

# SO STEF

*Uitgave 2022-2023*



Van STEF  
een aantrekkelijk  
merk maken

PAGINA 11

De internationale stromen  
in de spotlight

PAGINA 24

Moving Green, een  
aanjager voor verandering

PAGINA 31

**In deze uitgave van ons magazine *SO STEF*** delen we ons unieke gezamenlijke avontuur. Om onze verbintenissen, projecten, activiteiten en onze kijk op onze omgeving onder de loep te nemen, spraken we met de mensen die de Groep tot leven brengen. Je ontdekt het aan de hand van interviews, portretten, persoonlijke verhalen,...

Wij hopen dat je evenveel plezier beleeft aan het lezen van deze uitgave als wij aan de ontmoetingen met de mensen die hebben bijgedragen aan deze editie.

Veel leesplezier!

# SAMENGEVAT

02

## ONTMOETEN

Perspectieven, uitdagingen, strategie...  
Stanislas Lemor en Marc Vettard  
vertellen ons alles over STEF.

•

06

## STRATEGISCH PLAN

« Inzetten op  
een duurzame toekomst » :  
de Groep begint aan  
een nieuw hoofdstuk  
in haar geschiedenis.



10

## PEOPLE CARE

Werving, opleiding, veiligheid,  
gezondheid en arbeidsomstandigheden.  
Het gezamenlijke avontuur van STEF  
wordt mogelijk gemaakt door betrokken  
teams in heel Europa.

•

22

## CUSTOMER CARE

De logistiek- en transportactiviteiten  
veranderen voortdurend.  
Samen met onze klanten zetten wij ons  
in om mensen van voedsel te voorzien.

•

30

## PLANET CARE

Met het oog op klimaatverandering  
gaan we voor een koolstofarme Supply  
Chain. Moving Green geeft ons niet  
alleen ideeën, maar ook vleugels.

36

## CONSUMER CARE

Met elkaar aan de slag om de  
voedselveiligheid te garanderen.  
Dat is onze verantwoordelijkheid  
naar de consument.

•

40

## INNOVATIE

100 jaar innovatie en we zijn nog lang  
niet klaar. STEF blijft innoveren om  
toegevoegde waarde te creëren  
voor werknemers, opdrachtgevers  
en de planeet.





## GEZAMENLIJK INTERVIEW MET STANISLAS LEMOR, VOORZITTER-CEO, EN MARC VETTARD, ADJUNCT CEO.

Hoe kijkt u tegenwoordig naar de Groep?

**STANISLAS LEMOR:** STEF is een gezonde Groep, die zich ontwikkelt dankzij de troeven van zijn model, de unieke inzet van zijn teams en het vertrouwen van zijn klanten. Wij staan sterker dan ooit en zijn zeer Europees gericht. Hierdoor kunnen wij beginnen aan een nieuwe fase in ons strategieplan “Ons inzetten voor een duurzame toekomst”, dat de visie weerspiegelt van een Groep die vastberaden is om zijn ontwikkeling op een steeds verantwoordelijkere manier uit te bouwen. Wij hebben dit plan opgesteld rekening houdend met de belangen van onze interne en externe belanghebbenden, maar ook met de verwachtingen die de maatschappij, in het algemeen, van ons bedrijf kan hebben. Zo beschikken wij nu over een kader waarmee wij, op basis van onze sterke punten, de belangrijkste uitdagingen kunnen aangaan: de verandering van voedselconsumptiepatronen, klimaat-



## “Wij staan sterker dan ooit en zijn zeer Europees gericht.”

**Stanislas Lemor, Voorzitter-CEO**

verandering, de hervorming van de werkrelatie en het effect van nieuwe technologieën op de activiteiten van onze Supply Chain. Onze pijlers werken en ik weet dat ik kan vertrouwen op de talenten van onze teams om ze uit te voeren. Eenieder moet zijn rol spelen om de ambities van ons strategisch plan in de komende vijf jaar waar te maken.

**MARC VETTARD:** Onze Groep heeft zich in de loop der jaren enorm ontwikkeld in haar manier om strategische rich-

tingen te bepalen en zich de vragen te stellen die nodig zijn om bindende keuzes te maken voor de toekomst. Het gaat hierbij om verschillende dingen, waaronder onze organisatie, onze investeringen en onze geografische voetafdruk. Deze lange ervaring heeft ons ook in staat gesteld om een collectief bewustzijn te creëren van onze sociale, maatschappelijke en ecologische verantwoordelijkheid. Deze aanpak is geïntegreerd in alle niveaus van de Groep.

### **Wordt de voedselketen steeds strategischer?**

**S.L.:** De laatste jaren speelde de voedselketen een centrale rol. Dit is een grote trots voor onze teams die dagelijks, met veel inzet en professionaliteit, alles in het werk stellen om een vlotte en goed gestructureerde Supply Chain te realiseren. Tegenwoordig zijn wij getuige van een nieuw evenwicht tussen dienstverleners en opdrachtgevers, waarbij vertrouwen en duurzaamheid van de relatie centraal staan. In een steeds complexere wereld moeten wij aan de zijde van onze klanten staan om samen met hen de toekomst van hun logistieke plannen te bedenken. Deze positionering als partner is essentieel. Om dit te bereiken moeten wij drie grote uitdagingen aangaan: het beheer en het gebruik van gegevens, het tempo en de middelen die gepaard gaan met energietransitie en, tenslotte, de werving van de beste talenten. ►

# “De uitdaging van de energietransitie is tegenwoordig perfect geïntegreerd in onze groeidoelstellingen.”

Stanislas Lemor, Voorzitter-CEO

## ► Wat is belangrijk in een win-winklantenrelatie?

**M.V.:** Een win-winklantenrelatie is gebaseerd op drie onderling verbonden pijlers. De eerste pijler is operationele uitmuntendheid. Meer dan ooit hebben onze klanten de zekerheid nodig dat de aan ons toevertrouwde producten veilig en conform onze verplichtingen worden geleverd. De tweede pijler is transparantie. Dit is een voorwaarde om vertrouwen te krijgen, het is de drijvende kracht achter de levensduur van een relatie. We kunnen dit vertrouwen winnen door ons gedrag en de vastberadenheid om klanten centraal te stellen in alles wat wij doen. De derde pijler is gebaseerd op ons vermogen om te innoveren en om proactief te zijn zodat wij onze klanten middelen kunnen bieden om te verbeteren en waarde te delen.

## Kunnen wij de uitdaging van de energietransitie rijmen met de groeidoelstellingen?

**S.L.:** In het kader van Moving Green hebben wij doelstellingen op zeer lange termijn vastgelegd en hebben wij ons gecommitteerd aan de evaluatie van die doelen op een transparante en eenvoudige wijze. Om deze doelstellingen te bereiken hebben wij ervoor gekozen om 20% van onze investeringen te besteden aan de energietransitie in 2023. Het gaat hierbij voornamelijk om de omzetting van onze voertuigen naar alternatieve energie en om de productie van zonne-energie via de daken van onze gebouwen. De uitdaging van de energietransitie is tegenwoordig volledig geïntegreerd in onze groeidoelstellingen en ik ben ervan overtuigd dat het in de toekomst een rol zal spelen in de versnelling van onze groei aangezien bedrijven, die niet genoeg inspanningen hebben geleverd op dit vlak, zullen moeten afhaken.

