

Lo Esencial

2021 / 2022



ÍNDICE

Entrevista a Stanislas Lemor	02
Nuestros fundamentos	06
Para nuestros equipos	11
- Miradas cruzadas	
- Nuestros países de un vistazo	
- Retratos de colaboradores	
Para nuestros clientes	23
- Miradas cruzadas	
- ¡Cada vez más lejos!	
- Confían en nosotros	
- Soluciones con valor añadido	
Para nuestro planeta	35
- Miradas cruzadas	
- <i>Moving Green</i> : ¡ya 1 año!	
- Nuestras acciones para la movilidad sostenible	
- Nuestros países se comprometen	
La Méridionale	46



EDITORIAL

Esta nueva edición de Lo Esencial refleja los retos a los que nos hemos enfrentado, los proyectos que hemos lanzado y los que hemos emprendido para construir juntos la *supply chain* del futuro. A través de acciones concretas, en ella se destaca quiénes somos y cómo respondemos a las expectativas de nuestras partes interesadas.

En un momento en que los retos económicos, sociales y medioambientales de nuestro sector son inmensos, nos proponemos crear cada vez más valor para nuestros clientes, nuestros equipos y el planeta. ¿Y cómo lo haremos? Combinando el compromiso colectivo y la creatividad para alcanzar un transporte, una logística y un embalaje cada vez más sostenibles.

¡Esperamos que disfrutéis la lectura!

**ALIMENTA LA VIDA DIARIA
DE MILLONES DE
CONSUMIDORES**



STEF

ENTREVISTA

A

STANISLAS LEMOR

Presidente-Director General de STEF



El año 2021 ha sido rico en acontecimientos para STEF, ¿sale el Grupo fortalecido?

Hemos vivido un año de repunte económico en toda Europa, pese a la inestabilidad ligada al contexto sanitario y a una coyuntura marcada por las fuertes presiones inflacionistas. Esta situación nos ha obligado a adaptarnos a las nuevas circunstancias, pero gracias al compromiso de todos, hemos podido volver a nuestro rendimiento de 2019 e incluso mejorarlo.

Ahora más que nunca, el Grupo ha demostrado su solidez y su capacidad para invertir en el futuro. En concreto, esto significa que, pese al entorno incierto, hemos seguido apostando por grandes proyectos que serán la columna vertebral de nuestro desarrollo futuro. El año pasado, por ejemplo, gastamos casi 300 millones de euros -un récord para el Grupo- en nuevas inversiones inmobiliarias, equipamiento y operaciones de crecimiento externo.

En particular, estas inversiones les han permitido abrirse paso en el norte de Europa con la adquisición de Langdons. ¿Qué hizo que el Grupo decidiera dar este paso estratégico?

Esta adquisición es un paso natural y lógico en la construcción de nuestra red, que comenzó hace más de 30 años. Hicimos este movimiento estratégico hacia el Reino Unido tanto para satisfacer las necesidades cada vez más globalizadas de nuestros clientes como para consolidar nuestra presencia en Europa Occidental.

Ahora podemos ofrecerles un apoyo de calidad en un octavo país, recurriendo a las competencias de nuestros colaboradores y colaboradoras del Reino Unido, así como en una red que abarca completamente el territorio.

El repunte de la economía británica y las sinergias que podremos tejer con nuestra red continental auguran unas perspectivas muy positivas.

¿Cree que también han consolidado su presencia en sus países de implantación?

Es cierto que hemos afianzado nuestra estrategia de desarrollo en muchos países.

En Italia, Bélgica y Países Bajos, esto se logró mediante la adquisición de las actividades de transporte internacional de Nagel-Group y la firma de acuerdos de colaboración que nos permiten ofrecer a nuestros clientes servicios hacia Alemania, Europa Central y el norte de Europa.

En Francia, la adquisición completa de las empresas LIA y Nagel Airfreight France también abre nuevas oportunidades internacionales y marca el comienzo de la creación de una nueva business unit especializada en flujos internacionales.

Por último, también hemos consolidado nuestra presencia en Italia con la adquisición de una participación en el grupo SVAT, especialista en transporte de alimentos congelados, y hemos finalizado la adquisición de Enaboy, que mejorará nuestra red de transporte en España.

Más allá de nuestro ámbito habitual, invertimos por primera vez en nuevas formas de comercio electrónico con una participación en Califrais, una *start-up* destinada a apoyar al Mercado de Rungis en la aceleración de su transformación digital.

¿Piensa que el crecimiento orgánico es igual de positivo?

Aunque el año 2021 no fue en absoluto comparable al 2020, el contexto sanitario, con sus sucesivos periodos de confinamiento y restricciones, siguió pesando en el clima empresarial. Esto afectó a nuestro dispositivo operativo, que experimentó grandes variaciones durante el año, en un contexto de fuerte escasez de mano de obra.

Sin embargo, la recuperación del sector agroalimentario y la evolución positiva del consumo han permitido volver a nuestra dinámica de crecimiento anterior a la pandemia. El repunte de la mayoría de nuestras actividades en Francia, con una notable recuperación de nuestras actividades de Seafood y RHD, y la buena dinámica en todos nuestros países, con el retorno al rendimiento operativo en Suiza, demuestran que nuestro *business model* es sólido.

Pero no sería nada sin la confianza que nos brindan nuestros clientes en toda Europa. En ese sentido, nos congratulamos de la firma de nuevos contratos o de sus renovaciones, y me gustaría darles las gracias.

Estos buenos resultados llegan en un entorno complicado, ya que han sufrido una fuerte subida de los costes energéticos...

La fuerte recuperación de la economía mundial ha vuelto a poner de manifiesto la cuestión de la inflación de manera brutal. Esto es especialmente cierto en el sector de la energía, donde la segunda mitad del año estuvo marcada por la explosión de los costes. Aunque la fuerte subida de los precios del petróleo se ve absorbida en parte por ciertos mecanismos de refacturación, el aumento de los costes de la electricidad ha tenido un impacto significativo en nuestros resultados.

Con la actual situación geopolítica que agrava aún más las tensiones en el mercado de la energía, estamos decididos a avanzar en el camino hacia la eficiencia energética. Más que nunca, la cuestión es cómo garantizar el cumplimiento de nuestra misión reduciendo nuestras emisiones, disminuyendo el uso de combustibles fósiles o encontrando fuentes de energía alternativas.

Esto está en el centro de nuestros compromisos a favor del clima. Hemos puesto en marcha un ambicioso programa de inversión en la instalación de paneles fotovoltaicos para la producción de electricidad en nuestros almacenes y plataformas. También hemos optado por reducir el uso de gasóleo para alimentar nuestros vehículos introduciendo gradualmente un biocombustible 100 % vegetal, el Oleo100, en nuestro mix energético, que representará el 30 % de nuestro consumo total de aquí a 2025.

“LOS COMPROMISOS QUE HEMOS ASUMIDO COMO PARTE DE NUESTRO ENFOQUE MOVING GREEN ESTÁN DESTINADOS A ORIENTAR NUESTRA TRANSICIÓN ENERGÉTICA HASTA 2030.”

Hace ya casi 12 meses que anunciaron el compromiso de su Grupo con la lucha contra el cambio climático. Un año después, ¿cuáles son sus resultados?

Los compromisos que hemos asumido como parte de nuestro enfoque *Moving Green* están destinados a orientar nuestra transición energética hasta 2030 y a marcar la diferencia en nuestro mercado. Estoy encantado con el impulso que este enfoque ha creado internamente entre todos nuestros colaboradores y con los primeros resultados alentadores que hemos podido obtener.

Con respecto a nuestro primer objetivo de reducir nuestras emisiones de gases de efecto invernadero en un 30 %, ya las hemos reducido en un 13 % con respecto a 2019, que es nuestro año de referencia. Obviamente, contamos con que se acelere el movimiento gracias a un mayor uso del biocombustible B100, a la generalización de los grupos de frío eléctricos en sustitución de los grupos de frío diésel para nuestros transportistas y a la introducción de camiones con motor de gas para la distribución en zonas de bajas emisiones (LEZ).

En cuanto a nuestro segundo objetivo, que consiste en consumir un 100 % de energía baja en carbono en nuestros centros de aquí a 2025, la puesta en marcha de 10 instalaciones fotovoltaicas nos permite demostrar que el 76 % de nuestro consumo está compuesto por energía baja en carbono, por una inversión de 25 millones de euros en 2021 y 2022. Y eso no es todo, a finales de 2022 deberíamos llegar a disponer de 42 plantas fotovoltaicas en funcionamiento.

Así que podemos decir que vamos por buen camino.

Por último, ¿cómo contempla el año 2022? ¿Constituirá un punto de inflexión?

El primer reto que se presenta es la integración de la empresa Langdons, que es la mayor adquisición que se ha llevado a cabo en la historia del Grupo. El segundo será, sin duda, mantener una gestión rigurosa y una fuerte presencia comercial en un contexto de presiones inflacionistas. Por último, el tercer reto girará obviamente en torno al atractivo de nuestras profesiones, pero también al desarrollo de las competencias y a la fidelización de nuestros colaboradores y colaboradoras. A este respecto, me gustaría señalar que en 2020 lanzamos nuestra iniciativa *MIX'UP*, relativa a la igualdad y la diversidad profesional, a través de la cual nos hemos comprometido a aumentar el número de mujeres en el Grupo en un 25 % de aquí a 2030. Abordar cada una de estas áreas simultáneamente es un requisito previo para hacer frente a las crecientes tensiones del mercado.

