

# L'Essenziale

2021 / 2022



## SOMMARIO

Incontro con Stanislas Lemor	02
I nostri valori fondamentali	06
Per i nostri team	11
- Sguardi incrociati	
- Panoramica sui nostri paesi	
- Ritratti di collaboratori	
Per i nostri clienti	23
- Sguardi incrociati	
- Sempre più lontano!	
- Si fidano di noi	
- Soluzioni a valore aggiunto	
Per il nostro pianeta	35
- Sguardi incrociati	
- <i>Moving Green</i> : un anno dopo	
- Le nostre azioni a favore della mobilità sostenibile	
- L'impegno dei nostri paesi	
La Méridionale	46



# EDITORIALE

Questo nuovo numero de L'Essenziale fa eco alle sfide che abbiamo affrontato, ai cantieri che abbiamo lanciato ed ai progetti che abbiamo avviato per costruire insieme la *supply chain* di domani. Attraverso azioni concrete, evidenzia chi siamo e come interagiamo con i nostri stakeholder.

In un momento in cui le sfide economiche, sociali ed ambientali nel nostro settore sono immense, intendiamo creare sempre più valore per i nostri clienti, per i nostri team e per il nostro pianeta. Come? Combinando impegno collettivo e creatività per trasporti, logistica e imballaggi sempre più sostenibili.

Buona lettura!

**APPROVVIGIONARE OGNI  
GIORNO MILIONI  
DI CONSUMATORI**



**STEF** 

# INCONTRO CON

**STANISLAS LEMOR**

**Presidente e CEO di STEF**



### **Il 2021 è stato un anno ricco di progetti di sviluppo per STEF. Il Gruppo ne è uscito rafforzato?**

Nonostante l'instabilità causata dal contesto sanitario e una congiuntura contrassegnata da forti pressioni inflazionistiche, abbiamo vissuto un anno di ripresa economica in tutta Europa. Questa situazione ci ha imposto di adattarci a nuove circostanze, ma grazie all'impegno di tutti siamo riusciti a ritrovare il livello di performance del 2019 e addirittura a migliorarlo.

Il Gruppo ha dimostrato più che mai la sua solidità e la sua capacità di investire nel futuro. In concreto, ciò significa che, nonostante un contesto incerto, abbiamo continuato a intraprendere grandi progetti che costituiranno la spina dorsale del nostro sviluppo futuro. L'anno scorso, ad esempio, abbiamo speso quasi 300 milioni di euro - un record per il Gruppo - per nuovi investimenti in immobili e attrezzature e per operazioni di crescita esterna.

### **Questi investimenti hanno permesso di aprire una breccia nel Nord Europa con l'acquisizione di Langdons. Cosa ha spinto il Gruppo a compiere questo passo strategico?**

Questa acquisizione è una tappa naturale e logica nella costruzione della nostra rete, iniziata oltre 30 anni fa. Abbiamo voluto fare questa mossa strategica nel Regno Unito sia per soddisfare le esigenze sempre più globalizzate dei nostri clienti, sia per consolidare la nostra presenza nell'Europa occidentale.

Oggi siamo in grado di offrire loro un'assistenza di qualità in un ottavo paese, avvalendoci dell'esperienza del nostro personale britannico e di una rete che copre l'intero territorio.

La ripresa dell'economia britannica e le sinergie che saremo in grado di intessere con la nostra rete continentale delineano ottime prospettive per il futuro.

### **Avete anche consolidato la vostra presenza nei paesi in cui operate da tempo?**

È vero che abbiamo rafforzato la nostra strategia di sviluppo in molti paesi.

In Italia, Belgio e Paesi Bassi, ciò si è concretizzato attraverso l'acquisizione di attività di trasporto internazionale presso Nagel-Group e la firma di accordi di partnership che ci consentono di proporre ai nostri clienti servizi verso la Germania, l'Europa centrale e il Nord Europa.

In Francia, l'acquisizione completa di LIA e Nagel Airfreight France apre nuove opportunità internazionali e segna l'inizio della creazione di una nuova *business unit* specializzata nei flussi internazionali.

Infine, abbiamo consolidato la nostra presenza in Italia con l'acquisizione di una partecipazione nel gruppo SVAT, specialista nel trasporto di alimenti surgelati, e abbiamo finalizzato l'acquisizione di Enaboy, che migliorerà la nostra rete di trasporto in Spagna.

Al di là del nostro perimetro abituale, abbiamo investito per la prima volta in nuove forme di e-commerce con una partecipazione in Califrais, una *start-up* volta ad accompagnare il mercato generale di Rungis ad accelerare la sua trasformazione digitale.

### Il suo bilancio è altrettanto positivo anche per quanto riguarda la crescita organica?

Anche se il 2021 non è stato in alcun modo paragonabile al 2020, il contesto sanitario, con i suoi successivi lockdown e periodi di restrizione, ha continuato a pesare sul clima aziendale. Ciò ha influito sul nostro assetto operativo, che ha subito notevoli variazioni nel corso dell'anno, in un contesto caratterizzato da una carenza di manodopera.

Tuttavia, la ripresa del settore agroalimentare e l'evoluzione positiva dei consumi ci hanno permesso di ritrovare la dinamica di crescita precedente la pandemia. La ripresa della maggior parte delle nostre attività in Francia, con un notevole risanamento delle attività Seafood e Ristorazione professionale (RHD), e la dinamica positiva registrata in tutti i nostri paesi, con un ritorno alla performance operativa della Svizzera, dimostrano che il nostro *business model* è solido.

Ma tutto ciò non serve a nulla senza la fiducia dei nostri clienti in tutta Europa. A questo proposito, ci congratuliamo per la firma di nuovi contratti o del loro rinnovo e desidero ringraziarli calorosamente.

### Registrate questi buoni risultati in un contesto complicato, in quanto parallelamente subite un forte incremento dei costi energetici...

La forte ripresa dell'economia globale ha improvvisamente riportato al centro dell'attenzione la questione dell'inflazione. Ciò è particolarmente vero nel settore dell'energia, dove la seconda metà dell'anno è stata caratterizzata da un'impennata dei costi. Mentre il forte aumento del prezzo del petrolio è stato in parte assorbito da alcuni meccanismi di rifatturazione, l'aumento del costo dell'elettricità ha avuto un forte impatto sui nostri risultati.

A fronte dell'attuale situazione geopolitica che aumenta ulteriormente le tensioni sul mercato dell'energia, siamo determinati a fare passi avanti verso il controllo energetico. Oggi più che mai, la questione è come realizzare la nostra missione riducendo le emissioni, diminuendo l'uso di combustibili fossili o trovando fonti di energia alternative.

Tutto ciò è al centro dei nostri impegni per il clima. Abbiamo avviato un ambizioso programma di investimenti in pannelli fotovoltaici per la produzione di energia elettrica nei nostri magazzini e piattaforme. Abbiamo anche scelto di ridurre l'uso del diesel per alimentare i nostri veicoli introducendo gradualmente nel nostro mix energetico un biocarburante 100% vegetale, l'Oleol100, che rappresenterà il 30% del nostro consumo totale entro il 2025.

**“GLI IMPEGNI ASSUNTI NELL’AMBITO DELLA NOSTRA INIZIATIVA MOVING GREEN HANNO LO SCOPO DI GUIDARE LA NOSTRA TRANSIZIONE ENERGETICA FINO AL 2030.”**

### Quasi un anno fa avete annunciato l'impegno del vostro Gruppo per un'iniziativa a favore del clima. A distanza di un anno, quali sono i risultati?

Gli impegni assunti nell'ambito della nostra iniziativa *Moving Green* hanno lo scopo di guidare la nostra transizione energetica fino al 2030 e di evidenziare la nostra unicità nel settore. Sono molto soddisfatto dello slancio che ha suscitato questa iniziativa internamente presso tutti i nostri collaboratori e dei primi incoraggianti risultati che siamo riusciti ad ottenere.

Per quanto riguarda il nostro primo obiettivo di ridurre le emissioni di gas ad effetto serra del 30%, le abbiamo già diminuite del 13% rispetto al 2019, ovvero il nostro anno di riferimento. Evidentemente, contiamo sull'accelerazione del movimento con l'implementazione su più ampia scala del biocarburante B100, l'estensione dei gruppi refrigeranti elettrici, in sostituzione di quelli diesel per le nostre motrici e l'entrata in servizio di camion a gas per la distribuzione nelle zone a ridotte emissioni (ZFE).

Per quanto riguarda il nostro secondo obiettivo, che consiste nel consumare il 100% di energia a basse emissioni di carbonio presso i nostri siti entro il 2025, l'entrata in funzione di 10 impianti fotovoltaici ci consente di registrare oggi un consumo di energia a basse emissioni di carbonio pari al 76%, per un investimento di 25 milioni di euro nel 2021 e 2022. E non è tutto: entro la fine del 2022, dovremmo raggiungere la soglia di 42 impianti fotovoltaici in funzione.

Possiamo quindi affermare che siamo sulla strada giusta.

### Per concludere, come affronta il 2022? Segnerà una svolta?

La prima sfida sarà l'integrazione di Langdons, la maggiore acquisizione nella storia del Gruppo. La seconda sarà senza dubbio quella di mantenere una gestione rigorosa e una forte presenza commerciale in un contesto di pressioni inflazionistiche. Infine, la terza sfida riguarderà ovviamente l'attrattiva delle nostre attività, ma anche lo sviluppo delle competenze e la fidelizzazione dei nostri collaboratori. A questo proposito, desidero sottolineare che nel 2020 abbiamo lanciato l'iniziativa *MIX'UP*, relativa alle pari opportunità professionali e alla parità di genere, attraverso la quale abbiamo assunto l'impegno di aumentare del 25% il numero di donne nel Gruppo entro il 2030. Affrontare contemporaneamente ciascuna di queste sfide è un prerequisito per affrontare le crescenti tensioni del mercato.