## Wat is de rol van innovatie bij STEF tijdens de komende jaren?

**M.V.:** Als innovatie staat voor « op een andere manier waarde leveren », dan heeft innovatie altijd al in het DNA van de Groep gezeten. Wij innoveren voortdurend, soms zelfs zonder dat we ons er bewust van zijn. We stellen onze organisatie constant in vraag, wij vernieuwen ons aanbod, wij introduceren nieuwe technologieën, etcetera. Wij hebben nu besloten om een versnelling door te voeren op dit vlak door, met name, de kansen te grijpen die de digitale en industriële technologieën ons bieden. Met deze technologieën kunnen we onze business verder ontwikkelen, de interface met onze klanten vlotter laten verlopen, het werk van onze teams gemakkelijker maken en de strijd tegen de klimaatopwarming aangaan. En omdat wij geloven dat innovatie een tool is om waarde te creëren, hebben wij een speciale afdeling opgericht met een team en de bijbehorende budgetten. Onze ambitie is om interne initiatieven te stimuleren om zo iedere collega de mogelijkheid te bieden een rol te spelen in de innovatie.

## De relatie tot het werk is aan het veranderen. Wat doet u om de nieuwe generaties aan te trekken en mee te nemen in het avontuur van STEF?

**S.L.:** De relatie tot het werk is inderdaad erg veranderd. Deze is zelfs helemaal anders geworden door de vernieuwde werk-/privébalans. Wij vinden dit belangrijker dan ooit. Om de uitdaging van het werven van nieuwe generaties

# “Door onze vastberadenheid om onze klanten centraal te stellen in alles wat wij doen, hebben we kunnen bouwen aan een duurzaam vertrouwen.”

Marc Vettard, Adjunct CEO



aan te gaan, willen wij van STEF een aantrekkelijk merk maken en zo in een uiterst competitieve omgeving toch een populaire werkgever worden voor jongeren. Wij beschikken over een aantal mooie initiatieven, zoals onze MIX'UP-aanpak, waarmee we diversiteit en gelijkheid op het werk bevorderen, onze interne promotietrajecten en onze strategieën voor de professionalisering van beroepen. Dit jaar vieren we tevens het 30-jarig jubileum van ons beleid van werknemersaandelen, wat nog altijd erg aantrekkelijk blijft.

**M. V.:** Managementmethodes, bedrijfscultuur, inzet zowel voor de maatschappij in het algemeen als voor de werknemers (flexibiliteit, opleiding, werkomgeving,...) worden door de nieuwe generaties onder de loep genomen. Daarom werken wij aan onze aantrekkelijkheid in het algemeen en willen wij STEF neerzetten als een bedrijf dat zich bekommert om de

“Onze ambitie is om interne initiatieven te stimuleren en iedereen de mogelijkheid te bieden een rol te spelen in de innovatie.”

**Marc Vettard, Adjunct CEO**

werkomgeving van zijn werknemers en dat iedereen de kans biedt om zich te ontwikkelen in een dynamische job en een eigen carrière op te bouwen, ongeacht hun profiel of opleiding.

**Ten slotte, is STEF tegenwoordig een echte Europese groep?**

**S. L.:** Wij zijn een Groep die zich voortdurend ontwikkelt en meer dan 22.000 werknemers heeft in acht vestigingslanden in West-Europa.

Wij laten de Groep elke dag groeien door het unieke te zien in ieder van ons. We zijn erin geslaagd om een echte Europese Groep te vormen die het beste uit de cultuur van elk land haalt. En we zijn op de juiste weg. ●

# EFFECTIEVE EN DUURZAME GROEI VOOR IEDEREEN

## STRATEGISCH PLAN 2022-2026

Vandaag de dag zijn wij meer dan ooit klaar om onze rol als Europese leider in voedseltransport en -logistiek onder gecontroleerde temperatuur opnieuw uit te vinden. Dat is dan ook de leidraad geworden voor ons strategisch plan 2022-2026, “Inzetten op een duurzame toekomst”, dat een nieuwe fase in onze ontwikkeling inleidt.



### **GROEI IS PAS RELEVANT ALS DIE OOK NUTTIG IS VOOR IEDEREEN**

Een nieuwe fase, want met deze groei houden we rekening met de nieuwe maatschappelijke en ecologische uitdagingen waarmee de sector van voedseltransport en -logistiek geconfronteerd wordt. Het gaat hierbij onder andere over de verandering van voedselconsumptiepatronen, klimaatverandering, een veranderende werk-/privébalans en het effect van nieuwe technologieën op onze activiteiten. Om deze uitdagingen aan te gaan, staan onze werknemers, onze klanten, de consument en natuurlijk het milieu centraal in onze strategie voor de komende vijf jaar.

Wij hebben er dan ook voor gekozen om ons strategisch plan op te bouwen rond Care, een verbintenis waarbij wij aandacht zullen geven aan de mensen die ons omringen, zowel onze werknemers als onze klanten. ●

### **WAT ZIJN DE RESULTATEN VAN ONS STRATEGISCH PLAN VAN 2017 - 2021?**

Versnelling van onze Europese ontwikkeling met de toetreding tot het Verenigd Koninkrijk, ontwikkeling van onze specialisatiestrategie ten behoeve van onze klanten, uitbreiding van onze knowhow met betrekking tot verpakkingen, uitbouw van ons vastgoednetwerk, implementatie van een programma om onze milieupact te verminderen: onze Groep heeft de laatste jaren een aanzienlijke transformatie ondergaan.



# EEN PLAN DAT VERDEELD IS IN 5 PIJLERS



## PEOPLE CARE

**Onze collega's zijn de grootste kracht van onze Groep.** Daarom vinden wij dat alle collega's zich moeten kunnen ontplooiën en de kansen moeten krijgen om hun potentieel binnen de organisatie te ontwikkelen. Deze aanpak heeft tot doel dat collega's zich blijven ontwikkelen en goed samenwerken, terwijl we nieuwe generaties aantrekken naar onze business.



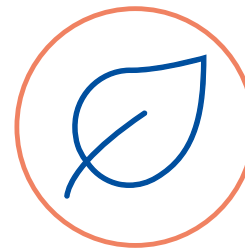
## CUSTOMER CARE

**De vertrouwensrelaties met onze klanten vormen de drijvende kracht van ons bestaan.** Door aandacht te geven aan hun behoeften en onze knowhow te delen, kunnen we hen ondersteunen in hun transformatie-uitdagingen, waarbij wij onze voorstellen voortdurend verbeteren en nieuwe voorstellen bedenken die waarde creëren voor hun Supply Chain.