Sabemos que tendremos que enfrentarnos a un entorno complejo, marcado por grandes incertidumbres geopolíticas, una creciente escasez de energía y por la necesidad de hacer más atractivas nuestras profesiones.

Sin embargo, también creemos que este periodo puede suponer para las empresas la oportunidad de rediseñar sus relaciones con sus partes interesadas y de incorporarse de forma permanente a los dos grandes movimientos que están impactando en nuestro mundo: el de la transición energética y el de la innovación.

Porque creemos que todos y cada uno de nosotros podemos allanar el camino hacia un mundo más sostenible y que una empresa, sea cual sea su actividad, puede liderar el cambio, perseguiremos nuestros compromisos con convicción en 2022.

NUESTRA RAZÓN DE SER



Durante más de un siglo, hemos tenido una misión única: la de suministrar productos alimentarios a la población. Nuestra razón de ser es la expresión de una fuerte convicción sobre la manera específica y diferenciadora con la que concebimos nuestra actividad y queremos ejercerla. Es una brújula para todos los equipos y muestra, más allá de las palabras, la realidad de nuestro compromiso diario al servicio de nuestros clientes y de sus consumidores, así como nuestra voluntad de actuar para la sostenibilidad del Grupo a largo plazo y también la del mundo que nos rodea.

NUESTROS VALORES

Compartidos por todos y todas, cuatro valores nos guían a diario. Adaptados a la evolución del Grupo, son la base de nuestra cultura empresarial.

“ GARANTIZAR DE MANERA
SOSTENIBLE Y TOTALMENTE SEGURA
EL ACCESO A LA DIVERSIDAD
Y AL DISFRUTE ALIMENTARIO
PARA TODOS ”



Entusiasmo

Porque nuestra misión tiene un gran sentido para nuestros clientes y para la población, la llevamos a cabo con orgullo y optimismo.

Respeto

La capacidad de escucha y el compromiso son la clave de la confianza que mantenemos desde hace mucho tiempo con nuestros clientes, equipos, socios y partes interesadas.

Rigor

En nuestras tareas diarias, mostramos la máxima dedicación y nos aseguramos de actuar con un alto nivel de exigencia y competencia.

Eficiencia

Nos impulsa el gusto por el espíritu empresarial y el desafío. Para avanzar al ritmo de los cambios en nuestro sector y garantizar el desarrollo de nuestro Grupo, nos hemos fijado objetivos ambiciosos y nos dotamos de los medios necesarios para alcanzarlos juntos.

NUESTRO MODELO DE NEGOCIO

STEF



Nuestra razón de ser

Garantizar de manera sostenible y totalmente segura el acceso a la diversidad y al disfrute alimentario para todos

Una cartera de actividades equilibrada

- Transporte nacional e internacional
- Logística
- Embalaje
- Actividad marítima

Nuestras ventajas

- 20 000 colaboradores experimentados y comprometidos
- 10 000 clientes que confían en nosotros a diario
- Un saber hacer reconocido en la gestión de flujos y en la seguridad alimentaria
- Un fuerte arraigo en los territorios
- Áreas especializadas en la actividad inmobiliaria, las TI y la energía integradas
- Una cultura de la innovación
- Una situación financiera sólida
- Una base estable de accionistas compuesta principalmente por colaboradores
- Un compromiso social duradero

Nuestros valores

- Entusiasmo
- Respeto
- Rigor
- Eficiencia

Nuestros medios



- Una red única de + de 250 plataformas multi-temperatura



- Presencia en 8 países europeos



- 4 000 vehículos



- 4 buques

MAYORISTAS
●
PRODUCTORES AGROALIMENTARIOS
●
INDUSTRIAS AGROALIMENTARIAS
●
VARIOS

GRANDES Y MEDIANAS SUPERFICIES
●
MINORISTAS
●
E-COMMERCE
●
RESTAURACIÓN COMERCIAL Y COLECTIVA

PRODUCCIÓN GANADERÍA PESCA

CONSUMIDORES



PARA NUESTROS EQUIPOS

**CREACIÓN DE PUESTOS DE TRABAJO
ABIERTOS AL MAYOR NÚMERO
DE PERSONAS, FORMACIÓN Y
DESARROLLO DE COMPETENCIAS,
UN PROGRAMA DE PROMOCIÓN
DE LA DIVERSIDAD DE GÉNERO
Y LA IGUALDAD PROFESIONAL...
¡STEF SE COMPROMETE A QUE
TODOS ENCUENTREN SU LUGAR
EN EL GRUPO!**



ENTREVISTA A...

CÉLINE MARCINIAK

Directora de Responsabilidad social de STEF



En 2021, STEF decidió hacer de la diversidad y la igualdad profesional entre hombres y mujeres un tema prioritario y lanzar su iniciativa: MIX'UP. Todos los estudios lo demuestran: la diversidad de género en el trabajo aumenta el bienestar de los equipos y hace que las organizaciones sean más eficientes.

¿En qué consiste la iniciativa MIX'UP?

Nuestra iniciativa consiste en apoyar la creciente diversidad en nuestra plantilla. En este contexto, nos hemos fijado el objetivo de aumentar la proporción de mujeres en nuestra plantilla en un 25 % de aquí a 2030. Nuestras líneas de actuación son sencillas pero ambiciosas: desarrollar la diversidad de nuestras profesiones para apoyar nuestro desarrollo europeo, mejorar la calidad de vida en el trabajo y las condiciones laborales para que todo el mundo pueda encontrar su lugar y movilizar a todos nuestros equipos midiendo nuestros progresos. La singularidad -y la fuerza- de MIX'UP es que esta iniciativa se basa en un enfoque sistémico.

Un enfoque "sistémico"...

¿Podría ser más precisa?

Para aumentar la diversidad profesional de género hay que activar varias palancas: romper los estereotipos, cambiar nuestras prácticas de RRHH y de gestión, cambiar la imagen de nuestras profesiones, pero también mejorar las condiciones de trabajo y facilitar la integración y el avance profesional de las mujeres.

La iniciativa MIX'UP abarca todos estos temas, que interactúan entre sí. Por lo tanto, requiere la movilización de todos los equipos del Grupo: los directivos y los recursos humanos, pero también las funciones de apoyo, como la dirección de las divisiones, los responsables de seguridad y salud en el trabajo y los ergonomistas.

¿Hay acciones ya en marcha?

Hemos lanzado un programa de formación y sensibilización sobre cuestiones de diversidad de género e igualdad profesional para todos nuestros equipos. Es primordial y, para objetivar las disparidades, estamos implementando una herramienta común llamada "Diagnóstico de situación comparada M/H". En otras palabras, ¡medir para actuar mejor!

Mejorar las condiciones laborales y la calidad de vida en el trabajo es uno de los compromisos de MIX'UP. ¿Por qué?

La calidad de vida en el trabajo es un tema en el que estamos trabajando desde hace varios años. En un sector que es casi un 80 % masculino, el entorno de trabajo y los equipamientos no siempre están diseñados para equipos mixtos. Por eso vamos a acelerar nuestros experimentos e innovaciones sobre el terreno para dar a las mujeres los medios necesarios para incorporarse a nuestras profesiones. Otro reto importante es promover la conciliación de la vida laboral y familiar, por ejemplo, instaurando organizaciones de trabajo más flexibles. ¡Tantos otros temas en los que hemos avanzado y en los que todavía tenemos que progresar! MIX'UP es un plan a largo plazo. La igualdad de género en el lugar de trabajo requiere un cambio de mentalidad que va más allá del ámbito de nuestro Grupo.

MIRADA



DE EXPERTA

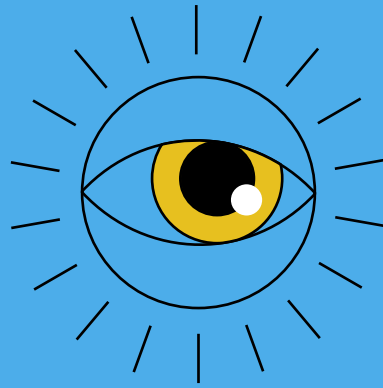
Brigitte Grésy, Presidenta del Consejo Superior para la Igualdad entre Mujeres y Hombres hasta 2021

¿Cómo debe plantearse la igualdad profesional?

“ La igualdad profesional no es un ejercicio de recuento, sino un ejercicio de transformación profunda de las organizaciones... La realidad y la imagen del sector de actividad del transporte y la logística son tradicionalmente masculinas. Hay una fuerte adhesión y resistencia por dos razones: más allá del aspecto estructural, es el cultural el que obstaculiza. Si no hay una política con un programa, objetivos compartidos, evaluación de las impresiones, control e incluso sanciones, la cosa no funciona. Lo que se necesita es un conjunto de herramientas para la igualdad: recuento, objetivos, evaluación, pero también un programa sistémico, llevado al más alto nivel de las organizaciones, cuyas prioridades deben adaptarse al contexto. En definitiva, hay que obligar y convencer al mismo tiempo. Y reiterar que la igualdad es un factor profundo en la transformación de las organizaciones para todos los empleados, mujeres y hombres. Por último, el reto no es sólo

atraer a las mujeres a estas profesiones, ocupadas predominantemente por hombres, sino mantenerlas en ellas. También en este caso deben cumplirse dos condiciones: que las condiciones de trabajo sean lo más respetuosas posible con el ritmo de vida para que las mujeres se sientan psicológica y materialmente cómodas, lo que les permitirá integrarse y les incitará a quedarse; y que se luche contra el sexismo y la violencia sexista y sexual. Por supuesto, los hombres también se benefician de todos los avances realizados en la empresa. ”

BRIGITTE GRÉSY es una alta funcionaria francesa, inspectora general honoraria de asuntos sociales. Es especialista en cuestiones de igualdad de género. Fue presidenta del Consejo Superior para la Igualdad entre Mujeres y Hombres de 2019 a 2021 y secretaria general del Consejo Superior para la Igualdad Profesional entre Mujeres y Hombres de 2013 a 2019. Es autora de *Petit traité contre le sexisme ordinaire*, publicado por Albin Michel en 2008.