Sappiamo che dovremo far fronte ad un contesto complesso, caratterizzato da grandi incertezze geopolitiche, dalla crescente scarsità di energia e dalla necessità di rendere più attraenti le nostre attività.

Tuttavia, crediamo anche che questo periodo possa rappresentare un'opportunità per le aziende di ridefinire le relazioni con i propri stakeholder e di contribuire definitivamente ai due principali movimenti che stanno influenzando il nostro mondo: la transizione energetica e l'innovazione.

Poiché crediamo che ognuno di noi possa indicare la strada verso un mondo più sostenibile e che un'azienda, qualunque sia la sua attività, possa guidare il cambiamento, nel 2022 porteremo avanti i nostri impegni con convinzione.

# LA NOSTRA RAGION D'ESSERE



**Da oltre un secolo, abbiamo una missione unica: garantire ogni giorno la disponibilità dei prodotti alimentari. La nostra ragion d'essere 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 team che mostra, al di là delle parole, la realtà del nostro impegno quotidiano al servizio dei nostri clienti e dei loro consumatori, nonché il nostro desiderio di agire per la sostenibilità del Gruppo, così come per il mondo che ci circonda.**

## I NOSTRI VALORI

Ci guidano quotidianamente quattro valori, condivisi da tutti. Adattandosi ai cambiamenti del Gruppo, sono alla base della nostra cultura aziendale.



“ GARANTIRE STABILMENTE  
E IN TOTALE SICUREZZA  
L'ACCESSO ALLA DIVERSITÀ  
E AL PIACERE ALIMENTARE  
PER TUTTI ”



#### **Entusiasmo**

Poiché la nostra missione è significativa per i nostri clienti e per le persone, la portiamo a termine con orgoglio e ottimismo.

#### **Rispetto**

L'ascolto e l'impegno sono le chiavi della fiducia che da tempo nutriamo nei confronti dei nostri clienti, dei nostri team, dei nostri partner e di tutti i nostri stakeholder.

#### **Rigore**

Nel nostro lavoro quotidiano, dimostriamo il massimo impegno e ci assicuriamo di agire con rigore e competenza.

#### **Performance**

Siamo animati dal gusto per l'imprenditorialità e la sfida. Per stare al passo con i cambiamenti del nostro settore e per garantire lo sviluppo del nostro Gruppo, ci poniamo obiettivi ambiziosi e ci dotiamo dei mezzi necessari per raggiungerli insieme.

# IL NOSTRO *BUSINESS* MODEL

STEF



### La nostra ragion d'essere

Garantire stabilmente e in totale sicurezza l'accesso alla diversità e al piacere alimentare per tutti

### Un portafoglio equilibrato di attività

- Trasporti nazionali e internazionali
- Logistica
- Confezionamento
- Trasporto marittimo

### I nostri punti di forza

- 20.000 collaboratori esperti e impegnati
- 10.000 clienti che si affidano a noi ogni giorno
- Un know-how riconosciuto nella gestione dei flussi e nella sicurezza alimentare
- Una forte presenza nelle diverse aree geografiche
- Competenze integrate in campo immobiliare, informatico ed energetico
- Una cultura dell'innovazione
- Una solida situazione finanziaria
- Un azionariato stabile composto principalmente da collaboratori
- Un impegno sociale di lunga data

### I nostri valori

- Entusiasmo
- Rispetto
- Rigore
- Performance

### Le nostre risorse



- Una rete unica di oltre 250 siti multitemperatura



- Una presenza in 8 paesi europei



- 4.000 veicoli



- 4 navi

GROSSISTI  
●  
PRODUTTORI  
AGROALIMENTARI  
●  
INDUSTRIE  
AGROALIMENTARI  
●  
ALTRI

GDO  
●  
RIVENDITORI  
●  
E-COMMERCE  
●  
RISTORAZIONE  
COMMERCIALE E  
COLLETTIVA

PRODUZIONE  
ALLEVAMENTO  
PESCA

CONSUMATORI



# PER I NOSTRI TEAM

**CREAZIONE DI POSTI DI LAVORO  
APERTI AL MAGGIOR NUMERO  
POSSIBILE DI PERSONE,  
FORMAZIONE E SVILUPPO DELLE  
COMPETENZE, INIZIATIVA A  
FAVORE DELLA PARITÀ DI GENERE  
E DELLE PARI OPPORTUNITÀ...  
STEF È IMPEGNATA AFFINCHÉ  
OGNUNO TROVI IL PROPRIO POSTO  
ALL'INTERNO DEL GRUPPO!**



# INCONTRO CON...

**CÉLINE MARCINIAK**

Direttrice della responsabilità sociale di STEF



**Nel 2021, STEF ha deciso di fare della parità di genere e delle pari opportunità professionali una questione prioritaria e di lanciare l'iniziativa MIX'UP. Tutti gli studi lo dimostrano: la parità di genere sul lavoro aumenta il benessere dei team e rende le organizzazioni più efficienti.**

## In cosa consiste l'iniziativa MIX'UP?

La nostra iniziativa consiste nel sostenere la crescente parità di genere all'interno del nostro Gruppo. In tale contesto, ci siamo posti l'obiettivo di aumentare la percentuale di donne nell'organico del 25% entro il 2030. Le nostre linee d'azione sono semplici, ma ambiziose: sviluppare la parità di genere nelle nostre attività per sostenere il nostro sviluppo europeo, migliorare la qualità della vita sul luogo di lavoro e le condizioni lavorative affinché tutti possano trovare il posto che meritano e coinvolgere tutti i nostri team misurando i nostri progressi. L'unicità - e la forza - di MIX'UP è che si basa su un approccio sistemico.

## Un approccio "sistemico" ... Di che cosa si tratta?

Per incrementare la parità di genere sul luogo di lavoro, occorre far leva su diversi fattori: abbattere gli stereotipi, modificare le nostre pratiche di gestione delle risorse umane e di management, modificare l'immagine delle nostre professioni, ma anche migliorare le condizioni di lavoro e facilitare l'integrazione e la carriera delle donne. L'iniziativa MIX'UP affronta tutte queste tematiche, che interagiscono tra loro. Richiede quindi il coinvolgimento di tutti i team del Gruppo: dirigenti e risorse umane, ma anche funzioni di supporto come la direzione Metodi e Processi, i responsabili della prevenzione della salute e della sicurezza sul lavoro e gli esperti di ergonomia...

## Sono già in corso alcune azioni?

Abbiamo lanciato un programma di formazione e di sensibilizzazione alle questioni che riguardano la parità di genere e le pari opportunità professionali presso tutti i nostri team. Questa fase è essenziale. Per oggettivare le disparità, stiamo utilizzando uno strumento comune denominato "Diagnosi della situazione comparativa uomini/donne". In altre parole, misurare per agire meglio in seguito!

## Migliorare le condizioni di lavoro e la qualità della vita sul luogo di lavoro fa parte degli impegni di MIX'UP. Perché?

La qualità della vita sul luogo di lavoro è un tema su cui lavoriamo da diversi anni. In un settore che è per quasi l'80% maschile, l'ambiente di lavoro e le attrezzature non sono sempre ideate per team misti. Per questo motivo, accelereremo le nostre sperimentazioni e innovazioni sul campo per fornire alle donne i mezzi per accedere alle nostre professioni. Un'altra sfida importante è quella di promuovere l'equilibrio tra vita professionale e vita privata, ad esempio implementando orari di lavoro più flessibili. Sono tutti argomenti sui quali abbiamo compiuto passi avanti e per i quali occorre ancora fare progressi! MIX'UP è un piano a lungo termine. La parità professionale tra uomini e donne richiede un cambiamento di mentalità che va oltre l'ambito del nostro Gruppo.

# IL PARERE



# DELL' ESPERTO

**Brigitte Grésy**, Presidente del Consiglio superiore per la parità donne e uomini fino al 2021

## Come affrontare la parità professionale?

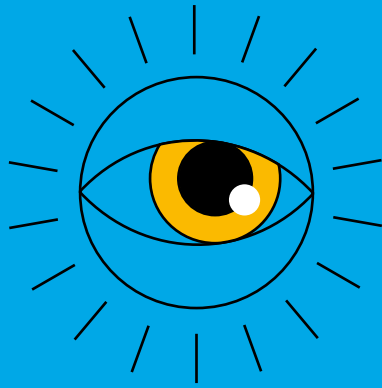
“ La parità professionale non è una questione di calcoli, ma un esercizio di trasformazione dell'organizzazione in profondità... La realtà e l'immagine del settore d'attività dei trasporti e della logistica sono tradizionalmente maschili. Esiste una forte aderenza e resistenza per due motivi: oltre a quello strutturale, il maggiore ostacolo è culturale. Senza una politica con un programma, obiettivi condivisi, una valutazione della percezione del problema, un controllo e persino delle sanzioni, è difficile ottenere risultati. Abbiamo quindi bisogno di una toolbox per costruire la parità: conteggio, obiettivi quantificati, valutazione, ma anche un programma sistemico, sostenuto ai vertici delle organizzazioni, le cui priorità devono essere adatte al contesto. È chiaro che è necessario sia costringere che convincere. E ribadire che la parità è un profondo fattore di trasformazione delle organizzazioni per tutti i dipendenti, donne e uomini. Infine, la sfida non consiste solo nell'inserire le donne in posti di lavoro prevalentemente occupati da uomini, ma anche nell'incentivarle a rimanere. Anche in questo

caso, devono essere soddisfatti due requisiti: condizioni di lavoro il più rispettose possibile dei ritmi di vita, affinché le donne siano psicologicamente e materialmente a loro agio, consentendo loro di integrarsi e incoraggiandole a rimanere, e la lotta contro il sessismo e la violenza sessista e sessuale. Naturalmente, anche gli uomini usufruiscono di tutti i progressi compiuti. ”

**BRIGITTE GRÉS Y** è un alto funzionario francese, ispettrice generale onoraria degli affari sociali. È una specialista nelle questioni che riguardano la parità di genere.