## CONSUMER CARE

**Consumentenbescherming vormt de kern van onze bestaansreden.** Elke dag zetten wij ons in om de koudeketen te waarborgen en de aan ons toevertrouwde producten intact te houden. Hiervoor delen wij onze expertise met de hele voedingsindustrie.



## PLANET CARE

**Om onze impact op de klimaatopwarming te verminderen, hebben wij onszelf meetbare doelen gesteld en investeren wij elk jaar om die doelen te halen.** Zo hebben wij sinds 2021 onze broeikasgasemissies verminderd met 16% en de hoeveelheid koolstofarme energie die wij in onze gebouwen gebruiken verhoogd tot 76%. Maar wij willen het nog beter doen door een nog uitgebreider gebruik van biobrandstoffen, de ontwikkeling van waterstof en zonne-energie.



## INNOVATIE

**Innovatie zit in ons DNA en vormt het hart van onze honderdjarige geschiedenis.** Door innovatie zijn wij in staat om ons voor te bereiden op de toekomst. Dat doen we door de ontwikkeling van onze technieken, processen, ons aanbod en door onze diensten steeds opnieuw te blijven uitvinden, zowel voor onze werknemers als voor onze klanten.

Middels de vijf pijlers is ons nieuw strategisch plan gebaseerd op onze visie om bij te dragen aan de samenleving: teams die zich dagelijks inzetten voor een duurzame en veilige toegang tot voedseldiversiteit voor iedereen.

# ONS BEDRIJFSMODEL

## STEF

### Ons doel

Teams die zich dagelijks inzetten voor een duurzame en veilige toegang tot voedseldiversiteit voor iedereen.

### Een evenwichtige activiteitenportefeuille

- Nationaal en internationaal transport
- Logistiek
- Verpakken
- Maritiem

### Onze troeven

- 22.000 ervaren en betrokken medewerkers
- 10.000 klanten die ons elke dag vertrouwen
- Erkende knowhow in flowmanagement en voedselveiligheid
- Een sterke verankering in verschillende regio's
- Geïntegreerde expertisecentra voor vastgoed, IT en energie
- Een cultuur van innovatie
- Een solide financiële situatie
- Een stabiel aandeelhouderschap dat voornamelijk bestaat uit werknemers
- Een jarenlange maatschappelijke betrokkenheid

### Onze waarden

- Enthousiasme
- Respect
- Betrouwbaarheid
- Prestaties

### Onze middelen



- Een uniek netwerk van meer dan 270 multi-temperatuursites



- Aanwezigheid in 8 Europese landen



- Meer dan 2700 eigen opleggers en trekkers



- 4 vrachtschepen met passagiersaccommodatie

GROOTHANDELAREN  
●  
VOEDINGSPRODUCTENTEN  
●  
VOEDINGSMIDDELINDUSTRIE  
●  
OVERIGE

PRODUCTIE  
VEETEELT  
VISSERIJ

GROTE EN MIDDELGROTE SUPERMARKTEN  
●  
RETAIL  
●  
E-COMMERCE  
●  
COMMERCIELE EN COLLECTIEVE CATERING

CONSUMENTEN

# TEAMS DIE ZICH DAGELIJKS INZETTEN VOOR EEN DUURZAME EN VEILIGE TOEGANG TOT VOEDSEL DIVERSITEIT VOOR IEDEREEN.

Onze bestaansreden weerspiegelt wie we zijn,  
wat ons onderscheidt en wat ons drijft.  
Ze geeft uitdrukking aan de visie en ambitie van onze Groep.

---

## Wij zijn gedreven om MENSEN TE DIENEN

Sinds 1920 stellen wij onze expertise beschikbaar om consumenten van voedsel te voorzien. Samen werken we eraan dat Europeanen iedere dag met vertrouwen hun voedsel kunnen eten. Door onze bevroren teams kunnen we goede relaties op bouwen met al onze belanghebbenden. Zo besteden wij veel aandacht aan onze klanten en werknemers en delen zij in ons succes.

---

## Door onze klanten met elkaar te verbinden, CREËREN WE WAARDE

In het hart van de voedselketen spelen wij een essentiële rol:  
wij genereren added value voor alle spelers in de voedselindustrie.

Door producenten, distributeurs en restauranthouders met elkaar te verbinden, bieden wij effectieve oplossingen waarmee we:

- de integriteit en veiligheid van voedselproducten kunnen waarborgen,
- kunnen reageren op veranderingen in de markt en de consumptiepatronen,
- de ontwikkeling van onze klanten kunnen begeleiden en voor hen de toegang tot alle regio's in Europa makkelijker kunnen maken.

---

## Wij zetten onze DUURZAME VERBINTENISSEN OM IN DADEN

Onze missie om mensen van voedsel te voorzien geeft ons een sterke maatschappelijke verantwoordelijkheid. Een verantwoordelijkheid die ons ertoe verplicht onze energie te stoppen in een duurzame voedingsindustrie, met respect voor het milieu en de mensen, elke dag opnieuw. Wij willen een verantwoordelijke leider zijn in onze sector en een rolmodel worden in het verminderen van de CO2 voetafdruk.

---

PEOPLE CARE

# EEN GEZAMENLIJK AVONTUUR WAARIN IEDEREEN BELANGRIJK IS



**ONZE GROEP** is een gemeenschap met collega's die soms totaal verschillend zijn. Deze diverse teams zijn onze voornaamste troef en onze collectieve prestaties zijn afhankelijk van de som van hun vaardigheden in de verschillende beroepen die zij beoefenen. Bovendien is het onze verantwoordelijkheid om ieder van hen te helpen zich te ontwikkelen, stappen te maken in hun carrière en hen te verzekeren van veiligheid en werkplezier. Dat zijn onze overtuigingen en onze verbintenissen in elk van onze acht vestigingslanden.

# VAN STEF EEN AANTREKKELIJK MERK MAKEN

**M**et het laagste werkloosheidspercentage in Europa sinds 30 jaar is het werven van nieuwe collega's een belangrijke uitdaging voor bedrijven. Bovendien is onze ondergewaardeerde business niet zo aantrekkelijk. Dat is han ook exact het doel van ons programma om te bouwen aan ons werkgeversmerk: weten hoe wij over de logistiek- en transportwereld moeten praten, de specifieke kenmerken en troeven van STEF in de spotlights zetten en ervoor zorgen dat mensen bij ons willen komen werken! 75% van de potentiële kandidaten houdt rekening met het imago van een bedrijf. Wij moeten dus onze kansen pakken om gekozen te worden door de beste kandidaten. Daarom doen wij er alles aan om van STEF een aantrekkelijk merk en een