NUESTROS PAÍSES DE UN VISTAZO



PREMIOS A LOS BINOMIOS CEO/DRH



En 2021, Stanislas Lemor y Jean-Yves Chameyrat fueron galardonados con el trofeo del binomio CEO/DRH y el premio “Coup de cœur” del público. Organizado por el Grupo RH&M, este galardón pretende

promover el papel del DRH en la toma de decisiones estratégicas de la empresa y demuestra que el binomio CEO/DRH es un factor clave en los resultados económicos y sociales de la empresa.

12 PROMOCIONES Y UN 92 % DE ÉXITO EN LA ESCUELA DE CONDUCCIÓN STEF

La profesión de conductor/a está sometida a una fuerte tensión. Además de su programa habitual de selección de personal a través de contratos de profesionalización o de aprendizaje, STEF Francia puso en marcha su escuela de conducción en 2021 con AFTRAL, el primer centro de formación en transporte y logística. Esta escuela, que tiene como objetivo apoyar su campaña de contratación de 500 conductores al año, está abierta a cualquier persona nueva que desee emprender esta carrera, así como

a los colaboradores del Grupo que deseen acceder a esta profesión. Desde su creación, la escuela de conducción ha recibido a 126 alumnos (98 externos y 28 internos).

En su mayoría, las promociones tienen edades inferiores a los 30 años y, buena noticia, 16 candidatas se han unido a nosotros y participan plenamente en nuestro deseo de aumentar el número de mujeres en nuestras profesiones de conducción. En 2022, ya se han puesto en marcha 4 nuevas sesiones y están previstas 8 más. ¡Nuestra ambición es tener una promoción 100% femenina para 2022!

INCLUSIÓN E INSERCIÓN DE PERSONAS REFUGIADAS

Este año se han puesto en marcha varios proyectos en colaboración con *Tent Partnership for Refugees*, una organización sin ánimo de lucro que moviliza a la comunidad empresarial mundial en favor de la integración de las personas refugiadas. El programa se articula en torno a una formación en competencias clave en francés y una formación teórica y técnica en las profesiones del transporte y la logística. Además de proporcionar empleo a las personas desplazadas, un grupo de ONG locales completa el programa con un apoyo social que permite a estas personas acceder a una vivienda, ayudarles en sus trámites administrativos y facilitar su integración ciudadana. En total, unas 20 personas se han beneficiado de este programa este año y trabajan ahora en STEF. Dada la importancia creciente de la cuestión de las personas desplazadas, estos proyectos proseguirán en 2022.





PREMIOS A LA EMPRESA INCLUSIVA



Organizados por Manifieste Inclusión y bajo el patrocinio de la Secretaría de Estado para las personas con discapacidad, los Premios a la empresa inclusiva pretenden destacar las iniciativas innovadoras de las empresas que se comprometen con acciones

inclusivas para las personas con discapacidad. En 2021, STEF ganó el premio a la colaboración innovadora con el sector adaptado y protegido con su filial Dyad. En esta edición, el Grupo fue seleccionado entre 70 candidaturas.



ELLAS PARA ELLAS, PARA DARSE ALAS

Desde hace varios años, STEF Italia se ha propuesto abrir más sus puertas a las mujeres. Tras el éxito de su programa *Ladies first*, cuyo objetivo era promover el liderazgo femenino y elevar el porcentaje de mujeres en su plantilla al 33 % para finales de 2020, la empresa lanzó en 2021 *Ellas para Ellas*, un programa cuyas ambiciones se ven reforzadas por la implantación

de una tutoría femenina. 13 colaboradoras se presentaron como voluntarias para convertirse en tutoras y compartir sus experiencias y consejos en un espacio de la intranet dedicado a todas las colaboradoras italianas. Además de un lugar de intercambio, también pueden encontrar una serie de herramientas y tests de autodiagnóstico. La sensibilización de los equipos directivos, la deconstrucción de los estereotipos y la puesta en marcha de acciones de progreso completan este programa.



¡PORQUE LA DIRECCIÓN DE UN EQUIPO NO SE IMPROVISA!

STEF Bélgica ha desarrollado un programa de formación de 8 días para fortalecer la comunidad directiva y mejorar las técnicas de dirección de sus equipos a todos los niveles. Para mantener el impulso a pesar de la crisis sanitaria, la empresa ha editado y publicado un folleto para los directivos: una auténtica caja de herramientas, reúne y explica 40 técnicas de dirección para gestionar mejor el día a día. Este libro de a bordo se ha completado con videos que ilustran estas herramientas y su aplicación. Los videos se difunden todas las semanas y son un recordatorio para los que ya han participado en la formación y una oportunidad para que los demás descubran y se familiaricen con estas técnicas. Por último, después de cada ciclo de 4 videos, se invita a todo el mundo a responder a un cuestionario, cuyos resultados sirven de base para alimentar el debate, los consejos y las sugerencias. La clave del éxito: ¡partir de la realidad sobre el terreno y compartir experiencias!



LA POLÍTICA SOCIAL EN EL CENTRO DEL ÉXITO DE LA NUEVA PLATAFORMA DE ALENQUER



PORTUGAL



Esta plataforma, dedicada al transporte al 100 %, se inauguró en Portugal... en plena pandemia. Y, sin embargo, actualmente es un modelo de éxito. Un éxito basado en la escucha, el diálogo y la creatividad. En concreto, esto se ha traducido en espacios de trabajo acogedores y ergonómicos diseñados conjuntamente con los colaboradores y colaboradoras. Se ha prestado especial atención a la diversidad de géneros en los equipos durante la contratación y se ha proporcionado un apoyo personalizado para la conciliación de la vida laboral y personal. En particular, se han desarrollado los aspectos relacionados con la seguridad y salud en el trabajo a través de un gran número de cursos formativos. Por último, la apertura de la plataforma estuvo acompañada de un gran número de promociones internas, incluido el nombramiento de dos mujeres en el comité de dirección de la filial.



SUIZA

DAR A CONOCER MEJOR NUESTRAS PROFESIONES

Para afianzar y desarrollar sus actividades, STEF Suiza apuesta por cursos de formación conducentes a un diploma: formación de aprendices de logística con un certificado federal de competencia, formación continua como especialistas en logística o responsables de logística con un diploma federal para sus equipos. También se ofrece formación para el oficio de conductor/a a quienes lo deseen. Al mismo tiempo, la empresa apoya activamente la formación permanente en los ámbitos de los recursos humanos, la contabilidad y las ventas. Como miembro de GSI Switzerland, STEF Suiza también participa en la formación de adultos como profesor o experto en los exámenes, y organiza regularmente visitas a sus centros para dar a conocer sus profesiones a los estudiantes de distintos centros escolares.



**RETRATOS DE MUJERES
Y HOMBRES QUE HAN
CAMBIADO DE PROFESIÓN
/ PAÍS EN STEF**





Marc Drapeau
 Director de STEF Seafood Bègles,
 Lézignan-Corbières y Frontignan



Inés Ribó Chalmeta
 Responsable de Desarrollo
 RR.HH. STEF España

¡DESDE QUE ACABÉ MIS ESTUDIOS, STEF ME HA PERMITIDO HACER UNA CARRERA INTERNACIONAL!

“ Desde muy pronto, tuve ganas de trabajar en el extranjero. Durante mi máster en control de gestión y auditoría, ya tuve la oportunidad de realizar mis primeras prácticas en Inglaterra y España en STEF. Cuando acabé mis estudios, quise volver a Gran Bretaña, probablemente por una cierta afinidad con el mundo anglosajón. Conseguí mi deseo y también hice mi primer cambio de profesión, ya que me convertí en operador/fletador internacional con TFE International Ltd, con sede en Chelmsford, antes de convertirme en encargado de agencia dos años después. En 2011, me hice cargo del desarrollo de la cartera de clientes y de la diversificación de las actividades de Tradimar Ltd en Belshill, Escocia: ¡mis primeros pasos en el seafood! Después fui nombrado director general de STEF Seafood Ltd en la zona de Glasgow, Aberdeen y Newlyn hasta 2014. A partir de esta fecha volví a Francia para ocupar el puesto de director de la filial de STEF Seafood en Boulogne-sur-Mer, ¡no muy lejos de la costa británica! En 2018, el cambio geográfico fue más radical, ya que asumí la dirección de STEF Seafood en Italia. Y desde enero de 2021, soy director de varios centros dedicados a los productos del mar, especialmente en Bègles, cerca de Burdeos, un puerto abierto a amplios horizontes... En fin, ¡mi carrera en STEF es muy rica y está llena de oportunidades que he sabido aprovechar o generar! ”

¿LA MOVILIDAD INTERNACIONAL EN STEF? ¡ES POSIBLE Y ES UNA SUERTE!