È stata Presidente del Consiglio superiore per la parità donne e uomini dal 2019 al 2021 e Segretario generale del Consiglio superiore per la parità professionale tra donne e uomini dal 2013 al 2019.

È l'autrice di "Petit traité contre le sexisme ordinaire", pubblicato da Albin Michel nel 2008.



# PANORAMICA SUI NOSTRI PAESI





## TROFEI DEI BINOMI CEO/HRD



Nel 2021, Stanislas Lemor e Jean-Yves Chameyrat hanno ricevuto il trofeo per il binomio CEO/HRD e il premio "Coup de cœur" del pubblico. Organizzato dal gruppo RH&M, questo premio mira a promuovere il

ruolo delle Risorse Umane nel processo decisionale strategico dell'azienda e dimostra che il binomio CEO/HRD è un fattore chiave per la performance economica e sociale dell'azienda.

## 12 CLASSI E IL 92% DI SUCCESSO PER LA SCUOLA GUIDA STEF

La professione di conducente subisce forti tensioni. Oltre al consueto programma di assunzione tramite contratti di professionalizzazione o di apprendistato, STEF France ha lanciato la sua scuola guida nel 2021, in collaborazione con l'AFTRAL, primo organismo di formazione nel settore dei trasporti e della logistica. Questa scuola, il cui obiettivo è sostenere la campagna di assunzione di 500 conducenti all'anno, è aperta a tutti coloro che desiderano

intraprendere questa carriera ed ai collaboratori del Gruppo che desiderano evolvere verso questa professione.

Dal suo avvio, la scuola guida ha accolto 126 tirocinanti (98 esterni e 28 interni).

I candidati hanno per la maggior parte meno di 30 anni e, buona notizia, si sono unite a noi 16 tirocinanti donne che partecipano pienamente al nostro desiderio di aumentare la quota femminile nelle nostre professioni di guida. Nel 2022 sono già state avviate 4 nuove sessioni e altre 8 sono in programma. La nostra ambizione: costituire una classe al 100% femminile entro il 2022!

## INCLUSIONE E INSERIMENTO DI RIFUGIATI

Quest'anno sono stati avviati diversi progetti in collaborazione con *Tent Partnership for Refugees*, organizzazione no-profit che coinvolge la comunità imprenditoriale mondiale nell'integrazione dei rifugiati. Il programma si basa sulla formazione delle competenze chiave in lingua francese e sulla formazione teorica e tecnica in materia di trasporti e logistica. Oltre a fornire lavoro ai profughi, un gruppo di ONG locali completa il dispositivo con un sostegno sociale che consente a queste persone di accedere a un alloggio, aiutandole nelle procedure amministrative e facilitando la loro integrazione nella società. In totale, quest'anno circa venti persone hanno usufruito di questo programma e ora lavorano per STEF. In un momento in cui la questione dei profughi diventa sempre più cruciale, questi progetti continueranno nel 2022.





## TROFEI DELL'AZIENDA INCLUSIVA



Organizzati dal Manifeste Inclusion e con il patrocinio della Segreteria di Stato per le persone con disabilità, i Trofei dell'Azienda Inclusiva intendono mettere in luce le iniziative innovative delle aziende che si impegnano in azioni inclusive per

le persone con disabilità. Nel 2021, STEF ha vinto il trofeo per la collaborazione innovativa con il settore adattato e protetto con la sua filiale Dyad. Per questa edizione, il Gruppo è stato selezionato tra 70 fascicoli di candidatura.



## ELLES POUR ELLES, PER FARSI SPUNTARE LE ALI

Da diversi anni STEF Italia è determinata ad aprire le porte alle donne. Forte del successo riscontrato dal suo programma *Ladies first* che mirava a promuovere la leadership al femminile e che ha condotto la percentuale di donne al 33% nell'organico alla fine del 2020, l'azienda ha lanciato nel 2021 *Elles pour Elles*: un programma le

cui ambizioni sono ulteriormente rafforzate grazie all'implementazione di un mentoring femminile. 13 collaboratrici si sono offerte per diventare mentor e condividere le loro esperienze e i loro consigli su uno spazio intranet dedicato a tutte le dipendenti italiane. Oltre ad essere un luogo di scambio, sono disponibili vari strumenti e test di autodiagnosi. La sensibilizzazione dei team della direzione, la decostruzione degli stereotipi e l'implementazione di azioni di progresso completano questo dispositivo.



## PERCHÉ LA GESTIONE DI UN TEAM NON S'IMPROVISA!

STEF Belgio ha sviluppato un programma di formazione della durata di 8 giorni per rafforzare la comunità dei manager e perfezionare le tecniche di gestione dei suoi team a tutti i livelli. Per mantenere lo slancio nonostante la crisi sanitaria, l'azienda ha pubblicato un opuscolo destinato ai manager: una vera e propria guida, che sintetizza e spiega 40 tecniche di management per gestire meglio il lavoro di tutti i giorni. L'opuscolo è stato integrato con filmati che illustrano questi strumenti e la loro applicazione. Trasmessi ogni settimana, i video sono un promemoria per coloro che hanno già seguito la formazione e, per gli altri, un'opportunità per scoprire e prendere familiarità con queste tecniche. Infine, dopo ogni ciclo di 4 video, tutti sono invitati a rispondere a un quiz, i cui risultati fungono da supporto per discussioni, consigli e suggerimenti. La chiave del successo: partire dalla realtà sul campo e condividere le esperienze!



## LA POLITICA SOCIALE AL CENTRO DEL SUCCESSO DELLA NUOVA PIATTAFORMA A ALENQUER



PORTOGALLO



Questa piattaforma dedicata al 100% al trasporto è stata inaugurata in Portogallo... nel bel mezzo della pandemia. Eppure, oggi è un modello riuscito. La chiave del successo: ascolto, dialogo e creatività! Concretamente, sono stati creati spazi di lavoro accoglienti ed ergonomici, progettati in co-costruzione con i collaboratori. Al momento dell'assunzione è stata prestata particolare attenzione alla composizione dei team in base al genere ed è stato fornito un supporto personalizzato per l'equilibrio tra vita professionale e vita privata. Gli aspetti relativi alla salute e alla sicurezza sul lavoro sono stati particolarmente curati attraverso numerose sessioni di formazione. Infine, l'apertura della piattaforma è stata accompagnata da numerose promozioni interne, tra cui la nomina di due donne nel comitato direttivo della filiale.



SVIZZERA

## FAR CONOSCERE MEGLIO LE NOSTRE PROFESSIONI

Per garantire e sviluppare le proprie attività, STEF Suisse si affida a corsi di formazione che portano al conseguimento di un diploma: formazione di apprendisti logistici con attestato federale di competenza, formazione continua come specialisti della logistica o manager della logistica con diploma federale per i propri team. Per coloro che lo desiderano, viene offerta anche una formazione alla guida per conducenti. Inoltre, l'azienda sostiene attivamente la formazione continua nei settori delle risorse umane, della contabilità e delle vendite. In qualità di membro di GSI Switzerland, STEF Suisse è anche impegnata nella formazione degli adulti come insegnante o esperto alle sessioni d'esame e organizza regolarmente visite presso le sue sedi per far conoscere le sue professioni agli studenti di vari istituti scolastici.



**RITRATTI DI **DONNE**  
E **UOMINI** CHE HANNO  
CAMBIATO PROFESSIONE  
O PAESE IN STEF**





**Marc Drapeau**  
Direttore STEF Seafood Bègles,  
Lézignan-Corbières e Frontignan



**Inés Ribó Chalmeta**  
Responsabile sviluppo Risorse  
umane STEF Spagna

## APPENA TERMINATI GLI STUDI, STEF MI HA PERMESSO DI INTRAPRENDERE UNA CARRIERA INTERNAZIONALE!

“ Sin da subito, ho voluto lavorare a livello internazionale! Già durante il mio master in controllo di gestione e auditing ho avuto l'opportunità di effettuare i miei primi tirocini in Inghilterra e in Spagna presso STEF. Alla fine dei miei studi, volevo tornare in Gran Bretagna, senza dubbio per una certa affinità con il mondo anglosassone. Questo desiderio è stato esaudito e ho anche cambiato per la prima volta professione, diventando operatore/responsabile nolo internazionale presso TFE International Ltd con sede a Chelmsford, prima di diventare responsabile di filiale due anni dopo. Nel 2011, ho assunto la responsabilità dello sviluppo del portafoglio clienti e della diversificazione delle attività di Tradimar Ltd a Belshill in Scozia... E mosso i miei primi passi nel Seafood! Sono stato poi nominato direttore generale di STEF Seafood Ltd nell'area di Glasgow, Aberdeen e Newlyn fino al 2014. Successivamente, sono tornato in Francia come direttore della filiale di STEF Seafood a Boulogne-sur-Mer, quindi non troppo lontano dalla costa britannica! Nel 2018, il cambiamento geografico è stato più radicale, poiché ho assunto la direzione di STEF Seafood in Italia. E dal gennaio 2021, sono direttore di diversi siti dedicati ai prodotti ittici, in particolare a Bègles, nei pressi di Bordeaux, un porto aperto ad ampi orizzonti... In fin dei conti, la mia carriera in STEF è molto ricca e piena di opportunità che ho potuto cogliere o generare! ”