75%

*van de potentiële kandidaten houdt rekening met het imago van een bedrijf*

erkende werkgever te maken bij onze doelgroep en dat in een zeer competitieve omgeving. Om de juiste kandidaten aan te trekken moeten wij dezelfde taal spreken als zij en overal aanwezig zijn waar zij zijn. De inzet is groot: alleen al in 2023 zal de Groep 3100 nieuwe werknemers, waarvan meer dan 98% met een vast contract, en nog eens 800 stagiair(e)s verwelkomen! En we hebben veel te bieden, met in het bijzonder een uitgebreid carrière pad en een verscheidenheid aan beroepen. Daarom zal er een nieuwe communicatiecampagne worden gelanceerd om meer te vertellen over deze beroepen. Het doel is om aanwezig te zijn op nieuwe communicatie platforms en interesse naar onze sector aan te wakkeren waarbij we steunen op onze werknemers, die onze beste ambassadeurs zijn en blijven ●

## NIEUWE MANIEREN VAN WERVING

« **C**hauffeur, dock-medewerker, orderpicker, onderhoud van vastgoed of voertuigen... onze beroepen zijn fantastisch en de carrièremogelijkheden zijn enorm. Maar dat moeten wij ook laten weten! », zegt Mohamed Razzouk, verantwoordelijke Human Resources en professionele integratie. Onze sector staat onder spanning - dat wil zeggen dat er niet wordt voldaan aan de wervingsbehoeften - en wij moeten voortaan dus potentiële kandidaten opzoeken in plaats van te blijven wachten op cv's.

Waar moeten we dan heen? « Overal waar interessante kandidaten zijn, moeten wij de gebruikelijke wervingsmethodes loslaten en ons verbaal vertellen. Bij de uitgang van een stadion, thuis, bij lokale evenementen of in samenwerking met andere (lokale) partijen. En deze aanpak wordt gewaardeerd door onze partners, wij worden erkend als een speler die zich inzet voor de (lokale) samenleving. » Gelijktijdig met 'fysieke' acties ontwikkelen wij ook onze aanwezigheid op alle communicatieplatforms door doelgerichte advertenties om het aanbod

van onze beroepen bekend te maken. Onze teams zijn onze belangrijkste ambassadeurs en zorgen voor de acties op beurzen waaraan wij deelnemen of op jobsites. Zodra de juiste kandidaat is gevonden, kunnen wij een compleet pakket bieden: coaching, opleidingen, interne scholingen... « Wij zijn op zoek naar zogenaamde vaardigheden die van het ene beroep naar het andere kunnen worden overgedragen, verklaart Mohamed Razzouk. Zo hebben wij bijvoorbeeld een werknemer uit de horecasector aangeworven die onze rijkschool heeft doorlopen en nu werkt als chauffeur. Door haar ervaring wist ze hoe ze met klanten moest omgaan. Onze chauffeurs zijn ook vaak de eerste contactpersoon in een klant relatie. Dat was dus een win-winsituatie voor beide partijen! » Naast werving speelt opleiding een belangrijke rol om de integratie te laten slagen en werknemers te binden. « Onze opleidingen staan open voor iedereen, zowel intern als extern. Ze hebben zowel betrekking op beroepen in de logistiek als op beroepen in de transportsector. Hierdoor kunnen wij diverse carrièremogelijkheden bieden. Binding, dat betekent ook perspectieven geven aan onze werknemers. » ●



# HET DOEL IS OM ALLE VORMEN VAN TALENT TE ONDERSTEUNEN

**A**ls Groep zijn wij er ons van bewust dat onze mensen onze grootste troef zijn en daarom beschouwen wij opleiding als een essentieel element van onze cultuur, ons managementmodel en onze MVO-verbintenissen. Het ondersteunt de ontwikkeling van de werknemers met de implementatie van talrijke promotietrajecten. Meer dan 80% van onze managers is door interne promotie op hun positie gekomen. *« Onze beroepen veranderen steeds sneller en onze werknemers, vooral de jongeren, willen kansen krijgen en zich ontwikkelen door middel van gepersonaliseerde oplossingen. Onze doelstelling is dat iedereen een plaats vindt binnen de organisatie, zich kan ontwikkelen en er lange tijd blijft »*, verklaart Céline Luc, Directrice Talent- en Opleidingsbeheer. Twee trajecten

illustreren deze doelstelling. Sinds 6 jaar biedt het « ploegbastraject » ondersteuning voor de loopbaanontwikkeling van personen die reeds in dienst zijn. Gedurende één jaar volgen een tiental ploegbazen twee à drie dagen per maand deze opleiding die leidt tot een kwalificatie op het vlak van communicatie, management en de industrie. « Leadership en vision » is een tweede traject dat bestemd is voor toekomstige leidinggevende kaderfuncties binnen de Groep, in samenwerking met HEC. Het doel ervan is hen een nieuwe kijk te geven op de ontwikkeling van onze omgeving, zich te laten verrijken door externe bijdragen en intern meer verbondenheid te creëren. Het gaat er hierbij ook om innovatie te stimuleren door hen te helpen hun visie te bepalen en hun leiderschap te versterken. ●

Meer dan

# 80%

*van onze managers is door interne promotie op hun positie gekomen.*

## SPOTLIGHT OP DE RIJSCHOOL

De rijschool van STEF werd opgericht in 2021 in samenwerking met AFTRAL, de 1<sup>e</sup> opleidingsinstelling voor transport en logistiek in Frankrijk. De opleiding van deze interne school, die is ontworpen door de pedagogische teams van AFTRAL en de vakkundige experts van de Groep, duurt 12 weken en leidt tot een kwalificatie of diploma via een beroepsopleiding of een leercontract. De modules over het transport van voedingsmiddelen onder gecontroleerde temperatuur zijn opgesteld door de referentiechauffeurs binnen de Groep. Zowel externe kandidaten als interne teams zijn welkom in de opleiding, waarvan in 2022 al 12 sessies werden georganiseerd, tegenover 8 in 2021. Vorig jaar hebben 94 stagiairs, waarvan 12 uit interne teams, deelgenomen met een slagingspercentage van 92%. Een belangrijk weetje is dat de school onlangs haar eerste volledig vrouwelijke klas heeft verwelkomd.