“ Me uní al Grupo en 1999. Tras una primera etapa generalista en RRHH, fui ascendida a responsable de formación, cargo que ocupé durante 8 años en STEF España en Madrid. En 2016, surgió una nueva oportunidad: el Grupo me ofreció el puesto de responsable de desarrollo RR.HH. STEF Logística en Francia. Me quedaba dentro del Grupo, ¡y este ascenso era un verdadero reto! Decidí asumirlo y vine a París con mi familia. Fue una experiencia muy enriquecedora. Los tres años que pasé en la central me permitieron adquirir nuevas competencias, desarrollar mi red interna y tener una visión global de los proyectos europeos del Grupo. Esto me resultó útil cuando volví a España como responsable de desarrollo RR.HH. STEF España. ”

**¡MIRADAS CRUZADAS:
RETOS, EVOLUCIONES
Y SOLIDARIDAD
EN STEF!**





David Vandebosch
Responsable nacional
parque de vehículos,
STEF Bélgica



Sébastien Fournier
Coordinador técnico del edificio,
STEF Bélgica

**¡NO ME IMAGINABA
LA TRAYECTORIA PROFESIONAL
QUE IBA A SEGUIR!**

“ Empecé, un poco por casualidad, como conductor de camión en STEF Transport Saintes en abril de 2012. En aquel momento, ¡no me imaginaba la trayectoria profesional que iba a seguir! Al cabo de 2 años, me incorporé al departamento de parque de vehículos. En aquella época, Sébastien era mi responsable. Yo dirigía el servicio nocturno. Poco a poco, me hice cargo de la planificación de las entrevistas y luego de la gestión del equipo cada vez más numeroso. En 2019, se me encomendó la responsabilidad del departamento de parque de vehículos de STEF Transporte y STEF Logística de Saintes. Esto permitió a Sébastien centrarse más en su nueva tarea de gestión del edificio. Desde entonces, he seguido ampliando mi ámbito de actuación: ahora también coordino las operaciones de los vehículos en el centro de Courcelles y pronto en el de Nazareth. Tengo la suerte de contar con colaboradores fantásticos en mi equipo. Lo importante es mantenerse alerta y en movimiento: no perder de vista todo lo que se pueda optimizar. Para mí, el siguiente paso sería habilitar un garaje del tamaño perfecto para nuestras necesidades, lo que nos permitiría obtener un ahorro adicional. ”

**¡ESTABA DECIDIDO A APRENDER
PARA DESARROLLAR MIS
COMPETENCIAS!**

“ ¡Recuerdo mi entrevista de trabajo en STEF Transporte Saintes en 2008 como si fuera ayer! Y ese es uno de mis buenos recuerdos. Empecé como trabajador temporal. Durante la entrevista, me hablaron de las posibilidades de desarrollo; esto me atrajo porque sabía que no quería seguir siendo personal de muelle. En 2011, la dirección me animó a cambiar de función. Me saqué el carnet de conducir de camión y me encargaron la gestión del parque de maquinaria de manutención y la coordinación de las intervenciones técnicas en el edificio. ¡Un nuevo mundo se abrió ante mí! A finales de 2013, asumí la responsabilidad del departamento técnico de vehículos. Y luego aprendí a dirigir un equipo. No es lo más fácil cuando se es joven y poco experimentado en este campo. Gracias a David, que estaba haciendo sus pinitos de forma eficaz, pude dedicarme a la actividad inmobiliaria. En 2020, tras los buenos resultados de la auditoría de prevención de incendios, dirigí el proyecto de optimización de la prevención de incendios en los distintos centros de STEF en Bélgica. Tomé conciencia de mi interés por crear un entorno laboral de calidad que mejorase las condiciones de trabajo y la seguridad en el día a día. Así que hoy me dirijo hacia una función de consultoría de prevención, y me estoy formando para ello. Soy la prueba de que si uno se empeña, realmente puede hacer que las cosas avancen y llevar a los equipos hacia una dinámica de progreso. ¡Y eso es una inmensa satisfacción! ”



PARA NUESTROS CLIENTES

**CONSTRUIR OFERTAS ADAPTADAS
A LAS ESPECIFICIDADES DE CADA
CANAL DE DISTRIBUCIÓN, GANAR
EN EFICIENCIA Y VALOR AÑADIDO
COMBINANDO EL COMPROMISO
COLECTIVO, LA CREATIVIDAD
Y LOS DATOS... ESTA ES LA
AMBICIÓN DE STEF AL SERVICIO
DE SUS CLIENTES.**



ENTREVISTA A...

GIOVANNI APRILE

Director comercial de cuentas clave Europa de STEF



Los sobresaltos de los últimos años han sido oportunidades para que STEF reflexione y evolucione en la relación con nuestros clientes.

¿Cuáles considera que son los principales cambios en la evolución de la forma en que las empresas tienen en cuenta las necesidades de los clientes?

La crisis sanitaria ha barajado las cartas de manera considerable. Ha demostrado que sólo las empresas que optaron por personalizar su servicio salieron ganando. Esto se hizo principalmente a través de la participación de los empleados, independientemente de su función, en la organización. En STEF, esto se ha plasmado en hombres y mujeres - manipuladores, conductores/as, operarios/as de muelle - que se han movilizado a pesar de las dificultades, y nuestros clientes lo han apreciado. La crisis sanitaria también ha puesto de manifiesto la importancia y la fragilidad de las cadenas de suministro alimentarias y los rápidos cambios que han agitado el mundo del consumo. En particular, esto ha impulsado a nuestros clientes a realizar, después de la covid, un trabajo exhaustivo en los planes de continuidad de las actividades para anticiparse a posibles nuevas perturbaciones.

¿Cuáles son las principales expectativas de los clientes de la supply chain en 2022?

En un entorno desdibujado por las crisis sucesivas, los clientes necesitan socios robustos con los medios necesarios para cumplir sus ambiciones, capaces en cada eslabón de la cadena logística de agregar simultáneamente los flujos físicos y los de información. También esperan que sus socios sean capaces de apoyarles en áreas complejas como el

comercio electrónico, así como la automatización y la robotización de las operaciones logísticas. El impacto medioambiental se está convirtiendo en una preocupación cada vez más importante. Es un tema en el cual nuestros clientes esperan compromisos claros y cuantificados. Y esto es precisamente lo que hemos querido hacer con nuestro programa *Moving Green*. En este ámbito, ahora más que nunca, no son las intenciones las que cuentan, ¡sino las acciones!

¿A qué nuevas evoluciones cree que tendrán que enfrentarse?

El mundo de la distribución agroalimentaria está experimentando una completa transformación. El antiguo paradigma del consumo de masas está siendo sustituido por una tendencia profunda y duradera en la que la calidad de los productos consumidos ocupa un lugar central en las expectativas de todos los consumidores. Tenemos que anclar nuestra presencia en este ecosistema desempeñando el papel de "tercero de confianza" que es indispensable para mantener la promesa que nuestros clientes hacen a sus clientes. Esta nueva relación de confianza sólo puede establecerse sobre una base sólida, ofreciendo soluciones para proteger todas las cadenas logísticas: por ejemplo, proporcionando todos los datos de trazabilidad del producto y una información más precisa y, por tanto, más útil, sobre la apreciación del destinatario final.

MIRADA



DE EXPERTO

Serge Rouvière, Director general de Why Consulting

¿Qué es la cultura del cliente hoy en día?

“ La cultura del cliente es un tema estratégico para las empresas. Como clientes, a veces nos encontramos con empresas con las que todo es fácil. Nos sentimos escuchados, comprendidos, con asesores que no dudan en dedicarnos tiempo, o incluso nos aconsejan espontáneamente sobre lo que es importante para nosotros. Cuando no se pueden satisfacer nuestras peticiones, nos explican por qué e intentan encontrar soluciones alternativas que satisfagan nuestras expectativas. Sentimos que la razón de ser de estas empresas es satisfacer a sus clientes de forma duradera. De hecho, no dudamos en recomendarlos a otros porque la experiencia que tenemos con ellos es excepcional.

Entonces, ¿qué es lo que diferencia fundamentalmente a estas empresas de las demás? Para ellas, el cliente es la prioridad número uno. Esta dimensión está presente en todas las decisiones que debe tomar la empresa, tanto si se trata de una decisión de inversión como de una simple elección relativa a un colaborador. Siempre se privilegia la satisfacción de los clientes por encima de los intereses a corto plazo.

Escuchan constantemente a sus clientes con el fin de entender cómo se perciben sus productos y servicios con el fin de mejorarlos continuamente. También se preocupan por las dificultades de sus clientes e intentan ofrecerles soluciones que les ayuden a superarlas. De este modo, siempre están “conectadas” a los cambios rápidos y constantes de sus mercados.

Consideran que sus colaboradores son el motor de su éxito. Se preocupan por contar con equipos plenamente

motivados, que trabajen en total confianza con sus compañeros o con sus directivos, dispuestos a implicarse y a aportar sus ideas, tanto si afectan directamente a la relación con el cliente como si forman parte de las funciones de apoyo.