## LA MOBILITÀ ALL'ESTERO IN STEF? È POSSIBILE... ED È UNA FORTUNA!

“ Sono entrata a far parte del Gruppo nel 1999. Dopo una prima fase come collaboratrice presso la Direzione Risorse Umane, sono stata promossa responsabile della formazione, posizione che ho ricoperto per 8 anni presso STEF Spagna a Madrid. Nel 2016 si è presentata una nuova opportunità: il Gruppo mi ha offerto la posizione di responsabile sviluppo risorse umane STEF Logistica. Pur rimanendo all'interno del Gruppo, questa promozione è stata una vera e propria sfida per me! Ho deciso di accettare e di trasferirmi a Parigi con la mia famiglia. È stata un'esperienza molto ricca e stimolante. I 3 anni trascorsi presso la sede centrale mi hanno permesso di acquisire nuove competenze, di sviluppare la mia rete interna e di avere una visione globale dei progetti europei del Gruppo. Mi è stato utile quando sono tornata in Spagna come responsabile sviluppo risorse umane STEF Spagna. ”

**SGUARDI INCROCIATI:  
SFIDE, EVOLUZIONI  
E SOLIDARIETÀ  
IN STEF!**





**David Vandebosch**  
Responsabile nazionale  
flotta veicoli, STEF Belgio



**Sébastien Fournier**  
Coordinatore tecnico edifici,  
STEF Belgio



## NON IMMAGINAVO IL PERCORSO PROFESSIONALE CHE AVREI POTUTO FARE!

“ Ho iniziato, un po' per caso, come conducente di automezzi pesanti presso STEF Transport Saintes nell'aprile 2012. All'epoca, non immaginavo affatto il percorso professionale che avrei intrapreso! Dopo 2 anni, sono entrato a far parte del servizio flotte di veicoli. All'epoca, Sébastien era il mio manager. Gestivo il turno di notte. Gradualmente, mi sono occupato della pianificazione della manutenzione e poi della gestione del team in costante crescita. Nel 2019, mi è stata affidata la responsabilità del servizio flotta veicoli di STEF Transport e STEF Logistics sede di Saintes. Questo ha permesso a Sébastien di dedicare più tempo al suo nuovo incarico di gestione dell'edificio. Da allora, ho continuato ad ampliare il mio ambito di lavoro: ora coordino anche le operazioni dei veicoli presso il sito di Courcelles e presto anche presso il sito di Nazareth. Ho la fortuna di poter contare su collaboratori fantastici nel mio team. L'importante è rimanere all'erta e in movimento: tenere d'occhio tutto ciò che può essere ottimizzato. Il prossimo passo per me sarebbe quello di allestire un'officina perfettamente dimensionata per le nostre esigenze, che ci consentirebbe di risparmiare ulteriormente. ”



## ERO DETERMINATO A IMPARARE E SVILUPPARE LE MIE COMPETENZE!

“ Ricordo il mio colloquio di assunzione in STEF Transport Saintes nel 2008 come se fosse ieri! È uno dei miei ricordi più belli. Ho iniziato come lavoratore temporaneo. Durante il colloquio, mi sono state illustrate la possibilità di sviluppo; questo mi attraeva perché sapevo di non voler rimanere agente di banchina. Nel 2011, la direzione mi ha incoraggiato a cambiare lavoro. Ho conseguito la patente di guida per automezzi pesanti e mi è stata affidata la responsabilità di gestire il parco macchine di movimentazione e di coordinare gli interventi tecnici nell'edificio. Davanti a me si apriva un mondo nuovo! Alla fine del 2013, ho assunto la responsabilità del servizio tecnico veicoli. E poi ho imparato a gestire una squadra. Non è la cosa più facile da fare quando si è giovani e non si ha molta esperienza nel settore. Grazie a David, che si dimostrava sempre più efficiente, ho potuto dedicarmi al settore immobiliare. Nel 2020, in seguito ai buoni risultati dell'audit sulla prevenzione degli incendi, ho gestito il progetto di ottimizzazione della prevenzione degli incendi presso i vari siti STEF in Belgio. Mi sono reso conto del mio interesse per la creazione di un ambiente di lavoro di qualità, che migliorasse le condizioni di lavoro e la sicurezza quotidiana. Oggi, mi sto orientando verso un ruolo di consulente per la prevenzione per il quale sto seguendo una formazione. Sono la dimostrazione che, con un po' d'impegno, si possono ottenere risultati concreti e coinvolgere i team in una dinamica di progresso. E questo è un grande motivo di soddisfazione! ”





# PER I NOSTRI CLIENTI

**COSTRUIRE OFFERTE ADATTE ALLE  
SPECIFICITÀ DI OGNI CANALE DI  
DISTRIBUZIONE, MIGLIORARE  
ULTERIORMENTE LE PRESTAZIONI  
E IL VALORE AGGIUNTO,  
COMBINANDO IMPEGNO  
COLLETTIVO, CREATIVITÀ E DATI...  
QUESTA È L'AMBIZIONE DI STEF  
AL SERVIZIO  
DEI SUOI CLIENTI.**



# INCONTRO CON...

**GIOVANNI APRILE**

Direttore commerciale Key Account Europa di STEF



**Gli sconvolgimenti degli ultimi anni hanno rappresentato per STEF un'opportunità per riflettere ed evolvere nel rapporto con i clienti.**

## Quali sono, a suo avviso, i principali cambiamenti nel modo in cui le aziende tengono conto delle esigenze dei clienti?

La crisi sanitaria ha rimescolato le carte. Ha evidenziato che sono in grado di distinguersi solo le aziende che hanno scelto di personalizzare il modo in cui affiancano i clienti. Ciò ha comportato il coinvolgimento dei collaboratori, indipendentemente dal loro ruolo nell'organizzazione. In STEF, tutto ciò si è tradotto nell'impegno di uomini e donne - addetti alla movimentazione, conducenti, operatori di banchina - nonostante le difficoltà, e i nostri clienti sono stati sensibili a questo aspetto. La crisi sanitaria ha anche rivelato l'importanza e la fragilità delle catene di approvvigionamento alimentare, nonché i rapidi sconvolgimenti che scuotono il mondo dei consumi. Ciò ha spinto i nostri clienti a intraprendere in seguito alla pandemia un approfondito lavoro sui piani di continuità aziendale, allo scopo di anticipare nuove potenziali interruzioni.

## Quali sono le principali aspettative dei clienti della supply chain nel 2022?

In un ambiente offuscato da crisi successive, i clienti hanno bisogno di partner solidi, con i mezzi per realizzare le loro ambizioni, in grado di aggregare simultaneamente i flussi fisici e informativi ad ogni

anello della catena di fornitura. Si aspettano inoltre che i loro partner siano in grado di supportarli in aree complesse, come il commercio elettronico e l'automazione e la robotizzazione delle operazioni logistiche. L'impatto ambientale sta diventando una preoccupazione sempre più importante. È un tema nei confronti del quale i nostri clienti si aspettano impegni chiari e quantificati da parte nostra. Ed è proprio questo l'obiettivo del nostro programma *Moving Green*. In questo settore, più che mai, non contano le intenzioni, ma le azioni!

## Quali nuovi sviluppi pensate di dover affrontare?

Il mondo della distribuzione agroalimentare sta cambiando completamente. Il vecchio paradigma del consumo di massa viene ora sostituito da una tendenza profonda e sostenibile in cui la qualità dei prodotti consumati è al centro delle aspettative di tutti i consumatori. Dobbiamo ancorare la nostra presenza in questo ecosistema, svolgendo il ruolo di "terza parte di fiducia" che è essenziale per la promessa che i nostri clienti fanno ai loro clienti. Questo nuovo rapporto di fiducia può essere instaurato su basi solide solo offrendo soluzioni per la sicurezza dell'intera filiera logistica: ad esempio, fornendo tutti i dati di tracciabilità del prodotto e un feedback più preciso e quindi più utile sul gradimento del destinatario finale.

IL  
PAREREDELL'  
ESPERTO

Serge Rouvière, Direttore generale di Why Consulting

## Che cosa rappresenta oggi la cultura del cliente?

“ La cultura del cliente è una sfida strategica per le aziende. Come clienti, a volte ci troviamo di fronte ad aziende in cui tutto è facile. Ci sentiamo ascoltati, compresi, con consulenti che non esitano a dedicarci del tempo, o addirittura a consigliarci spontaneamente su ciò che è importante per noi. Quando le nostre richieste non possono essere prese in considerazione, ne spiegano il motivo e cercano di trovare soluzioni alternative che soddisfino le nostre aspettative. Percepriamo che la ragion d'essere di queste aziende è soddisfare i propri clienti a lungo termine. D'altro canto, non esitiamo a raccomandarle ad altri, poiché l'esperienza che abbiamo vissuto con loro è eccezionale.

Allora, cosa distingue fondamentalmente queste aziende dalle altre? Il cliente è per loro una priorità assoluta. Questa dimensione è presente in ogni decisione che deve prendere l'azienda, che si tratti di una decisione di investimento o di una semplice scelta a livello di un collaboratore. La soddisfazione del cliente è sempre prioritaria rispetto agli interessi a breve termine.

Ascoltano costantemente i loro clienti per comprendere come vengono percepiti i loro prodotti e i loro servizi, al fine di migliorarli continuamente. Si preoccupano anche delle difficoltà dei clienti e cercano di fornire soluzioni per superarle. In questo modo, sono sempre “connesse” ai rapidi e continui cambiamenti dei loro mercati.

Considerano i loro dipendenti la forza trainante del loro successo. Sono desiderose di avere team pienamente motivati, che lavorino in totale fiducia

con i colleghi o la direzione, disposti a impegnarsi e a contribuire con le loro idee, sia che siano direttamente coinvolti nelle relazioni con i clienti, sia che facciano parte delle funzioni di supporto.