### PERSOONLIJKE VERHALEN HEC-OPLEIDING



**Andrea Rossi**

*« De puzzelstukken passen in elkaar en plots wordt alles duidelijk. Je begint dan anders te denken. »*



**Guillaume Papillard**

*« Deze module heeft onze manier van werken en van teams stimuleren veranderd. Er is geen weg terug, je moet bereid zijn om te veranderen. »*



### PERSOONLIJKE VERHALEN PLOEGBAASTRAJECT



**Jérémy Mathieu**

*« Een ware bonus op het vlak van werk en menselijke dimensie. We komen er sterker uit. »*



**Fabrice Collet**

*« Een goede portie zelfvertrouwen. »*



**Brahim Taleb**

*« Wat ik heb geleerd, heb ik kunnen toepassen in mijn dagelijks leven. »*

# INZET EN ONAFHANKELIJKHEID, LEVE DE WERKNEMERSPARTICIPATIE!

**H**et bedrijf is van iedereen die het elke dag laat leven en groeien. En bij STEF is dat geen loze belofte! Ons bedrijfsspaarplan viert dit jaar zijn 30<sup>e</sup> verjaardag. Resultaat: meer dan één op de twee werknemers bezit momenteel aandelen van de Groep en 73% van het kapitaal is in handen van het management en de teams. Binnen de sector is onze Groep een pionier dankzij de moedige beslissing die werd genomen in 1993. Een originele herverdeling van het kapitaal, die destijds uniek was in Frankrijk voor bedrijven van vergelijkbare omvang en uniek in Europa binnen de logistieke sector. Dit aandeelhouderschap voor werknemers vormt uiteraard het fundament van onze geschiedenis en een verlangen naar onafhankelijkheid. Het is ook een factor van voldoening en betrokkenheid voor alle personeelsleden in een tijd waarin de media de werknemers vaak vragen stellen over de zin van hun werk. Daarnaast is het een garantie voor onafhankelijkheid en buitengewone stabiliteit om het hoofd te bieden aan een wereld die enorm verandert en om strategische keuzes op lange termijn te maken wat betreft investeringen en ontwikkeling. Ten slotte is het een model dat sympathie en vertrouwen opwekt bij onze klanten ten opzichte van ons collectieve enthousiasme! ●



## VERMENIGVULDIGING VAN HET AANTAL VROUWEN

**DOEL:**  
*het aantal  
vrouwen in ons  
personeelsbestand  
met*

**25%**  
*verhogen tegen  
2030.*

**B**innen de Europese Unie is slechts 22% van de werknemers in de logistieke sector en 12% in de transportsector een vrouw<sup>(1)</sup>. Onze activiteitensector, die van oudsher mannelijk is, kent heel wat achterstand op het gebied van genderdiversiteit. Daarom heeft de Groep zich tot doel gesteld het aantal vrouwen in haar personeelsbestand tegen 2030 met 25% te verhogen. Acties ondernemen voor genderdiversiteit en gelijkheid op het werk is de voornaamste prioriteit in onze MIX'UP-aanpak. Sinds 2021 beschikken wij over een opleidings- en bewustmakingsprogramma over kwesties als de man-vrouwverhouding en gelijkheid van mannen en vrouwen op het werk. Tegelijkertijd hebben wij per

land ook actieplannen vastgelegd met als doel een gelijkwaardige integratie en loopbaanontwikkeling te verzekeren. Wij hebben flexibele werkregelingen getest om het evenwicht tussen werk- en privéleven te bevorderen en wij hebben de ondersteuning van onze werknemers op het gebied van ouderschap verbeterd. En, niet te vergeten, er is ook aandacht besteed aan de arbeidsomstandigheden en -omgeving, met de aanpassing van de werkkleding en -uitrusting voor iedereen. Zoveel mogelijkheden om het imago van onze beroepen te veranderen en de strijd aan te gaan tegen stereotypen! ●

1. Business case to increase female employment in Transport – European Commission 2018.

# INNOVATIE TEN DIENSTE VAN DE WERKOMGEVING

« **O**nze werknemers gezond houden, dat doen we door een veilige werkomgeving te creëren. Of het nu gaat om een eenvoudige verbetering van de werking of om een ware transformatie van de activiteiten, wij voeren een analyse uit van de bestaande situatie en doen gericht onderzoek naar de beperkingen en hun oorzaken, zodat wij voorrang kunnen geven aan de vermindering van het risico aan de bron. Daarnaast zijn wij voortdurend op zoek naar nieuwe oplossingen die op de markt zijn verschenen of naar co-constructieprocessen die wij kunnen uitvoeren. Wij ondersteunen ook initiatieven binnen het werkveld, zodat deze op permanente basis kunnen worden uitgevoerd of wereldwijd kunnen worden toegepast », verklaart Jessica Maroud, ergonom, wanneer we haar vragen om de implementatie van de aanpak inzake gezondheid, veiligheid en arbeidsomstandigheden te beschrijven.

De eerste stappen zijn gezet en Charles Georget, Directeur Onderzoeken Engineering, vervolgt: « Wij spelen een hoofdrol in de lancering van innovatieprojecten en zijn zelf een drijvende kracht bij het testen van prototypes, samen met de operationele teams en de betrokken ondersteunende functies. Dat leidt

tot de implementatie van nieuwe tools zoals de "grijpers", die zware pakken kunnen dragen, de "nivelleertafels" waarmee je manuele bewerkingen kan uitvoeren zonder dat je moet bukken bij de uitvoering van activiteiten in moeilijke omgevingen. Hierdoor kunnen onze werknemers zich concentreren op taken met een grote meerwaarde, zoals het toezicht op apparatuur of processen ».

« Wij begeleiden onze operationele teams ook bij het testen van fysieke hulpmiddelen, zoals exoskeletonten », voegt Benjamin Soubrier, ergonom, toe. « Vanaf de start van het project is de aanpassing van de oplossingen aan de specifieke kenmerken van onze activiteiten, onze vestigingen, onze organisaties en de bestaande vaardigheden van essentieel belang omdat dit het vermogen van onze teams bepaalt om zich eigen te maken met deze nieuwe werkwijzen. Daarom moeten al deze processen worden uitgevoerd in samenwerking met alle spelers van de verschillende locaties en, in het bijzonder, het management aangezien zij de eerste en belangrijkste contactpersonen blijven op het gebied van veiligheid en gezondheid van onze werknemers. » ●

« Dankzij innovatie kunnen onze werknemers zich concentreren op taken met een grote meerwaarde. »

**Charles Georget,**  
Directeur Onderzoek  
en Engineering,  
Directie beroepen

**STERK  
DOOR ONZE  
VERSCHILLEN,  
RIJK DOOR  
ONZE TALENTEN**

De Grand Prix Humpact Emploi wordt georganiseerd door het ratingbureau Humpact en beloont beursgenoteerde Franse bedrijven met een deugdzzaam sociaal beleid. In 2022 was STEF de winnaar in de categorie personen met een beperking. Dat was tevens het jaar van ons 6<sup>e</sup> bedrijfsakkoord inzake tewerkstelling en binding van personeel met een beperking voor de periode 2022-2024. Dit bevestigt onze wil om actief bij te dragen aan de gelijkheid van rechten en kansen. In Frankrijk bedraagt ons percentage van tewerkstelling van personen met een beperking 7,65% en op het niveau van de Groep is dat 6,8%.





