ENERGIA RINNOVABILE E A BASSO CONTENUTO DI CARBONIO PRESSO IL SITO DI FIDENZA IN ITALIA

11.000 pannelli fotovoltaici, che coprono l’equivalente di tre campi da calcio, sono stati installati sulla nostra piattaforma logistica e di trasporto di alimenti surgelati a Fidenza. Questo impianto produrrà più di 4 milioni di kWh all’anno e sarà interamente dedicato all’approvvigionamento energetico del sito. Grazie a questo nuovo impianto, la maggior parte dell’energia necessaria per il funzionamento della piattaforma proverrà da fonti rinnovabili e a basse emissioni.



NUOVA NAVE, NUOVA LINEA!



Pelagos, la nuova nave della compagnia La Mériidionale, porta il nome del santuario marittimo creato tra la Corsica e il continente: un modo per ricordare l'approccio dell'azienda nei confronti della salvaguardia dell'ambiente.

PER TRAVERSATE SEMPRE PIÙ RISPETTOSE DELL'AMBIENTE

La flotta de La Mériidionale è in espansione. Nel 2020, una nuova nave è entrata nella flotta della compagnia di navigazione che oggi dispone di quattro navi miste: la Piana, la Kalliste, la Girolata e la Pelagos, consegnata nel maggio 2020. Insieme rappresentano una capacità totale di 7.600 metri lineari, l'equivalente di 560 rimorchi e 2.300 passeggeri con le rispettive auto.

Nuova linea internazionale – Alla fine del 2020, La Mériidionale ha aperto una linea marittima tra Marsiglia e Tangeri (Marocco). Questo servizio regolare per merci e passeggeri arriva in un momento chiave nella ricerca di alternative economiche ed ecologiche al trasporto su strada. I primi mesi di attività sono stati accolti molto positivamente, un buon auspicio per la rapida espansione di questa nuova

rotta. Dal 1° marzo 2021, La Mériidionale ha anche ripreso il servizio verso il porto di Ajaccio in partnership con Corsica Linea e il porto di Propiano, nell'ambito della nuova delega di servizio pubblico di 22 mesi tra la Corsica e il continente.

Riduzione dell'impatto di carbonio

– Sempre all'avanguardia nella protezione dell'ambiente, La Mériidionale ha investito molto per ridurre l'impatto di carbonio delle sue attività. Dal 2017, ha installato un collegamento elettrico a banchina nel porto di Marsiglia per ridurre le emissioni inquinanti e acustiche legate al funzionamento dei motori durante gli scali. Nel 2020, le navi all'ormeggio rappresentavano più del 94% del consumo di elettricità. Un'altra innovazione con risultati promettenti: il filtro antiparticolato installato a bordo della Piana evidenzia buone

prestazioni nella riduzione degli scarichi di zolfo e di particelle fini in mare. La Pelagos è anche dotata di uno scrubber ibrido che può funzionare a circuito aperto o chiuso e che intrappola gli inquinanti gassosi contenuti nei gas di scarico dei motori di propulsione e dei generatori.



PENSANDO AL DOMANI!

È l'invito proposto dall'opera pubblicata da STEF per festeggiare il suo centenario. Nel capitolo conclusivo, nove esperti di fama internazionale hanno accettato di condividere il loro punto di vista sull'evoluzione del mondo alimentare di fronte alle numerose sfide che deve affrontare.

Innovazione nel campo del freddo, tracciabilità, futuro dell'alimentazione, lotta agli sprechi alimentari, sviluppo delle filiere corte e supply chain di domani... Questi rinomati specialisti tracciano le linee direttrici della trasformazione, che è necessariamente plurale per tener conto dei molteplici parametri. Un fermento di idee che arricchisce tanto le nostre riflessioni quanto i nostri impegni.



CITAZIONI SCELTE



“Non è un caso che il freddo sia diventato nel 2019 una priorità mondiale tra i vari obiettivi dello sviluppo sostenibile delle Nazioni Unite (...). Sono già in arrivo nuove applicazioni per costruire il futuro dell'umanità. (...) È quindi legittimo pensare che il freddo possa diventare una delle soluzioni nella lotta contro il riscaldamento globale (...) grazie alla cattura e allo stoccaggio di CO₂ allo stato liquido (...).”

In “Saremo mai in grado di analizzare tutti gli aspetti legati al freddo?”

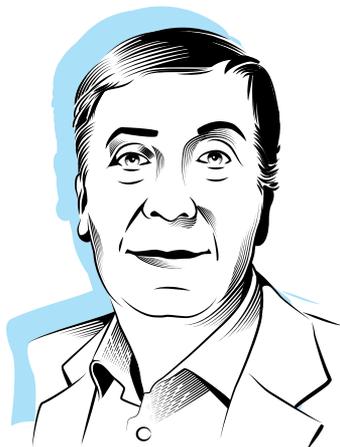
a cura di **Didier Coulomb**, Direttore generale dell'Institut international du froid in Francia.