In sintesi, queste aziende “orientate al cliente” agiscono in modo che i loro clienti le scelgano a qualsiasi costo e i loro dipendenti si impegnino al 100% in un progetto che ha senso per loro. Sanno che mentre per uno dei loro concorrenti è sempre possibile duplicare i loro prodotti o servizi, non sarà mai possibile copiare la storia e la qualità delle loro relazioni con i clienti! Questo approccio di differenziazione si traduce in performance economiche superiori alla media del settore di attività e in quote di mercato significative, anche in mercati maturi o altamente competitivi. ”

**SERGE ROUVIÈRE** è il fondatore di Why Consulting, la cui missione è aiutare le grandi aziende a rafforzare le relazioni con i loro clienti e migliorare le loro performance commerciali. Oggi è uno specialista riconosciuto nello sviluppo della cultura del cliente all'interno delle organizzazioni e nell'attuazione di strategie di differenziazione attraverso l'eccellenza relazionale e i servizi.

# SEMPRE PIÙ LONTANO!



## IL REGNO UNITO DIVENTA L'8° PAESE IN CUI È PRESENTE STEF



L'acquisizione di Langdons da Nagel-Group rappresenta una tappa importante nella strategia di sviluppo della rete di STEF iniziata oltre 30 anni fa e l'ottavo paese operativo in Europa. È perfettamente in linea con la strategia di *pure player* europeo della *supply chain* alimentare del Gruppo. Il Gruppo sarà in grado di rafforzare l'offerta di trasporto e logistica al servizio dei suoi clienti in tutta l'Europa occidentale e di sostenerli nel loro sviluppo.

### Chi è Langdons?

Specialista nazionale nel trasporto a temperatura controllata, Langdons è anche uno dei principali operatori nell'import/export di prodotti alimentari freschi e surgelati tra il Regno Unito e l'Europa continentale. Con 1.400 dipendenti 8 sedi, perfettamente distribuite geograficamente, è in grado di servire 20.000 destinatari in tutto il Regno Unito. Ogni anno, l'azienda gestisce quasi 2,7 milioni di pallet per conto di 2.000 clienti.

“ Siamo entusiasti di entrare a far parte di STEF e non vediamo l'ora di esplorare le sinergie che possiamo creare insieme. Siamo certi che la somma delle nostre conoscenze ed esperienze ci consentirà di offrire un servizio ancora migliore ai nostri clienti. ”

**Arran Osman**  
Direttore di Langdons



## LA RETE STEF SI RAFFORZA

Gli immobili sono un asset strategico al servizio delle attività del Gruppo. STEF ha scelto di mantenerne il controllo per disporre di strumenti che garantiscano la catena del freddo, la sicurezza sanitaria e l'efficienza operativa. Nel 2021 il Gruppo si è arricchito di 25 nuovi siti o ampliamenti.



# NUOVE TENDENZE DELL'E-COMMERCE ALIMENTARE



**Il cambiamento degli stili di vita dovuto alla crisi sanitaria ha consolidato nuove abitudini alimentari. L'e-commerce è in pieno fermento e sta cambiando, sia per i consumatori che per gli industriali agroalimentari. E STEF risponde presente!**

## PIÙ SEMPLICITÀ, PIÙ FLESSIBILITÀ E PIÙ RAPIDITÀ!

Negli ultimi 3 anni, STEF ha sviluppato soluzioni logistiche e di trasporto innovative e sicure dedicate all'e-commerce alimentare per affiancare i suoi clienti storici nei settori della grande distribuzione e della distribuzione specializzata. Nel 2021, il Gruppo ha proposto anche *e-food logistic*, una nuova soluzione "chiavi in mano" dedicata a tutti gli operatori dell'e-commerce alimentare: dai *pure player* alle *start-up*, compresi i

maggiori produttori dell'industria agroalimentare che desiderano sviluppare un'offerta *direct to customer*. Facile da installare e da usare, la nuova interfaccia di STEF può essere operativa entro un mese. Permette agli utenti di consultare le proprie scorte, di collegarsi agli strumenti di consegna in tempo reale e di usufruire di tariffe ottimizzate grazie alla condivisione dei nostri magazzini e alla densità della nostra fitta rete.

Questa offerta è stata accompagnata dall'apertura di un magazzino a sud di Parigi alla fine del 2021. Questa posizione strategica risponde alle nuove aspettative del settore di servire rapidamente l'hinterland di Parigi (ovvero il 35% della popolazione francese) e copre tutte le esigenze del settore dell'e-commerce alimentare, poiché il nuovo magazzino è attrezzato per la conservazione di prodotti secchi, freschi e surgelati.

# PARTNER CHE SI RAFFORZANO



STEF è stata scelta per gestire la quota dei trasporti di [rungismarket.com](http://rungismarket.com), il nuovo sito di e-commerce del Mercato Internazionale di Rungis dedicato ai professionisti della ristorazione ed ai negozi di quartiere di tutta la Francia.

La promessa? 6 giorni alla settimana, tutto l'anno, ogni ordine di prodotti alimentari inoltrato entro la mezzanotte sarà consegnato il giorno successivo dalle 6 del mattino ai ristoranti parigini e successivamente in tutta la Francia.

Inoltre, nel settembre 2021, Carrefour ha affidato a STEF e alla sua sede di Aix-en-Provence tutte le operazioni logistiche (ricezione, stoccaggio e preparazione degli ordini) per la consegna a domicilio nella regione Provenza-Alpi-Costa Azzurra. Saranno servite 124 città, comprese quelle con meno di 10.000 abitanti.



## Califrais

**STEF acquisisce una partecipazione nella start-up francese Califrais**

Con sede nel cuore del Mercato Internazionale di Rungis dal 2014, Califrais è la *start-up* che sta rivoluzionando l'approvvigionamento di

prodotti alimentari per i professionisti grazie all'intelligenza artificiale. Le sue soluzioni ottimizzano tutte le fasi: presa in carico dell'ordine, *supply chain*, gestione del catalogo, fino alla consegna personalizzata.

Alla fine del 2021, Califrais ha raccolto 1,5 milioni di euro da STEF. La transazione fornirà a Califrais le risorse finanziarie necessarie per rafforzare i suoi team e sostenere l'accelerazio-

ne della digitalizzazione del Mercato Internazionale di Rungis, a favore di tutti gli attori della catena del valore, in particolare dei grossisti del Mercato. Califrais e STEF, insieme a Webhelp, sono il raggruppamento selezionato a seguito di una gara d'appalto per la gestione di [rungismarket.com](http://rungismarket.com), il sito di e-commerce del Mercato Internazionale di Rungis.

# SI FIDANO DI NOI!

Ecco come facciamo squadra con i nostri clienti, indipendentemente dal settore.



**Cédric Losdat, Direttore Generale di KFC Francia**

“ Abbiamo costruito un solido rapporto con STEF, che ci ha sempre affiancati nei nostri progetti di crescita. Siamo entusiasti di continuare questa partnership con la certezza di poter contare su servizi che fanno la differenza per garantire ai nostri clienti una qualità di servizio ottimale. ”

## COSTRUIRE UNA PARTNERSHIP A LUNGO TERMINE

Partner di KFC France da 20 anni, STEF ha sempre sostenuto la catena di fast food statunitense nel suo sviluppo sul mercato francese ed ha recentemente rinnovato il contratto per i servizi di logistica e trasporto per i prossimi anni.

Le competenze di STEF nel settore della ristorazione professionale, le sue offerte di servizi lungo l'intera catena del valore e la qualità dei suoi servizi sono stati decisivi per suggellare questa rinnovata fiducia.

STEF continuerà a gestire l'intera *supply chain* in tri-temperatura per i prodotti surgelati, freschi e secchi di KFC France per gli approvvigionamenti alimentari, i prodotti di igiene e gli imballaggi. Si occuperà della gestione commerciale, della logistica e dei trasporti per 304 ristoranti in tutta la Francia.

Impegnate da molti anni in un processo di transizione energetica, STEF e KFC France lavorano di concerto per sviluppare una *supply chain* più ecologica, con il calcolo dell'impronta carbonica e l'implementazione di un progetto di *reverse logistics*.

Filiale del Gruppo Yum! Brands, KFC è presente in Francia da 30 anni e conta quasi 304 ristoranti ripartiti sul territorio d'oltralpe. Grazie ai suoi 12.000 collaboratori, l'azienda serve più di 200.000 clienti al giorno. Specialista del pollo fritto, KFC France propone ai consumatori un'offerta accessibile, a partire da prodotti di qualità.



## ACCOMPAGNARE UNA CRESCITA ESPONENZIALE



STEF accompagna la rapida crescita di il gruppo Feuillette, gestendo il trasporto e la logistica dei suoi panifici.

All'inizio il gruppo Feuillette effettuava da sola le consegne ai suoi 7 panifici, poi decide di affidare il trasporto a uno specialista. Nel 2017, l'azienda si rivolge a STEF, che implementa una struttura agile, reattiva e collaborativa per affiancarla durante i suoi cicli di sviluppo. Il gruppo Feuillette cresce sempre di più. Nel 2019, l'azienda decide

di affidare a STEF la logistica dell'attività, che comprende lo stoccaggio e la preparazione degli ordini per le sue 20 panetterie.

Oggi STEF gestisce il 100% dei trasporti e della logistica di gruppo Feuillette e i team sono motivati ad affiancare il cliente a raggiungere l'obiettivo di 100 panetterie entro il 2025.



**Ghislain Courier, Direttore e chef pasticcere di gruppo Feuillette**

“ Abbiamo iniziato la nostra collaborazione con STEF solo con l'obiettivo di affidare il trasporto delle nostre merci.

Oggi, 5 anni dopo il nostro primo contatto, la partnership con STEF è un fattore importante nello sviluppo del gruppo Feuillette e ci permette di concentrarci sulla nostra attività.