# SOLIDARITEIT IS EEN KWESTIE VAN ACTIE ONDERNEMEN

In 2022 verdeelde Restaurants du Cœur, 140 miljoen maaltijden, ontvingen ze meer dan één miljoen mensen en zetten ze 70.000 vrijwilligers in ten dienste van de minderbedeelden. Al meer dan 15 jaar is onze Groep partner van de organisatie. Een betrokkenheid die perfect past in de lijn van onze bestaansredenen aangezien het doel is om iedereen van voedsel te voorzien, ook de minderbedeelden. De nationale geldinzameling vindt ieder jaar in maart plaats. Wij stellen onze logistieke middelen ter beschikking van de organisatie zodat ze de giften van grote en middelgrote warenhuizen kunnen ophalen en naar de regionale vestigingen van Restaurants du Cœur kunnen brengen. In 2022 hebben 15 dochterondernemingen deelgenomen en werd er 780 ton aan goederen ingezameld. Een operationele ondersteuning, die eenvoudig en concreet is en zeker de moeite waard is. Naast deze jaarlijkse ondersteuning stellen wij ook werknemers ter beschikking van de organisatie om hen te helpen met het beheer van de voorraden en bevoorrading van



**ER WERD 780 ton goederen ingezameld door 15 dochterondernemingen in 2022.**

hun distributiecentra te optimaliseren. De Groep leidt vrijwilligers op in arbeidsrecht via het Institut des Métiers du Froid, onze beroepsvereniging voor koelactiviteiten. Ten slotte verbinden wij ons sinds dit jaar ertoe om in onze scholen een aantal personen op te leiden die afkomstig zijn van Ateliers Chantiers d'Insertion van Restaurants du Cœur. Aan het einde van hun opleiding krijgen ze een contract van onbepaalde duur aangeboden als chauffeur of crossdock medewerker. ●

## VEILIGHEID: VOORKOMEN IS BETER

**17.000**  
*personeelsleden betrokken bij de preventieve aanpak.*

Onze Groep zet zich permanent in voor de veiligheid, gezondheid en arbeidsomstandigheden (VGA). Wij zijn overgeschakeld van een correctieve aanpak naar een preventieve aanpak. In 2022 werd er in Frankrijk een nieuwe fase ingeluid met de ondertekening van een eerste nationale verbintenis voor het CARSAT-netwerk (caisse d'assurance retraite et de la santé au travail of pensioen- en ziekteverzekeringsfonds) en het CRAMIF-netwerk (caisse régionale d'assurance maladie d'Île-de-France of regionaal ziekteverzekeringsfonds van Île-de-France). Het ging om 17.000 personeelsleden met allerhande contracten en tewerkgesteld in 190 STEF-vestigingen in Frankrijk.

De doelstellingen waren onder andere de risicofactoren voor het ontstaan van spier- en skeletaandoeningen te beperken, het aantal ernstige ongevallen te verminderen en de VGA-cultuur binnen de Groep te versterken. In elke vestiging worden er actieplannen met maandelijkse controle-indicatoren getest door speciale teams. ●

**In 2022, ondertekening van een eerste nationale verbintenis voor het CARSAT- en CRAMIF-netwerk.**



**AÏSSATOU DIALLO,  
ORDERPICKER IN RUNGIS**

## BETER GROEIEN MET VERTROUWEN

In de vestiging van Rungis, die gespecialiseerd is in thuislevering, maken wij kennis met Aïssatou die als orderpicker werkt in de zones « vers », « droog » en « fruit & groente ». « *Het is een goede sport* », verklaart ze terwijl ze door de gangen van het magazijn loopt. En deze vastberaden vrouw verliest geen tijd. Slechts een paar maanden na haar eerste werkdag is Aïssatou al de integratie-referentie voor nieuwe werknemers en werkneemsters. « *Ik vind het leuk om te delen wat ik weet* », zegt ze trots. En aangezien niets haar

tegenhoudt, is ze ook F6-specialiste, een functie waarbij ze op zoek gaat naar ontbrekende producten die volgens de computer wel aanwezig moeten zijn. Daarna volgt de uitwisseling met de afdeling Voorraadbeheer tot het probleem is opgelost. Wanneer ze over haar dagen vertelt, die beginnen met een briefing van de bestellingen en een herinnering aan de veiligheidsinstructies, merken we al snel haar vastberadenheid. Het geheel wordt opgefleurd met een flinke dosis humor als ze vertelt over haar passie voor muziek buiten

het werk en haar constante verlangen om uit volle borst te zingen. « *Naast de werksfeer met mijn 40 collega's waardeer ik het vertrouwen dat mijn managers in mij stellen. Hiervoor was ik interim orderpicker bij Zara en daarna bij IKEA. Ik zocht naar een job met een vast contract en de mogelijkheid om door te groeien en verantwoordelijkheden te krijgen. Dat is nu het geval.* » Haar enthousiasme werkt aanstekelijk want haar 18-jarige zoon, die informatica studeert, denkt eraan om tijdens zijn stage bij haar in de vestiging te komen werken. ●



**MATTEO BRUZZANO,  
ENERGY MANAGER, IMMOSTEF ITALIË**

# ENERGIEBEHEER, EEN VERBINTENIS

« De hedendaagse geschiedenis van onze beschaving is sinds het begin van de 19<sup>e</sup> eeuw versneld door energiebeheer. Het is de ruggengraat van onze ontwikkeling en wij moeten tegenwoordig leren om onze energie zo goed mogelijk te beheren om ze te behouden », begint aspirant-activist Matteo Bruzzano, 30 jaar. Hij werkt in « la Ville du Froid » (de koude stad), zo wordt de grootste diepvriesvestiging van de Groep genoemd. Het heeft een opper-

vlakte van 100.000 m<sup>2</sup> en is gelegen in Fidenza, nabij Parma. Matteo is afkomstig uit Pavia, in Lombardije, en behaalde in 2015 zijn diploma Ingenieur in de energie. Tegenwoordig is hij een gepassioneerde energy manager. Zijn functie bestaat uit het opstellen van energie-diagnoses, het voorstellen van energiebesparingsmaatregelen, het beheren van de ISO 50001-certificering van de vestiging, het onderhandelen en aankopen van aardgas en elektriciteit, het op afstand meten van het verbruik

van de vestigingen en het opvolgen van de bouw van zonnepaneelcentrales in nauwe samenwerking met Blue Enerfreeze. Door te praten met Matteo, die verantwoordelijk is voor het hele Italiaanse schiereiland, voelen wij het belang dat hij hecht aan de noodzaak om energie te beheren. Hij herhaalt het keer op keer: « Ik wil dat de energiecultuur nog groeit in alle domeinen, in al onze dochterondernemingen en in de mentaliteit van ieder van ons, zowel in ons privéleven als in ons werkleven ». ●