En resumen, estas empresas “orientadas al cliente” actúan de tal manera que tienen clientes que solo confían en ellas y colaboradores que se implican al 100 % en un proyecto que tiene sentido para ellos. Saben que, aunque siempre es posible que uno de sus competidores reproduzca sus productos o servicios, ¡nunca podrán copiar la historia y la calidad de las relaciones que mantienen con sus clientes! Este enfoque de la diferenciación se traduce en una eficiencia económica superior a la media de su sector de actividad y en cuotas de mercado significativas, incluso en mercados maduros o altamente competitivos.”

SERGE ROUVIÈRE es el fundador de la agencia Why Consulting, cuya misión es ayudar a las grandes empresas a fortalecer las relaciones con sus clientes y aumentar su eficiencia comercial. Actualmente es un reconocido especialista en el desarrollo de la cultura del cliente en las organizaciones y en la implementación de estrategias de diferenciación a través de la excelencia en las relaciones y los servicios.

¡CADA VEZ MÁS LEJOS!



EL REINO UNIDO SE CONVIERTE EN EL OCTAVO PAÍS DE IMPLANTACIÓN DE STEF



La adquisición de Langdons a Nagel-Group representa para STEF un paso importante en su estrategia de desarrollo de la red puesta en marcha hace más de 30 años y un octavo país de implantación en Europa. Se ajusta perfectamente a la estrategia del Grupo de convertirse en un *pure player* europeo de la *supply chain* alimentaria. Ello permitirá a la empresa reforzar su oferta de transporte y logística a sus clientes en toda Europa Occidental y apoyararlos en su desarrollo.

¿Quién es Langdons?

Langdons es un especialista nacional en transporte a temperatura controlada y un actor importante en la importación/exportación de productos alimenticios refrigerados y congelados entre el Reino Unido y Europa continental. Con 1400 empleados y 8 centros perfectamente repartidos desde el punto de vista geográfico, atiende a 20 000 destinatarios en todo el territorio británico. Cada año, la empresa trata casi 2,7 millones de palets para 2000 clientes.

“Estamos encantados de unirnos a STEF y estamos impacientes por explorar todas las sinergias que podemos crear juntos. Estamos convencidos de que la suma de nuestros conocimientos y experiencias nos permitirá ofrecer un servicio todavía mejor a nuestros clientes.”

Arran Osman
Director de Langdons



LA RED DE STEF SE REFUERZA

La actividad inmobiliaria es un activo estratégico al servicio de las actividades del Grupo. STEF ha optado por controlarla para disponer de herramientas que garanticen la cadena de frío, la seguridad sanitaria y la eficiencia operativa. En 2021, el Grupo sumó 25 nuevos centros o expansiones.



NUEVAS TENDENCIAS DEL E-COMMERCE ALIMENTARIO



El cambio en el estilo de vida debido a la crisis sanitaria ha dado lugar a nuevos hábitos alimentarios. El comercio electrónico se encuentra en plena ebullición y cambia rápidamente, tanto por el lado de los consumidores como por el de los productores agroalimentarios. ¡Y STEF está preparada!

¡MÁS SIMPLICIDAD, MÁS FLEXIBILIDAD Y MÁS RAPIDEZ!

Desde hace 3 años, STEF desarrolla soluciones logísticas y de transporte innovadoras y seguras dedicadas al comercio electrónico alimentario para apoyar a sus clientes históricos de los sectores de la gran distribución minorista y de la distribución especializada. En 2021, el Grupo también propuso *e-food logistic*, una nueva solución "llave en mano" dedicada a todos los actores del sector del comercio electrónico alimentario: desde los *pure players* hasta las *start-ups*,

pasando por los mayores productores de la industria agroalimentaria que desean desarrollar una oferta *direct to customer*.

Fácil de instalar y sencilla de utilizar, la nueva interfaz de STEF puede estar operativa en un mes. Esta permite a los usuarios consultar sus existencias, conectarse a las herramientas de entrega en tiempo real y disfrutar de tarifas optimizadas gracias a la puesta en común de nuestros almacenes y a la

densidad de nuestra red. Esta oferta viene acompañada de la apertura, a finales de 2021, de un almacén al sur de París. Esta ubicación estratégica responde a las nuevas necesidades del sector para atender rápidamente a la región de París (35 % de la población francesa). Cubre todas las necesidades de la industria del comercio electrónico alimentario, ya que está equipada para almacenar productos secos, refrigerados y congelados.

COLABORACIONES QUE SE REFUERZAN



STEF ha sido seleccionada para ocuparse de la actividad de transporte de [rungismarket.com](https://www.rungismarket.com). Se trata del nuevo sitio web de comercio electrónico del Mercado Internacional de Rungis para los profesionales de la restauración y los comercios locales de toda Francia. ¿La promesa? 6 días a la semana, durante todo el año, todos los pedidos de productos alimentarios realizados antes de medianoche serán entregados a las 6 de la mañana del día siguiente en los restaurantes parisinos. Y posteriormente en toda Francia.

Además, en septiembre de 2021, Carrefour confió a STEF y a su centro de Aix-en-Provence todas sus operaciones logísticas (recepción, almacenamiento y preparación de pedidos) para la entrega a domicilio en la región de Provenza-Alpes-Costa Azul. Se dará servicio a 124 ciudades, incluidos los municipios de menos de 10 000 habitantes.



Califrais

STEF adquiere una participación en la start-up francesa Califrais

Con sede en el corazón del Mercado Internacional de Rungis desde 2014, Califrais es la *start-up* que está revolucionando el suministro de

productos alimentarios a los profesionales gracias a la inteligencia artificial. La empresa optimiza todas las etapas: la toma de pedidos, la *supply chain*, la gestión del catálogo, hasta la entrega a medida. A finales de 2021, Califrais obtuvo 1,5 millones de euros de STEF. Esta operación permite a Califrais disponer de los recursos financieros necesarios para reforzar sus equipos y

apoyar la aceleración de la digitalización del Mercado Internacional de Rungis, en beneficio de todos los actores de la cadena de valor, especialmente de los mayoristas del Mercado. Califrais y STEF, junto con Webhelp, fueron la agrupación seleccionada tras una licitación para operar [rungismarket.com](https://www.rungismarket.com), el sitio web de comercio electrónico del Mercado Internacional de Rungis.

¡CONFÍAN EN NOSOTROS!

Descubra cómo formamos equipo con nuestros clientes, cualquiera que sea el sector de actividad.



CONSTRUIR UNA COLABORACIÓN DURADERA

Socia de KFC Francia desde hace 20 años, STEF siempre ha respaldado a la cadena de comida rápida en su desarrollo en el mercado francés y acaba de renovar su contrato de servicios logísticos y de transporte para los próximos años.

Las competencias de STEF en el sector de la restauración fuera del hogar, su oferta de servicios a lo largo de la cadena de valor y la calidad de sus prestaciones fueron decisivas para esta renovación de la confianza.

STEF seguirá encargándose de toda la *supply chain* en triple temperatura de congelados, refrigerados y secos de KFC Francia para los productos alimentarios, de higiene y de embalaje. La empresa abarca la gestión comercial, la logística y el transporte para 304 restaurantes situados en todo el país.

STEF y KFC Francia están inmersos en un proceso de transición energética desde hace muchos años y trabajan juntas para que su *supply chain* sea más verde, en particular mediante la determinación de la huella de carbono y el despliegue de un proyecto de logística inversa.



Cédric Losdat, Director general de KFC Francia

“Hemos construido una sólida relación con STEF, que siempre ha sido capaz de apoyarnos en nuestros proyectos de crecimiento. Estamos encantados de continuar con esta colaboración con la seguridad de contar con servicios que marcan la diferencia para garantizar que nuestros clientes reciban una calidad de servicio óptima.”

¡Filial del Grupo Yum! Brands, KFC está presente en Francia desde hace 30 años y cuenta con cerca de 304 restaurantes repartidos por todo el país. Con sus 12 000 empleados, la empresa atiende a más de 200 000 clientes cada día. KFC Francia es especialista en pollo y ofrece a sus consumidores una gama accesible basada en productos de calidad.

RESPALDAR UN CRECIMIENTO EXPONENCIAL



STEF respalda el auge del grupo Feuillette y se pone al servicio de su crecimiento ocupándose del transporte y la logística de sus panaderías.

Al principio de su historia, el grupo Feuillette efectuaba sus propias entregas a sus 7 panaderías y posteriormente decidió subcontratar su transporte a un especialista. Por este motivo, en 2017 la empresa recurrió a STEF, que creó una estructura ágil, reactiva y colaborativa para respaldarla a lo largo de todos sus ciclos de desarrollo.

¡El grupo Feuillette no deja de crecer! En 2019, la empresa decidió confiar a STEF la parte logística del negocio, que incluye el almacenamiento y la preparación de pedidos de mercancías para sus 20 panaderías.

Hoy en día, STEF se encarga del 100 % del transporte y la logística de grupo Feuillette, y los equipos están motivados para apoyar a su cliente en su objetivo de alcanzar las 100 panaderías de aquí a 2025.