La logistica e i trasporti sono due punti essenziali per il futuro e la nostra collaborazione è all'altezza delle nostre aspettative. ”

### IL GRUPPO FEUILLETTE, MOLTO PIÙ DI UNA PANETTERIA!

Il concept del gruppo Feuillette ha preso forma nel 2009. Il negozio, accogliente come una casa di famiglia, offre un'ampia gamma di prodotti dolci e salati: sfilatini per l'aperitivo, focacce, baguette tradizionale, dessert, bevande calde, ecc. Prodotti freschi e gustosi per il piacere di grandi e piccini. Aperta 7 giorni su 7, la panetteria diventa una tappa obbligata nel corso della giornata, per una colazione gourmet, per un pranzo veloce o una merenda in famiglia. Forte del successo riscontrato, il concept viene rapidamente esportato al di fuori dei confini del Loir-et-Cher.

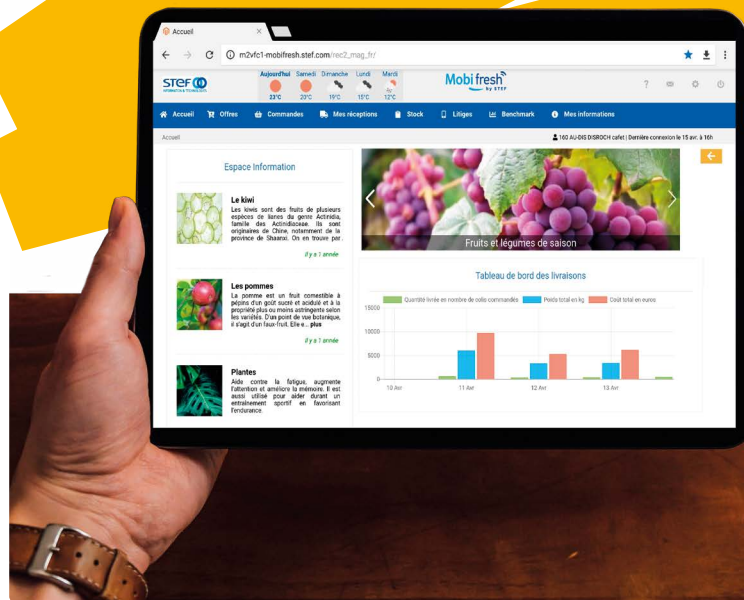
# SOLUZIONI A VALORE AGGIUNTO

## IL MARKETPLACE LOGIFRESH CONTINUA AD INNOVARE CON MOBIFRESH!

STEF Information et Technologies propone al settore della grande distribuzione Logifresh, un marketplace privato, in modalità SaaS, dedicato ai diversi settori tradizionali dei prodotti freschi che subiscono variazioni di prezzo, come frutta e verdura, prodotti ittici e carne. Mette in relazione i vari operatori offrendo a ciascuno di loro gli strumenti più idonei sulla base di un sistema di riferimento comune: dai fornitori che presentano le loro offerte (produttori locali o internazionali) ai punti vendita che esprimono le loro esigenze (ristoranti, drive),

attraverso i vari dipartimenti delle piattaforme di acquisto (buyer, venditori, controllori di gestione, contabili, ecc.), i fornitori di servizi logistici e gli ispettori qualità.

Le informazioni sono accessibili in tempo reale tramite un profilo personalizzato e consentono di incrementare i flussi. Il risultato: prodotti sempre più freschi, migliore tracciabilità, gestione ottimizzata dei costi e buona organizzazione della logistica (piattaforma di massificazione, di trasformazione e distribuzione). In breve: il prodotto migliore, al momento giusto e al prezzo giusto!



**Nel 2021**, Logifresh ha aggiunto una nuova applicazione 100% digitale e 100% mobile. Il suo nome: MOBIFRESH. Permette di acquisire gli ordini in negozio, di ricevere la merce, ma anche di gestire le controversie. Il responsabile del reparto ha accesso alle offerte attuali, alle promozioni, alle previsioni meteo locali e agli avvisi per l'inoltro degli ordini. Ha inoltre accesso alla cronologia degli ordini e a dashboard completi per monitorare al meglio le consegne.

## EVOLUZIONE DEL NOSTRO CALCOLATORE DI EMISSIONI DI GAS AD EFFETTO SERRA!

I clienti del Gruppo usufruiscono di un calcolatore dell'impronta carbonica legata al trasporto della loro merce. Nel 2022, i team hanno rivisto il metodo di calcolo per avvicinarsi il più possibile alla realtà sul campo. In

concreto, quali sono i cambiamenti? Fino ad oggi, le emissioni di CO<sub>2e</sub> venivano suddivise tra ogni cliente le cui merci erano caricate sul veicolo in base al peso. Per incoraggiarli a ottimizzare il carico, le emissioni di CO<sub>2e</sub> sono ora distribuite in base al numero di pallet trasportati.

Le emissioni di gas ad effetto serra sono calcolate per ogni spostamento del veicolo: durante la raccolta, la spedizione e la distribuzione. Grazie ai dati combinati della registrazione di ciascun pieno di carburante (diesel, GNR, Oleo100, ecc.) e del chilometraggio di ciascun

veicolo, il Gruppo è in grado di definire con precisione il consumo di carburante della propria flotta.

L'impronta carbonica ottenuta viene poi suddivisa tra ciascun cliente in base al numero di pallet trasportati dal Gruppo. Questo nuovo metodo di calcolo incoraggia quindi i nostri clienti ad aumentare la densità dei carichi, per limitare i trasporti a vuoto e ridurre di conseguenza le emissioni di gas ad effetto serra per tonnellata di merce trasportata.

Questi dati sono accessibili tramite il dashboard del portale clienti STEF.





# PER IL NOSTRO PIANETA

**COMBATTERE IL CAMBIAMENTO  
CLIMATICO È INDISPENSABILE PER  
IL FUTURO DI TUTTI. ATTRAVERSO LA  
SUA NUOVA INIZIATIVA CLIMATICA  
*MOVING GREEN*, STEF INVESTE  
IN UNA LOGISTICA CHE RISPETTA  
MAGGIORMENTE L'AMBIENTE E SI  
PREPARA AD AFFRONTARE IL FUTURO!**



# INCONTRO CON...

**FABRICE CARRÉ**

Direttore Generale di STEF Portogallo



**È un'abitudine consolidata in STEF: prima di adottare un'iniziativa o una soluzione, il Gruppo la prova e la sperimenta. L'iniziativa climatica non fa eccezione. Nel 2021, è stata implementata in paesi ed entità pilota volontarie: Italia, Portogallo e Francia presso le *business unit* ristorazione professionale, surgelati e flussi freschi. Ogni entità aveva carta bianca per implementare il programma *Moving Green* al proprio livello. Fabrice Carré condivide sua esperienza.**

## Come avete adottato l'iniziativa *Moving Green* in Portogallo?

Abbiamo affrontato la questione ambientale nell'ambito di un'iniziativa globale di CSR. Per individuare meglio le sfide, abbiamo scelto di rivolgerci a una società specializzata che ci ha aiutati a condurre inchieste presso i nostri clienti, fornitori e collaboratori. Questa diagnosi approfondita ci ha permesso di gettare le basi di una politica CSR ambiziosa, strutturata e strutturante nello stesso tempo. Il nostro piano d'azione biennale comprende 22 tematiche e mira a diminuire le emissioni di gas ad effetto serra del 20% in cinque anni. A tale scopo, la componente climatica è oggi sistematicamente integrata in tutte le nostre decisioni, siano esse operative o finanziarie.

## In concreto, quali azioni e sperimentazioni sono state intraprese?

Il successo di questa iniziativa dipende innanzitutto dalle convinzioni personali. Gli aspetti culturali e comportamentali sono leve importanti perché tutti possano dare il loro contributo. Tutto inizia quindi con la sensibilizzazione dei nostri team. In un secondo momento, abbiamo accompagnato la nostra iniziativa con importanti investimenti. Per quanto riguarda i veicoli, oggi disponiamo di *mega truck* (trattori con due rimorchi) che riducono al minimo il numero di viaggi. Questa soluzione ci permette di evitare circa 1 viaggio su 3 e le relative emissioni. Abbiamo anche implementato un sistema di logistica dei resi per i prodotti consegnati ma non accettati nell'ambito della nostra attività di trasporto di frutta e verdura altamente deperibile. Risparmiamo

praticamente 24 ore sui tempi di restituzione e diminuiamo drasticamente gli sprechi, grazie a merci più fresche e ancora pienamente commerciabili. Infine, abbiamo deciso di aderire al progetto *Lean & Green* di GSI Portugal per poter certificare ai nostri clienti l'impatto della nostra iniziativa ambientale.

## Come valuterete i vostri risultati?

È possibile diminuire solo ciò che si misura correttamente. Stiamo pertanto costruendo i nostri indicatori di CO<sub>2</sub> in relazione al nostro piano d'azione. Questi indicatori si stanno rivelando preziosi anche per facilitare i rapporti con le amministrazioni comunali quando vengono introdotte le zone a ridotte emissioni. A tal fine, abbiamo sviluppato uno strumento unico, *Urban Connect*, per fornire alla città di Lisbona informazioni come il numero di tonnellate consegnate e il numero di camion presenti ogni giorno sul suo territorio. Questo strumento ci permette di quantificare la nostra presenza e di informare il processo decisionale pubblico sulla base di fatti reali.

## Le sperimentazioni condotte in Portogallo possono essere replicate altrove?

Trovare soluzioni sostenibili, replicabili e ottimali per tutti: questo è l'obiettivo dei paesi e delle *business unit* pilota! Nel corso dell'anno, tutti i referenti per lo sviluppo sostenibile del Gruppo e gli ambasciatori *Moving Green* per entità si sono incontrati regolarmente per condividere la loro esperienza. In questo modo, tutte le entità del Gruppo hanno potuto usufruire dei progressi già compiuti!