**MICHAËL AUVRAY, ADJUNCT-WERKPLAATSMANAGER IN VIRE**  
**THEO LOUVEL, STAGIAIR IN VIRE**

## OVERDRACHT, EEN MOOI PROGRAMMA

« We zien jongens van 16 jaar met de fiets naar het werk komen, terwijl ze twee jaar later met hun rijbewijs op zak zelf de weg op gaan », lacht Michaël Auvray, 48 jaar, Adjunct-werkplaatsmanager in de transportwerkplaats van Vire, in Normandië. Deze « jongens », dat zijn de stagiairs van de vestiging. « Toen we hier kwamen, ontdekten we een efficiëntie en snelheid van uitvoering die we ons niet konden voorstellen », vult Theo Louvel aan, amper 18 jaar, die zijn tweede jaar stage loopt in dezelfde werkplaats. Michaël

is sinds één jaar mentor en laat Theo meegenieten van zijn 29 jaar ervaring. Hij is ook koeltechnicus en vindt het leuk om zijn knowhow en de juiste praktijken van het vak over te dragen. En, niet te vergeten, voegt hij eraan toe: het kunnen samenwerken in teamverband. Theo vindt het leuk om meer te ontdekken over het werkveld. « Hier komen we tot de kern van de zaak. Met 120 trekkers en 195 opleggers zijn de dagen goed gevuld. Wij werken met tijdschema's voor de controle van het materiaal en de keuringen, maar onze activiteit kan ineens veranderen door mechanische defecten,

carrosserieproblemen of koelproblemen. » En Michaël vult aan: « Ons materiaal rijdt dag en nacht, inclusief weekenden. De controle, het onderhoud en de herstellingen zijn dus dagelijkse kost en wij beleven dit als uitdagingen die we moeten oplossen. Wij zijn hier met ongeveer twintig en iedereen telt. Daarom is het zo waardevol om stagiairs zoals Theo bij ons te zien groeien en geleidelijk aan autonoom te zien worden ». Een tandem, een paar... het je hun samenwerking ook noemt, Theo en Michaël sturen ons één boodschap: overdracht is een prachtige manier om generaties te verbinden. ●



**AURÉLIE LE LEANNEC,  
DATA SCIENTIST, STEF IT**

## DE KUNST OM TE HELPEN BIJ DE BESLUITVORMING

**Z**ij is « data scientist », een van die beroepen waarvoor een beetje uitleg nodig is tijdens een gesprek. « Het is een beroep waarbij alle gegevens rond een bepaald thema worden verzameld en deze vervolgens worden geanalyseerd om te helpen met de besluitvorming. Hiervoor baseren we ons op wiskunde, informatica en vakexpertise. Binnen de Groep kunnen wij bijvoorbeeld werken aan de analyse van de afstanden die worden afgelegd door de werkbeftruchte bestuurders in het magazijn om processen te optimaliseren en nieuwe routes te vinden.

*Wij baseren ons hierop op de plannen van de vestiging, de analyse van de routes en de gesprekken met de betrokken werknemers »,* detailleert Aurélie Le Leannec, die drie jaar geleden bij de Groep is komen werken. « Wij halen de gegevens uit een onuitputtelijke bron ten behoeve van verschillende zaken. Zo sporen we risicosituaties op om arbeidsongevallen te voorkomen, leren we onze klanten en hun behoeftes beter kennen om zo ons aanbod aan te passen en maken we business forecasts. Natuurlijk heeft de Groep in haar lange geschiedenis niet op ons gewacht om

*cijfers of statistieken te bestuderen. Maar ons werk gaat verder omdat wij ook aanbevelingen doen voor beroepen op basis van de algoritmes van kunstmatige intelligentie »,* verklaart deze Bretoense mama van twee kindjes van 2 en 9 jaar oud. « Nadat ik 2004 mijn diploma behaalde in Rennes, begon ik mijn carrière in Parijs, op de data-afdeling van Bouygues Telecom waar ik klantenkennis deed, daarna werkte ik voor Ouest-France aan het gedrag van internetgebruikers. Nu ben ik terug in Vannes, in de Morbihan, de regio waar ik opgroeide, en ik ben er gelukkig! » ●