**Ghislain Courier, Gerente
y chef pastelero de grupo
Feuillette**

“ Empezamos a trabajar con STEF sólo con el fin de externalizar el transporte de nuestras mercancías. Hoy, 5 años después de nuestro primer contacto, nuestra colaboración con STEF es un elemento importante en el desarrollo del Grupo Feuillette y nos permite centrarnos en nuestra profesión. La logística y el transporte son dos puntos clave para el futuro, y nuestra colaboración está a la altura de nuestras expectativas. ”

EL GRUPO FEUILLETTE, ¡MÁS QUE UNA PANADERÍA!

El concepto del grupo Feuillette tomó forma en 2009. La tienda, tan acogedora como un casa familiar, ofrece una amplia gama de delicias dulces y saladas: ficelles de aperitivo, focaccia, baguettes Tradition, postres, bebidas calientes, etc. Productos frescos y sabrosos para el placer de mayores y pequeños. Abierta los 7 días de la semana, la panadería se ha convertido en un lugar imprescindible del día para todos, ya sea para un desayuno gourmet, un almuerzo rápido o una merienda en familia. Verdadero éxito, el concepto se exportó rápidamente fuera de las fronteras de Loir-et-Cher.

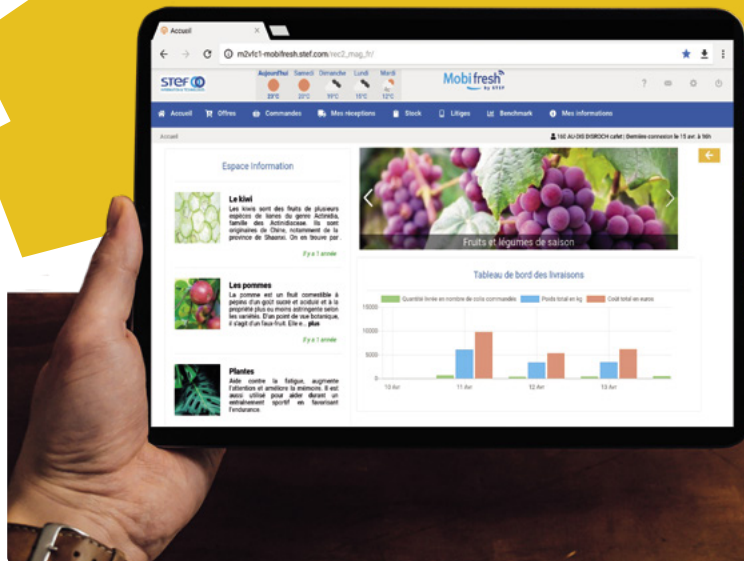
SOLUCIONES CON VALOR AÑADIDO

¡EL MARKETPLACE LOGIFRESH SIGUE INNOVANDO CON MOBIFRESH!

STEF Información y Tecnología ofrece Logifresh a la industria minorista: un marketplace privado, en modo SaaS, dedicado a los distintos sectores de productos refrigerados tradicionales con fluctuaciones de precio como las frutas y verduras, los productos del mar y los productos cárnicos. El sistema permite poner en relación a los distintos actores proponiéndoles las herramientas más adecuadas para cada uno de ellos sobre la base de un sistema de referencia común: desde los proveedores, que proponen sus ofertas (productores locales o internacionales), hasta los puntos de venta, que expresan sus necesidades pasando por los

distintos departamentos de las centrales de compras (compradores, vendedores, controladores de gestión, contables, etc.), los proveedores de servicios logísticos y los certificadores.

La información es accesible en tiempo real mediante un perfil personalizado y permite dinamizar los flujos. El resultado: productos cada vez más frescos, una mejor trazabilidad, un control de costes optimizado y una buena organización de la logística (plataformas de masificación, transformación y distribución). En resumen: ¡el mejor producto, en el momento adecuado y al precio adecuado!



En 2021, Logifresh incorporó una nueva aplicación 100 % digital y 100 % móvil. Su nombre: MOBIFRESH. Esta aplicación permite tomar los pedidos de la tienda, recibirlos y también gestionar los litigios. El jefe de sección tiene acceso a las ofertas actuales, las promociones, el tiempo local o las alertas para hacer sus pedidos. También tiene acceso a todos los historiales de sus pedidos y a cuadros de mando precisos para controlar sus entregas con la mayor precisión posible.

¡EVOLUCIÓN PARA NUESTRA CALCULADORA DE EMISIONES DE GASES DE EFECTO INVERNADERO!

Los clientes del Grupo disponen de una calculadora de la huella de carbono correspondiente al transporte de sus mercancías. En 2022, los equipos han revisado

el método de cálculo para acercarse lo máximo posible a la realidad sobre el terreno. En concreto, ¿cuáles son los cambios? Hasta ahora, las emisiones de CO_{2e} se repartían entre los distintos clientes con mercancías en el vehículo en función de su peso. Para incitarlos a optimizar su carga, las emisiones de CO_{2e} se reparten ahora en función del número de palets transportados.

Las emisiones de gases de efecto invernadero se calculan en cada movimiento del vehículo: recogida, envío y distribución. Gracias a los datos combinados del registro de cada consumo de combustible (diésel, GNV, Oleo100, etc.) y del

kilometraje de cada vehículo, el Grupo puede definir con precisión el consumo de combustible de su parque de vehículos.

La huella de carbono resultante se reparte entre cada cliente en función del número de palets transportados por el Grupo. Este nuevo método de cálculo incita así a nuestros clientes a aumentar la densidad de sus cargas para limitar el transporte en vacío reduciendo así las emisiones de gases de efecto invernadero por tonelada de mercancía transportada.

Se puede acceder a estos datos a través del cuadro de mandos del portal de clientes de STEF.





PARA NUESTRO PLANETA

**LA LUCHA CONTRA EL CAMBIO
CLIMÁTICO ES INDISPENSABLE PARA
EL FUTURO DE TODOS NOSOTROS.
CON SU NUEVO ENFOQUE CLIMÁTICO
MOVING GREEN, STEF ESTÁ
INVIRTIENDO EN UNA LOGÍSTICA MÁS
RESPECTUOSA CON EL MEDIO AMBIENTE
Y ¡PREPARÁNDOSE PARA EL MAÑANA!**



ENTREVISTA A...

FABRICE CARRÉ

Director General de STEF Portugal



Esta es una práctica bien establecida en STEF: antes de adoptar un enfoque o una solución, el Grupo los prueba y experimenta con ellos. El enfoque climático no es una excepción. En 2021, se implantó en países y entidades piloto voluntarios: Italia, Portugal y Francia en las *business units* de restauración fuera del hogar, alimentos congelados y flujos de frescos. Cada entidad tenía carta blanca para implantar el programa *Moving Green* a su propia escala. Fabrice Carré comparte su experiencia.

¿Cómo incorporaron el enfoque *Moving Green* en Portugal?

Abordamos la cuestión medioambiental en el marco de un enfoque global de RSC. Para comprender mejor nuestros retos, decidimos recurrir a una agencia especializada que nos ayudó a realizar las encuestas que llevamos a cabo con nuestros clientes, proveedores y colaboradores. Este diagnóstico exhaustivo nos permitió sentar las bases de una política de RSC ambiciosa, que es a la vez estructurada y estructurante. Nuestro plan de acción de dos años incluye 22 temas y aspira a reducir las emisiones de gases de efecto invernadero en un 20 % en cinco años. Para ello, el componente climático se integra ahora sistemáticamente en todas nuestras decisiones operativas y presupuestarias.

En concreto, ¿qué acciones y experimentos se están efectuando?

El éxito de un enfoque de este tipo se basa principalmente en las convicciones personales. Los aspectos culturales y de comportamiento son palancas importantes para incitar a cada uno a hacer su aportación. Así que todo empieza con la sensibilización de nuestros equipos. A continuación, acompañamos nuestro enfoque con fuertes inversiones. En cuanto a los vehículos, ahora disponemos de *mega trucks* (tractores con dos remolques) que minimizan el número de viajes. Esto nos permite evitar casi 1 de cada 3 viajes con sus emisiones asociadas. También hemos introducido un sistema logístico de devoluciones para los productos entregados no aceptados en nuestra actividad de transporte de frutas y verduras altamente perecederas. Esto permite ganar casi 24 horas

de tiempo de devolución y reduce drásticamente el desperdicio, gracias a que la mercancía está más fresca y sigue siendo totalmente comercializable. Por último, también decidimos unirnos al proyecto *Lean & Green* de GSI Portugal para poder certificar a nuestros clientes el impacto de nuestro enfoque medioambiental.

¿Cómo piensan evaluar sus resultados?

Sólo se puede reducir lo que se mide bien. Por lo tanto, estamos en proceso de construir nuestros indicadores de CO₂ de acuerdo con nuestro plan de acción. Estos indicadores también están demostrando ser valiosas bazas para facilitar las relaciones con los ayuntamientos a la hora de establecer zonas de bajas emisiones. Para ello, hemos desarrollado una herramienta única, *Urban Connect*, para proporcionar al ayuntamiento de Lisboa información tal como el número de toneladas entregadas y el número de camiones presentes al día en su territorio. Esto nos permite cuantificar nuestra presencia y fundamentar la toma de decisiones públicas sobre la base de hechos reales.

¿Pueden reproducirse en otros lugares los experimentos realizados en Portugal?

Encontrar soluciones sostenibles, reproducibles y óptimas para todos: ¡este es el objetivo de los países y *business units* piloto! A lo largo del año, todos los referentes de desarrollo sostenible del Grupo y los embajadores del programa *Moving Green* por entidad se reunieron periódicamente para compartir sus experiencias. De este modo, ¡todas las entidades del Grupo han podido beneficiarse de los progresos ya alcanzados!