IL  
PAREREDELL'  
ESPERTO

Clément Ramos  
Responsabile del polo  
Strategia di Carbone 4

### È già troppo tardi per combattere il cambiamento climatico?

“ Il cambiamento climatico è già una realtà, oggi e nelle nostre regioni! Per ridurre al massimo gli effetti nefasti del clima di domani, bisogna agire rapidamente, in modo massiccio e coordinato. Questo implica innanzitutto la necessità di convincere i team che possono agire nella quotidianità, nel loro ambito, per ridurre l'impronta di carbonio dell'azienda e la loro impronta personale. Si tratta quindi di agire con un'ambizione collettiva: solo così si può ottenere un effetto moltiplicato. Altra esigenza è costruire un'iniziativa che integri il clima nella strategia aziendale, sostenuta a tutti i livelli, dai collaboratori al consiglio di amministrazione. Infine, è necessario acquisire le risorse finanziarie e umane per realizzare le proprie ambizioni. Per gli operatori dei trasporti, la sfida principale è ridurre la dipendenza dai prodotti petroliferi. I trasporti sono difficili da decarbonizzare perché il petrolio sembra essere l'energia ideale per alimentare i veicoli. Si possono distinguere tre grandi leve per decarbonizzare la logistica: ridurre la movimentazione delle merci, favorire le modalità di trasporto a minore intensità di carbonio (come il trasporto fluviale o ferroviario) e

migliorare l'efficienza della flotta attraverso il tasso di riempimento degli automezzi, o il rendimento energetico dei camion, o l'energia utilizzata utilizzando, ad esempio, il biometano o l'elettricità, a condizione che sia prodotta in modo decarbonizzato. Tuttavia, la decarbonizzazione dell'attività non può poggiare solo su soluzioni tecnologiche. Gli esempi precedenti dimostrano chiaramente che dobbiamo lavorare anche sugli aspetti organizzativi, come ad esempio lo schema logistico, e su quelli comportamentali, come la guida ecologica. In breve, dobbiamo agire sia sulle cause, riducendo le emissioni, sia sulle conseguenze, adattandoci ai futuri cambiamenti climatici. ”

**CLÉMENT RAMOS** è responsabile del polo Strategia di Carbone 4, società di consulenza specializzata in questioni di transizione energetica e di adattamento ai cambiamenti climatici. Aiuta le aziende a determinare l'impatto di un mondo a basse emissioni di carbonio sulla loro attività e ad anticipare i rischi e le opportunità della decarbonizzazione dell'economia.

# MOVING GREEN UN ANNO DOPO

Denominata *Moving Green*, l'iniziativa climatica del Gruppo STEF si concentra su quattro sfide principali: mobilità sostenibile, produzione di freddo più virtuosa, accompagnamento dei nostri subappaltatori di trasporto e coinvolgimento dei nostri collaboratori nella transizione energetica.

**Panoramica dei progressi  
compiuti nel 2021...**



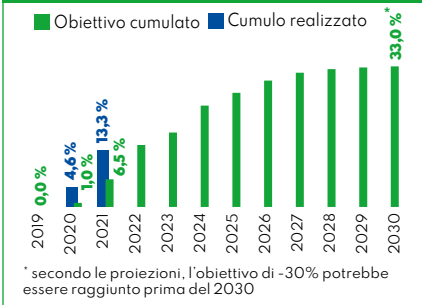
**Obiettivo n° 1**

Ottenere una diminuzione del 30% delle emissioni di gas ad effetto serra dei nostri veicoli entro il 2030 (in gr CO<sub>2e</sub>/t.km, base di riferimento 2019).

**I nostri progressi nel 2021:**

- - 13,3% di emissioni di gas ad effetto serra;
- riduzione del consumo dei gruppi refrigeranti a bordo dei veicoli, grazie ai gruppi *engineless* e all'ottimizzazione del loro funzionamento;
- riduzione del consumo di veicoli/100km, grazie al rinnovo della flotta e al continuo miglioramento dei comportamenti di guida;
- ottimizzazione dei modelli di trasporto e densificazione dei carichi.

**Diminuzione delle emissioni di gas ad effetto serra dei veicoli STEF**



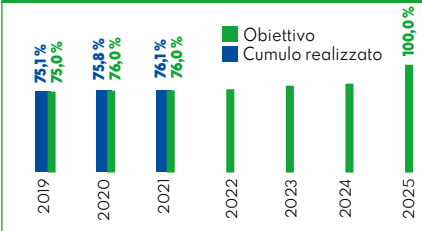
**Obiettivo n° 2**

Raggiungere il 100% di elettricità a basse emissioni di carbonio presso i nostri siti entro il 2025.

**I nostri progressi nel 2021:**

- mix elettrico a basse emissioni di carbonio: 76,06%;
- messa in funzione di 10 impianti fotovoltaici per una capacità installata totale di 11 MWp.

**Elettricità a basse emissioni di carbonio consumata da STEF**



**Obiettivo n° 3**

Costruire un'iniziativa di supporto per i subappaltatori di trasporto.

**I nostri progressi nel 2021:**

- creazione di una direzione del subappalto di trasporto all'interno del Gruppo;
- realizzazione di un'indagine tra i subappaltatori del Gruppo nel settore dei trasporti sugli impegni e le aspettative in termini di riduzione dell'impronta carbonica;
- accompagnamento di alcuni subappaltatori di trasporto in previsione del rinnovo di parte della loro flotta (49 in Spagna, 57 in Francia);
- integrazione di una clausola di riduzione dell'impronta carbonica nel disciplinare di alcuni partner di trasporto.

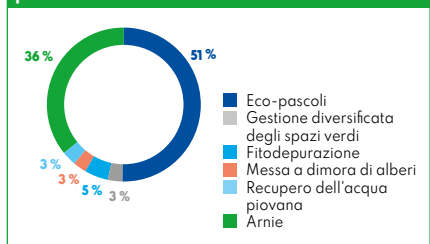
**Obiettivo n° 4**

Fare in modo che ogni collaboratore contribuisca alla riduzione dell'impronta carbonica nella propria vita professionale e privata.

**I nostri progressi nel 2021:**

- lancio di un programma di comunicazione e formazione interna per coinvolgere tutti i dipendenti, di tutte le attività e a tutti i livelli gerarchici, sulle tematiche ambientali;
- lancio del progetto *Plastic Free* in Italia;
- ordine di 20 veicoli di servizio elettrici la cui consegna è prevista nel 2022;
- lancio di un'iniziativa di biodiversità presso i cantieri immobiliari (40 siti impegnati in un'iniziativa di conservazione della biodiversità, di cui 28 progetti avviati nel 2021).

**Tipo di allestimenti esistenti presso i siti STEF nel 2021**



# STEF IN AZIONE PER UNA MOBILITÀ SOSTENIBILE



1

**Nel 2021: STEF e Saipol (Gruppo Avril) hanno siglato un contratto per la fornitura di biocarburante Oleo100 per 1/3 della flotta di automezzi pesanti del Gruppo.**

Questa energia rinnovabile B100 ricavata dalla colza francese consente di diminuire le emissioni di gas ad effetto serra del 60%. STEF intende passare 700 veicoli a Oleo100 allo scopo di risparmiare ben 100.000 tonnellate di CO<sub>2</sub> entro il 2025! STEF ha scelto Oleo100 di Saipol per l'origine francese dei suoi semi, che vengono trasformati nei pressi di Nogent-sur-Seine (sito di Mériot) e Rouen (sito di Grand Couronne). L'utilizzo della colza francese, destinata principalmente alla produzione di pannelli per l'alimentazione animale, produce un'eccedenza di olio che viene trasformata in Oleo100. Non comporta la deforestazione o la riallocazione dei terreni e contribuisce all'indipendenza energetica della Francia.



2

**Il progetto "Fresh<sub>2</sub>" di celle a combustibile a idrogeno passa dal laboratorio alla strada: 0 rumore, 0 emissioni e 1 premio!**

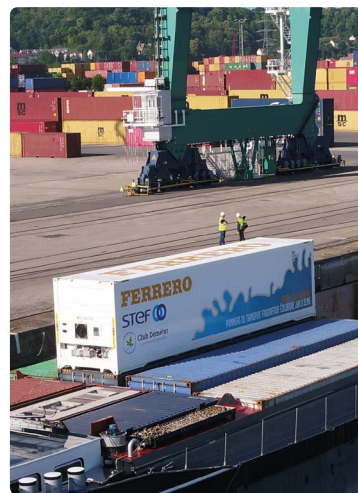
Si tratta di una soluzione pulita e silenziosa, progettata per fornire l'energia elettrica necessaria alle unità di refrigerazione montate sui semirimorchi per il trasporto stradale a temperatura controllata. La sua innovazione consiste nell'interfacciamento diretto della cella a combustibile con l'unità di refrigerazione, senza la necessità di un costoso e ingombrante sistema di batterie tampone a bordo. Avviato da Bosch e Carrier Transicold in collaborazione con il carrozziere Lamberet e STEF, il progetto Fresh<sub>2</sub> è entrato quest'anno nella fase di test su strada. Giudicato promettente, ha vinto il Premio Speciale della Giuria Joseph Libner agli Innovation Awards della fiera Solutrans 2021.