“Nell'era digitale, il trasporto e la consegna a domicilio di prodotti alimentari e di grande consumo sono diventati più complessi. Il consumatore esige un servizio rapido, pratico e poco costoso. Come se non bastasse, è diventato indispensabile garantire non soltanto la sicurezza alimentare, ma anche la qualità e la catena del freddo nel corso dell'intero processo.”

In “Un settore rivolto all'avvenire.”

a cura di **Francisco Javier Campo**, Presidente dell'Asociación de Fabricantes y Distribuidores (AECOC).



“Il ruolo pionieristico del settore agroalimentare nella comparsa di una sensibilità logistica, soprattutto nel “freddo”, è spiegato dalla molteplicità e dall’importanza dei vincoli da gestire (...). Per le aziende del freddo, la ricerca continua di soluzioni innovative per far fronte a queste sfide si è rapidamente rivelata come un’opportunità per creare valore e nuovi vantaggi concorrenziali.”

In “La fornitura di servizi logistici: chiave del successo, passaporto per il futuro.”

a cura del **Dott. Jacques Colin**, Professore in scienze gestionali presso l’Università di Aix-Marseille fino al 2017.

“Oggi si parla di una “trasformazione alimentare 3.0” che sta stravolgendo il nostro modo di mangiare e il settore agroalimentare sulla base di tre sfide principali, ovvero il benessere alimentare, il ruolo del “phygital” nelle pratiche alimentari e il consumo di alimenti alternativi (...). Man mano che le tecnologie digitali si fanno onnipresenti, è particolarmente interessante capire in che modo l’integrazione della tecnologia influenzi i comportamenti alimentari.”

In “La trasformazione alimentare 3.0: come mangeremo domani?”

a cura della **Dott.ssa Wided Batat**, Dottoressa in scienze gestionali, professoressa-ricercatrice ed etnografa specializzata in Food Experience & Well-Being.



💧💧 Attenzione alle false verità o alle applicazioni eccessivamente meccaniche. (...) I circuiti brevi economici e solidali privilegiano il legame sociale, la cooperazione, la trasparenza e l'equità tra gli attori (...). Abbiamo bisogno anche della media distanza, alla quale è possibile applicare le virtù sociali e ambientali dei circuiti brevi. 💧💧

In "Medie distanze e filiera corta: verso una complementarità necessaria?"



a cura di **Françoise Bernon**, Delegata generale presso il Laboratorio dell'Economia Sociale e Solidale (ESS) dal 2011 al 2020.

a cura di **Marie Morvan**, Responsabile di progetto presso il Laboratorio dell'Economia Sociale e Solidale (ESS).



💧💧 Il trasporto frigorifero, e in senso più ampio la logistica a temperatura controllata (...), devono continuare ad evolversi e ad innovare per adattarsi agli sviluppi della società e ai vincoli sociali, ambientali ed economici. (...) Lo sviluppo dei big data, delle fenomenali capacità dell'intelligenza artificiale aprono nuove prospettive. 💧💧

In "Tracciabilità, trasparenza e il triangolo di Monvoisin: breve pedagogia del freddo ad uso del cittadino-consumatore."

a cura di **Gérald Cavalier**, Presidente del Gruppo Cemafroid, della commissione scientifica e tecnologica dell'Institut international du froid, dell'Association française du froid.



💧 Nel mondo, 821 milioni di persone soffrono la fame, mentre vengono sprecati 1,3 miliardi di tonnellate di derrate alimentari, vale a dire un terzo del cibo prodotto ogni anno. (...) I fornitori di servizi logistici possono svolgere un ruolo fondamentale nel ridurre questo spreco, creando valore per l'intero sistema ed esercitando una funzione sociale. 💧

In "Valorizzare le eccedenze alimentari: una sfida importante della nostra epoca."

a cura della **Dott.ssa Giulia Bartezzaghi**, Dottoressa e direttrice dell'Osservatorio della sostenibilità delle risorse alimentari presso il Politecnico di Milano.

a cura del **Dott. Marco Melacini**, Professore di gestione logistica presso il Politecnico di Milano, nell'ambito del Master of Science in Management Engineering.



DA SCOPRIRE SUL
NOSTRO SITO WEB:
WWW.STEF.COM



Pubblicazione: Direzione della Comunicazione - Céline Audibert - Catherine Marie

Progetto / Creazione / Realizzazione: Idéogramme Communication - Redazione: Corine Delahaye

Crediti fotografici: Clan d'Oeil - Cyril Bruneau - Fototeca STEF - La Méridionale - Istock.

Illustrazioni "Pensando al domani!" Yann Legendre



*Promuovere la gestione
sostenibile delle foreste*
Per maggiori informazioni:
www.pefc.org



Société Anonyme con capitale di 13.000.000 €
Sede legale: 93, boulevard Malesherbes - 75008 Paris
999 990 005 Registro Imprese di Parigi

www.stef.com