MIRADA



DE EXPERTO

Clément Ramos
Responsable del polo
estrategia de Carbono 4

¿Es ya demasiado tarde para luchar contra el cambio climático?

“ ¡El cambio climático ya está aquí, hoy y en nuestra casa! Con el esfuerzo de todos, podremos evitar lo peor, pero debemos actuar todos juntos, rápido y de manera coordinada. Esto implica, en primer lugar, convencer a los equipos de que pueden actuar a diario, a su propio nivel, para reducir la huella de carbono de la empresa y la suya propia. A continuación, debemos pasar a la acción con una ambición colectiva, porque es la única manera de obtener un efecto multiplicador. Otro imperativo es construir un enfoque que integre el clima en la estrategia de la empresa, con el apoyo de todos los niveles de la misma: desde los empleados hasta el consejo de administración. Por último, debemos dotarnos de los medios financieros y humanos necesarios para alcanzar nuestras ambiciones. El principal reto para los transportistas es reducir la dependencia de los productos petrolíferos. El transporte es difícil de descarbonizar porque el petróleo parece ser la energía ideal para impulsar los vehículos. Podemos distinguir tres palancas principales para descarbonizar la logística: reducir el movimiento de mercancías, favorecer los modos de transporte menos intensivos en carbono (como el fluvial o el ferroviario) y mejorar la eficacia de

la flota mediante el índice de llenado de los camiones, o la eficiencia energética del camión, o la energía utilizada por el camión utilizando biometano o electricidad, por ejemplo, siempre que esté producida de forma descarbonizada. Sin embargo, la descarbonización de la actividad no puede basarse únicamente en soluciones tecnológicas. Los ejemplos anteriores muestran claramente que también hay que trabajar en los aspectos organizativos, como por ejemplo el esquema logístico, y en los de comportamiento, como la conducción ecológica. En resumen, tenemos que actuar tanto sobre las causas, reduciendo las emisiones, como sobre las consecuencias, adaptándonos al futuro cambio climático.”

CLÉMENT RAMOS

es responsable del polo Estrategia de Carbono 4, una consultora especializada en los retos de la transición energética y la adaptación al cambio climático. Ayuda a las empresas a determinar el impacto de un mundo con bajas emisiones de carbono en su negocio y a anticipar los riesgos y oportunidades de la descarbonización de la economía.

MOVING GREEN YA 1 AÑO

Denominado *Moving Green*, el enfoque climático del Grupo STEF se centra en cuatro grandes retos: la movilidad sostenible, una producción de frío más virtuosa, el apoyo a nuestros subcontratistas de transporte y la implicación de nuestros colaboradores en la transición energética.

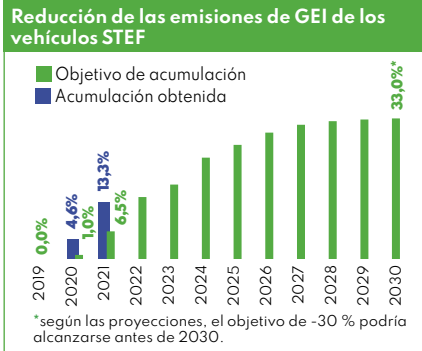
**Perspectiva de los avances
de 2021...**

Objetivo n°1

Alcanzar una reducción del 30 % de las emisiones de GEI de nuestros vehículos para 2030 (en g de CO_{2e}/t.km, referencia 2019).

Nuestros avances en 2021:

- - 13,3 % de emisiones de GEI;
- reducción del consumo de los grupos de frío embarcados en los vehículos, gracias a los grupos *engineless* y a la optimización de su funcionamiento;
- reducción del consumo de los vehículos/100km, gracias a la renovación de los vehículos y a la mejora continua del comportamiento de conducción;
- optimización de los esquemas de transporte y densificación de las cargas.

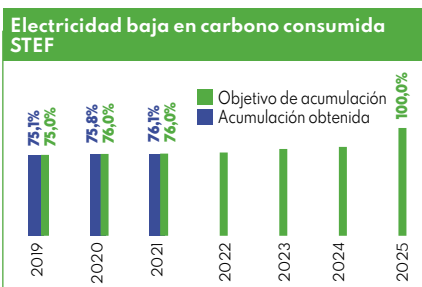


Objetivo n°2

Alcanzar el 100 % de electricidad con bajas emisiones de carbono en nuestros centros para 2025.

Nuestros avances en 2021:

- mix de electricidad con bajas emisiones de carbono: 76,06 %;
- puesta en servicio de 10 instalaciones fotovoltaicas con una potencia total instalada de 11 MWp.



Objetivo n°3

Construir un proceso de apoyo a los subcontratistas de transporte.

Nuestros avances en 2021:

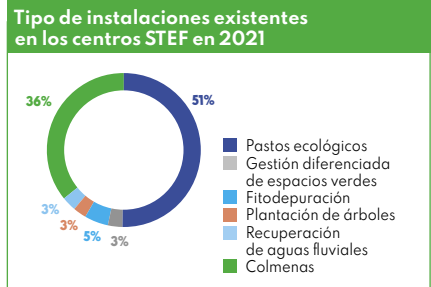
- creación de una dirección de subcontratación de transportes dentro del Grupo;
- realización de una encuesta entre los subcontratistas de transporte del Grupo sobre sus compromisos y expectativas en cuanto a la reducción de su huella de carbono;
- apoyo a determinados subcontratistas de transporte para renovar parte de su flota de vehículos (49 en España, 57 en Francia);
- inclusión de una cláusula de reducción de la huella de carbono en los pliegos de condiciones de algunos socios de transporte.

Objetivo n°4

Convertir a cada colaborador en un actor de la reducción de la huella de carbono en su vida profesional y personal.

Nuestros avances en 2021:

- lanzamiento de un programa de comunicación interna y de formación para poner al día a todos los colaboradores, independientemente de su puesto o nivel jerárquico, sobre los temas medioambientales;
- lanzamiento del proyecto *Plastic Free Italia*;
- pedido de 20 vehículos de servicio eléctricos que se recibirán en 2022;
- lanzamiento de un enfoque de biodiversidad en los proyectos inmobiliarios (40 centros comprometidos con un enfoque de preservación de la biodiversidad, entre ellos 28 proyectos iniciados en 2021).



PARA NUESTRO PLANETA

STEF EN ACCIÓN PARA LA MOVILIDAD SOSTENIBLE



1

En 2021: STEF y Saipol (Grupo Avril) firmaron un contrato para alimentar 1/3 del parque de camiones del Grupo con Oleo100.

Esta energía renovable de tipo B100 procedente de colza francesa permite reducir las emisiones de gases de efecto invernadero en un 60 %. Además, STEF tiene la intención de convertir 700 vehículos a Oleo100. Consecuencia: ¡la asombrosa cifra de 100 000 toneladas de CO₂ ahorradas de aquí a 2025! STEF eligió el Oleo100 de Saipol por el origen francés de sus semillas, que se procesan cerca de Nogent-sur-Seine (centro de Mériot) y de Ruán (centro de Grand Couronne). La utilización de la colza francesa, destinada principalmente a la producción de tortas para la alimentación animal, produce un excedente de aceite que se transforma en Oleo100. La colza no conduce a la deforestación ni a la reasignación de las tierras, y contribuye a la independencia energética de Francia.



2

El proyecto “FresH₂” de pila de combustible a base de hidrógeno pasa del laboratorio a la carretera: ¡0 ruido, 0 emisiones de escape y 1 Premio!

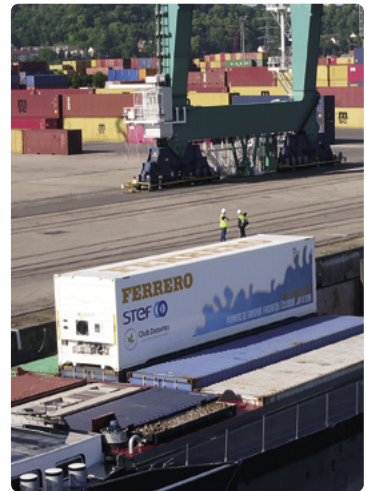
Se trata de una solución limpia y silenciosa para suministrar la energía eléctrica que necesitan los grupos frigoríficos instalados en los semirremolques necesarios para el transporte por carretera a temperatura controlada. Su innovación radica en la interconexión directa de la pila de combustible con el grupo frigorífico, sin necesidad de un costoso y engorroso sistema de baterías tampoco a bordo. Iniciado por Bosch y Carrier Transicold en colaboración con el carroceros Lamberet y STEF, el proyecto FresH₂ ha entrado este año en la fase de pruebas en carretera. Considerado prometedor, ganó el Premio Especial del Jurado Joseph Libner en los premios Innovation durante la feria Solutrans 2021.



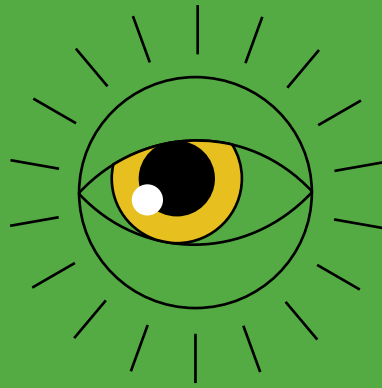
3

Transporte fluvial de mercancías a temperatura controlada por el Sena: STEF y FERRERO ganan el premio EVE* por su compromiso medioambiental en la categoría “mejor cooperación entre actores”.