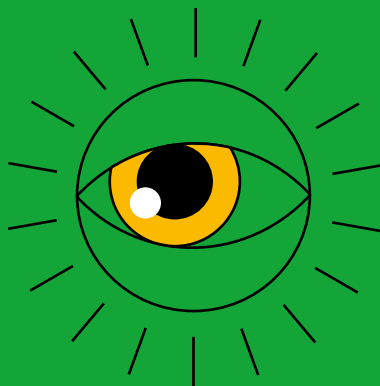
3

**Trasporto fluviale di merci a temperatura controllata sulla Senna: STEF e FERRERO vincono il trofeo EVE\* per il loro impegno ambientale nella categoria "Migliore cooperazione tra player".**

Avviato nel luglio 2021 tra Rouen e Gennevilliers, questo progetto multimodale fiume/gomma è il risultato di una partnership tra FERRERO, STEF e Monoprix, in associazione con VNF (Voies Navigables de France) e il sostegno del Club Demeter. A velocità di crociera, questo collegamento fluviale ridurrà il numero di camion sulle strade da 54 a 19, trasferendo così il 65% dei viaggi esistenti al trasporto multimodale. Risultato: poco più di 5 tonnellate di CO<sub>2</sub> risparmiate ogni anno!



\*Il programma EVE (Impegni volontari per l'ambiente - Trasporti e Logistica) sostiene le aziende nella riduzione dell'impatto energetico e ambientale delle loro attività di trasporto e logistica. È sostenuto dall'ADEME, Eco CO<sub>2</sub> e dalle Organizzazioni Professionali (AUTF, CGI, FNTR, FNTV, OTRE, Union TLF) e gode del supporto del Ministero della Transizione Ecologica.



# PANORAMICA SUI NOSTRI PAESI



SPAGNA

# ALL'ENERGY LAB DI MADRID, STEF INNOVA E SPERIMENTA LE SOLUZIONI ENERGETICHE DEL FUTURO

E per andare più lontano, creazione di un

*Energy Lab*



Stoccaggio di energia  
Autoconsumo  
collettivo



L'idrogeno è una delle soluzioni attualmente prese in considerazione. È stato quindi creato un team di progetto per mettere in comune le conoscenze esistenti e studiare le diverse applicazioni possibili (movimentazione, alimentazione di unità refrigeranti e veicoli). Il programma comprende la produzione, lo stoccaggio e la condivisione di energia elettrica e frigorifera.

Nel 2021 sono state avviate 4 sperimentazioni che saranno adottate nei prossimi 3 anni:

- la produzione di H<sub>2</sub> verde mediante elettrolisi a partire dall'elettricità fotovoltaica;
- lo stoccaggio di energia elettrica tramite batterie che immagazzinano l'energia generata dal sole durante il giorno e la consumano di notte;
- l'accumulo di energia frigorifera mediante noduli

eutettici che permettono di produrre freddo con pannelli fotovoltaici durante il giorno e di utilizzarlo durante la notte;

- la creazione di un ecosistema di consumo attraverso la creazione di una "comunità energetica" basata sul principio di un sito di produzione e diversi siti di consumo nelle vicinanze, per aumentare la quota di energia autoprodotta e autoconsumata.



# MOBILITAZIONE PER L'AMBIENTE CON IL PROGRAMMA **PLASTIC FREE**

Tutto è iniziato con l'eliminazione degli imballaggi in plastica negli uffici in Italia. Molto apprezzato dai collaboratori, questo programma, inizialmente adottato negli uffici, si è esteso alle attività operative in cui la pellicola termoretraibile viene utilizzata sia dai clienti di STEF per i loro prodotti sia dal Gruppo per avvolgere i pallet. I team si sono dati il compito di trovare soluzioni alternative, di testarle e valutarne la sostenibilità. Questo progetto a lungo termine coinvolge anche i clienti del Gruppo.



SVIZZERA

## NUOVO IMPIANTO FOTOVOLTAICO PER L'AUTOCONSUMO SUL TETTO DEL SITO DI KÖLLIKEN

Sul sito di punta di STEF in Svizzera sono stati installati non meno di 3.164 pannelli solari, su una superficie di 8.000 mq. Operativo dal dicembre 2021, l'impianto fotovoltaico di Kölliken copre il 22% del consumo annuale stimato del sito (equivalente al consumo energetico annuale di 300 famiglie in Svizzera). Questo progetto permette di diminuire le emissioni di gas ad effetto serra, contribuisce a controllare i costi dell'elettricità e riduce la dipendenza energetica dalla rete.



## LA BU RHD SVILUPPA LA **REVERSE LOGISTICS**, E TUTTI CI GUADAGNANO!

STEF consegna gli alimenti confezionati (imballaggi di carta, cartone, plastica), ma anche grandi cartoni in cui le catene di fast-food possono piegare e depositare gli imballaggi usati. Questi cartoni vengono poi

raccolti, riportati nelle sedi STEF e consegnati al nostro fornitore di servizi per la loro valorizzazione. In questo modo si ottimizzano i flussi di raccolta e si riduce l'impronta carbonica dei clienti del Gruppo.

## STEF supera con successo l'audit ISO 50001!

Quasi 140 siti e 170 entità giuridiche in Francia sono state certificate per la loro gestione energetica secondo questo standard internazionale. L'iniziativa viene attuata sul campo, con la gestione degli impianti refrigeranti da parte di consulenti energetici, il rispetto delle buone pratiche per i dipendenti e la realizzazione di diagnosi energetiche in tutti i siti per individuare nuove opportunità di risparmio. Una bella dinamica collettiva in costante miglioramento!



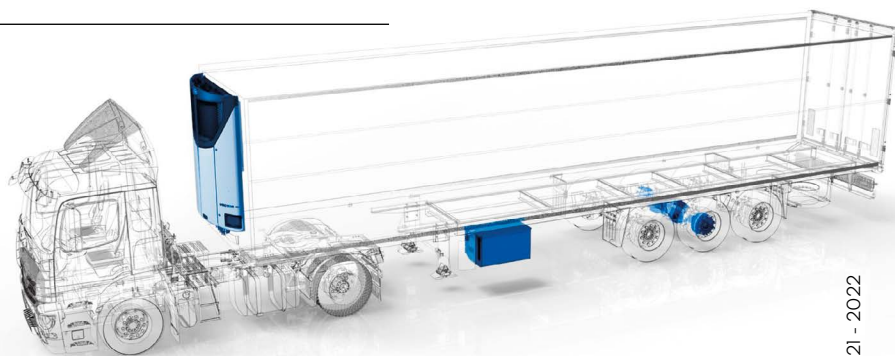
PAESI BASSI

## INNOVAZIONE: ASSI CHE FORNISCONO ELETTRICITÀ

STEF Paesi Bassi partecipa allo sviluppo di semirimorchi in cui il motore diesel dell'unità refrigerante è sostituito da un motore elettrico. Quest'ultimo è alimentato da una batteria integrata nel telaio del semirimorchio che viene ricaricata durante la notte.

Cosa c'è di nuovo? Uno degli assi del rimorchio è in grado di erogare elettricità all'intero sistema quando il camion è in movimento, garantendo un giorno di raffreddamento in autonomia senza emissioni locali di CO<sub>2</sub> da parte dell'unità di raffreddamento.

STEF Paesi Bassi possiede ora 2 semirimorchi provvisti di assi dotati di un generatore di ultima generazione. E la buona notizia è che questa soluzione è ora anche commercializzata.



# NEL CUORE DEL MEDITERRANEO



**La Mériidionale è una compagnia marittima di trasporto merci e passeggeri al 100% mediterranea!**

Serve 2 destinazioni: storicamente la Corsica, nell'ambito della sua missione di servizio pubblico, e dal 2020 il Marocco, con la rotta regolare Marsiglia-Tangeri. È riconosciuta per l'attenzione prestata ai clienti, la qualità dei servizi erogati a bordo, l'impegno ecologico e la capacità di innovare.

**La Mériidionale, da sempre pioniera nella lotta al cambiamento climatico!**

Un'anteprima mondiale! Dal 2019, la Piana sta testando un nuovo filtro antiparticolato specifico per il trasporto marittimo che permette

di eliminare fino al 99% delle particelle fini e ultrafini presenti in mare durante le traversate. Il processo si basa su una reazione chimica che utilizza un prodotto neutro, il bicarbonato di sodio, che elimina completamente lo zolfo contenuto nei gas di scarico, senza alcun rilascio in mare. Il bicarbonato sporco viene raccolto a bordo per essere riciclato. Poiché i risultati di questo test sono molto positivi, quest'anno la compagnia ha deciso di dotare tutti i motori della Piana di filtro antiparticolato. Questo dispositivo ha permesso a La Mériidionale di vincere il "Prix Équipement" nel settembre 2021, in occasione della quinta edizione dei Trofei "Port du futur" organizzati dal Cerema e dai suoi partner.

## Lo sapevate?

**La Mériidionale è:**

- 4 navi per il trasporto misto;
- 13 traversate settimanali tra la Corsica e Marsiglia, 6 traversate settimanali tra Marsiglia e il Marocco;
- ± 600 persone, in mare e a terra, al servizio dei clienti;
- 173.658 passeggeri e 75.117 autovetture trasportati nel 2021;
- 41.600 automezzi pesanti pari a 472 km di merci trasportate nel 2021.



BIENVENUE  
SUR

*La french  
traversée*



NOUVELLE LIGNE  
MARSEILLE - TANGER

**La Méridionale**   
la traversée que vous méritez

Pubblicazione: Direzione della Comunicazione - Céline Audibert - Catherine Marie

Progetto / Creazione / Realizzazione: Idéogramme Communication - Redazione: Corine Delahaye  
Crediti fotografici: Clan d'Oeil - Fucha - Muyard - PH Jacob- Fototeca STEF - La Méridionale - Istock  
- Shutterstock



*Promuovere la gestione  
sostenibile delle foreste*  
Per maggiori informazioni:  
**[www.pefc.org](http://www.pefc.org)**



Società Anonima con capitale di 13.000.000 €  
Sede legale: 93, boulevard Maiesherbes - 75008 Paris  
999 990 005 Registro Imprese di Parigi

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