Iniciado en julio de 2021 entre Ruán y Gennevilliers, este proyecto multimodal río/carretera es el resultado de la colaboración entre FERRERO, STEF y Monoprix, en asociación con VNF (Voies navigables de France) y el apoyo del Club Demeter. A velocidad de crucero, este enlace fluvial reducirá el número de camiones que circulan por las carreteras de 54 a 19, con lo que el 65 % de los trayectos existentes se trasladarán al transporte multimodal. El resultado: ¡algo más de 5 toneladas de CO₂ ahorradas cada año!



*El programa EVE (Compromisos Voluntarios para el Medio Ambiente - Transporte y Logística) apoya a las empresas en la reducción del impacto energético y medioambiental de sus actividades de transporte y logística. Cuenta con el apoyo de la ADEME, de Eco CO₂ y de las Organizaciones Profesionales (AUTP, CGI, FNTR, FNTV, ÓTRE, Union TLF) y se beneficia del apoyo del Ministerio de Transición Ecológica.



NUESTROS PAÍSES DE UN VISTAZO



ESPAÑA

EN EL **ENERGY LAB** DE MADRID, STEF INNOVAY PRUEBA LAS SOLUCIONES ENERGÉTICAS DEL FUTURO

Y, para llegar más lejos, la creación de un

Energy Lab



Almacenamiento de energía
Autoconsumo colectivo



El hidrógeno es una de las soluciones que se están barajando. Por ello, se creó un equipo de proyecto para poner en común los conocimientos existentes y estudiar los distintos usos posibles (manipulación, alimentación de grupos frigoríficos y vehículos). El programa incluye la producción, el almacenamiento y la puesta en común de la energía eléctrica y frigorífica.

En 2021, se iniciaron 4 experimentos que se llevarán a cabo en los 3 próximos años:

- la producción de H₂ verde mediante electrolisis a partir de electricidad fotovoltaica;
- el almacenamiento de energía eléctrica gracias a las baterías que permiten almacenar la energía creada por el sol durante el día y consumirla por la noche;
- el almacenamiento de energía frigorífica mediante nódulos

autécticos que permiten la producción de frío con paneles fotovoltaicos durante el día y su utilización por la noche;

- la implantación de un ecosistema de consumo mediante la creación de una “comunidad de energía” basada en el principio de un lugar de producción y varios lugares de consumo en las proximidades, lo que permite aumentar la cuota de energía autoproducida y autoconsumida.



MOVILIZACIÓN A FAVOR DEL MEDIO AMBIENTE CON EL PROGRAMA **PLASTIC FREE**

Todo empezó con la eliminación de los envases de plástico en las oficinas de Italia. Muy apreciado por los colaboradores, este programa, inicialmente adoptado en las oficinas, se extendió a las actividades operativas en las que el film estirable es utilizado tanto por los clientes de STEF para sus productos como por el Grupo para envolver los palets. Los equipos se dieron a la tarea de encontrar soluciones alternativas, probarlas y evaluar su sostenibilidad. Este proyecto a largo plazo también implica a los clientes del Grupo.



NUEVA PLANTA FOTOVOLTAICA DE AUTOCONSUMO SOBRE TEJADO EN EL CENTRO DE KÖLLIKEN

En el centro emblemático de STEF en Suiza se han instalado nada menos que 3164 paneles solares en una superficie de 8000 m². Operativa desde diciembre de 2021, la planta fotovoltaica de Kölliken cubre el 22 % del consumo anual estimado del centro (equivalente al consumo energético anual de 300 hogares en Suiza). El resultado es una reducción de las emisiones de gases de efecto invernadero, un mejor control de los costes de electricidad y una menor dependencia de la red.



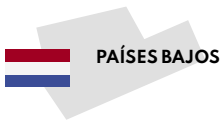
LA BU DE RHD DESARROLLA LA LOGÍSTICA INVERSA, ¡Y TODOS SALEN GANANDO!

STEF entrega los alimentos en sus propios envases (papel, cartón, plástico), pero también en grandes cajas de cartón en las que las cadenas de comida rápida pueden doblar y depositar los embalajes usados. Estas cajas se recogen, se llevan a las

instalaciones de STEF y se entregan a nuestro proveedor de servicios de recuperación. El resultado es una optimización de los flujos de recogida y una reducción de la huella de carbono de los clientes del Grupo.

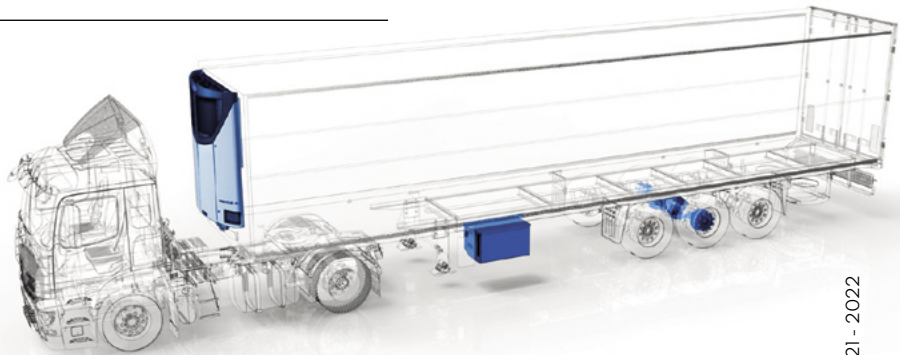
¡STEF supera su auditoría ISO 50001 con éxito!

Casi 140 centros y 170 entidades jurídicas de Francia están certificados por su gestión energética según esta norma internacional. El procedimiento se lleva a cabo sobre el terreno, con los asesores energéticos manejando las instalaciones de frío, asegurándose de que los empleados siguen las buenas prácticas y realizando diagnósticos energéticos en todos los centros para identificar nuevas oportunidades de ahorro. ¡Una buena dinámica colectiva que mejora constantemente!



INNOVACIÓN: EJES QUE SUMINISTRAN ELECTRICIDAD

STEF Países Bajos participa en el desarrollo de semirremolques en los que el motor diésel del grupo frigorífico se sustituye por un motor eléctrico. Este último se alimenta con una batería integrada en el chasis del remolque, que se recarga



durante la noche. ¿La novedad? Uno de los ejes del remolque es capaz de suministrar electricidad a todo el dispositivo cuando el camión está en movimiento. Así, garantiza un día de autonomía de frío sin ninguna emisión local de CO₂ vinculada al grupo frigorífico.

STEF Países Bajos dispone ahora de 2 semirremolques con eje provisto de un generador de última generación. Y la buena noticia es que esta solución ya se está comercializando.

EN EL CORAZÓN DEL MEDITERRÁNEO



¡La Meridionale es una compañía de transporte marítimo de mercancías y pasajeros 100 % mediterránea!

La compañía cubre dos destinos: históricamente, Córcega en el marco de su misión de servicio público, y Marruecos desde 2020 con su ruta regular Marsella-Tánger. Se la reconoce por la atención que dedica a sus clientes, la calidad de los servicios que presta a bordo, su compromiso ecológico y su capacidad de innovación.

¡La Meridionale, siempre pionera en la lucha contra el cambio climático!

¡Primicia mundial! Desde 2019, el Piana está probando un nuevo filtro de partículas específico para el transporte marítimo. Este le permite eliminar el 99 % de las

partículas finas y ultrafinas en el mar durante las travesías. El proceso está basado en una reacción química a partir de un producto neutro, el bicarbonato de sodio, que elimina completamente el azufre contenido en los gases de escape, y sin ningún vertido al mar. El bicarbonato sucio se recoge a bordo para su aprovechamiento posterior. Los resultados de esta prueba fueron muy positivos, por lo que este año la empresa decidió equipar todos los motores Piana con un filtro de partículas. Este sistema también le valió a La Meridionale el "Premio de Equipamiento" en septiembre de 2021 en la 5ª edición de los premios "Puerto del Futuro" organizados por Cerema y sus socios.

¿Sabía que...?

La Meridionale es:

- 4 buques mixtos;
- 13 travesías semanales entre Córcega y Marsella, 6 travesías semanales entre Marsella y Marruecos;
- ± 600 personas, en mar y en tierra, al servicio de la clientela;
- 173 658 pasajeros y 75 117 coches transportados en 2021;
- 41 600 camiones, es decir, 472 km de mercancías transportadas en 2021.

BIENVENUE
SUR

*La french
traversée*



NOUVELLE LIGNE
MARSEILLE - TANGER

La Méridionale 
la traversée que vous méritez

Publicación: Dirección de Comunicación - Céline Audibert - Catherine Marie

Diseño / Creación / Realización: Idéogramme Communication - Redacción: Corine Delahaye

Derechos de las fotografías: Clan d'Oeil - Fucha-Muyard-PH Jacob - Fototeca STEF - La Méridionale - Istock - Shutterstock



*Promover la gestión
sostenible de los bosques*
Para más información:
www.pefc.org



Sociedad Anónima con un capital de 13.000.000 €
Sede social: 93, boulevard Malesherbes - 75008 París
999 990 005 RCS París

www.stef.com