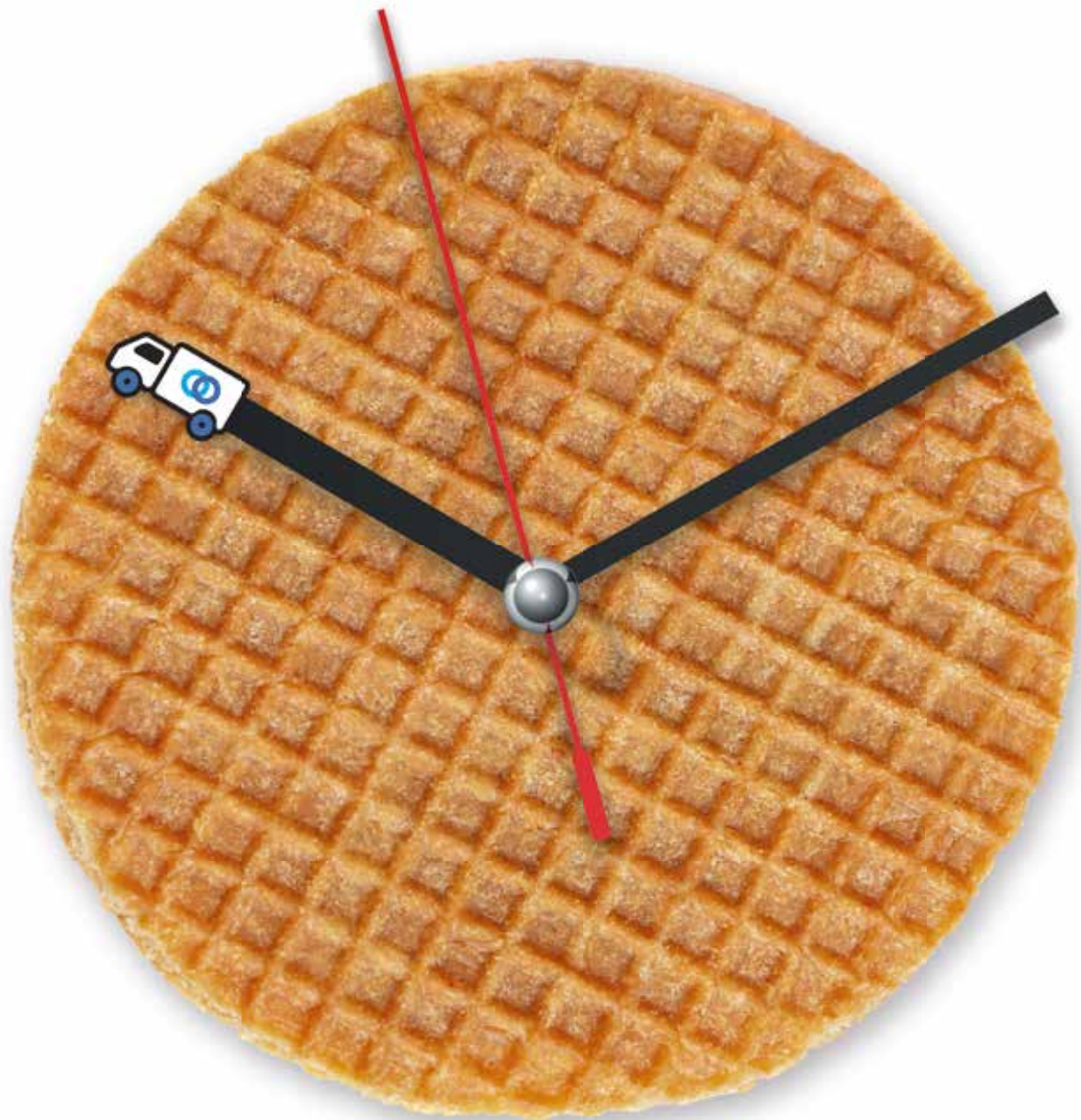
**ERNESTO COLOMA,  
DIRECTEUR VAN DE POOL VASTGOED EN ENERGIE IBERIË**

## TEN DIENSTE VAN EEN DUURZAME GROEI

De wereld is heel klein voor Ernesto Coloma, die er sinds het begin van zijn carrière in rondtrekt. Om zijn reis te volgen, moeten we in Spanje vertrekken om dan naar Frankrijk te gaan en vervolgens via Thailand terug naar Londen en Barcelona te keren om hem vandaag te vinden in Lissabon. Deze globetrotter en papa van twee kinderen is getrouwd met een Argentijnse, die hij in Bordeaux ontmoette, en heeft op 38-jarige leeftijd een mooie internationale carrière verwezenlijkt, voornamelijk in de logistiek. Hij is drie jaar geleden begonnen bij onze Groep. Zijn functie? De vastgoed-

en energie-activiteiten op het Iberisch schiereiland sturen. « *Ik vind het een fijn idee dat ik kan helpen bij de voorbereiding van de toekomst op het vlak van capaciteiten zonder de dagelijkse gang van zaken uit het oog te verliezen.* » Een ambitieuze doelstelling op het kruispunt van verschillende activiteiten, de behoeften van onze klanten en de noodzaak om rekening te houden met de ecologische voetafdruk. « *Het voordeel van een Groep waar de werknemers de meerderheid van het kapitaal in handen hebben, is dat we een langetermijnvisie kunnen hebben in tegenstelling tot bedrijven die eigendom zijn van beleggingsfondsen die rendement op korte*

*termijn nastreven. Zonder de dagelijkse gang van zaken uit het oog te verliezen, hebben wij de mogelijkheid om ons echt ten dienste te stellen van een duurzame groei.* » Zo leidt hij in Madrid het projectteam dat verantwoordelijk is voor het Energy Lab. Het doel hiervan is om de operationele prestaties te verbeteren door te experimenteren met energie-oplossingen van de toekomst, zoals de productie en opslag van waterstof uit overtollige fotovoltaïsche elektriciteit. Het doel: het aandeel van zelfgeproduceerde en zelfverbruikte energie verhogen. Een heel programma waarvan hij hoopt dat het navolging zal vinden in de Groep. ●



# **OP TIJD LEVEREN, DAAR GAAT HET OM.**

Het garanderen van de bevoorrading van consumenten  
is onze missie.  
Zorgdragen voor de producten van onze klanten en op tijd leveren,  
is onze knowhow.

**STEF** 

# DE KLANT CENTRAAL STELLEN BIJ ALLES WAT WE DOEN



**LEADER** zijn brengt vaak meer verantwoordelijkheden met zich mee dan gedacht. Vooral operationele verantwoordelijkheid, gebaseerd op efficiëntie, kwaliteit, naleving van de termijnen en temperaturen en onze wil om het werk goed te doen. Maar dat is niet voldoende. Er moet ook een emotioneel vertrouwen zijn, dit wil zeggen een permanent en oprecht luisterend oor voor de behoeften van onze klanten, meer uitwisseling van knowhow en een gedeelde visie op de ontwikkeling van onze activiteiten, vergezeld van aandachtige nabijheid op dagelijkse basis. Dat is wat wij bij STEF Customer Care noemen of het feit dat wij onze klanten centraal stellen in onze beslissingen en onze organisatie. Het is een instelling die wij elke dag opnieuw in stand willen houden, overal waar wij gevestigd zijn, ongeacht de cultuur van het land en ongeacht onze activiteiten.



# ONS IN DE SCHOENEN VAN ONZE KLANTEN STELLEN

**G**edaan met de traditionele aftersales, een nieuw tijdperk is aangebroken. De oprichting van de klantendienst in de categorie buitenshuiscatering is een concreet voorbeeld van customer care. Het begon allemaal in 2016 toen de operators, die de bestellingen afhandelden, alle merken gelijk behandelden en de teams die contact hadden met de klanten niet beschikten over de gegevens met betrekking tot de geplaatste bestellingen. « Voor onze klanten, detailleert Rodrigue Dreydemy, Operationeel Directeur, business unit RHD, hebben we besloten om heel het systeem te berzien. Wij hebben de behoefte van het restaurant als uitgangspunt genomen en hebben op logische wijze gespecialiseerde pools per klant of per type klant opgericht, naargelang hun omvang. Alle back- en frontofficefuncties worden voortaan uitgevoerd door verenigde teams met volledige kennis van de merken en hun problemen. Om deze nabijheid zoveel mogelijk te ontwikkelen en hun behoeften beter te begrijpen begeven de teams zich regelmatig op de werkvloer om de dagelijkse gang van zaken in de restaurants te beleven. »

« Wij hebben de behoefte van het restaurant als uitgangspunt genomen. »

**Rodrigue Dreydemy,**  
Operationeel  
Directeur,  
business unit RHD

Tegenwoordig beschikt de operator, die de bestellingen beheert, over een echt dashboard waarop de afhandeling van een bestelling gevolgd kan worden. Hij kan de bestelgeschiedenis van het restaurant raadplegen en een langdurige relatie onderhouden dankzij de herinneringen waarmee hij proactief actie kan ondernemen. En als er zich een probleem voordoet, komt het restaurant nu onmiddellijk terecht bij de juiste persoon of de juiste dienst. « Om een betrouwbaar operationeel systeem te creëren hebben wij met onze informaticateams samengewerkt om de reeds beschikbare middelen te combineren. En wij blijven innoveren. Momenteel zijn wij een systeem aan het testen dat op basis van de bestelgeschiedenis aan onze klanten de mogelijkheid biedt om hun bevoorrading te optimaliseren wanneer onze vrachtwagens nog voldoende plek hebben voor extra lading. Ten slotte beschikken onze restaurants over een permanent evaluatiesysteem, dat zowel ontvredenbeden als tevredenbeden analyseert. Op basis van deze informatie zetten wij vervolgens de beste praktijken in voor andere klanten », besluit Cédric Retière, Commercieel Directeur, business unit RHD. ●



# FOCUSGROEPEN, EEN DEUGDZAME REVOLUTIE

**D**e Italiaanse klantendienst, dat is in de eerste plaats een organisatie die bestaat uit een team van specialisten en speciale tools om de klantenrelatie te optimaliseren. Dit omvat met name een uniek systeem voor het beheer van problemen door middel van tickets op Salesforce. Het omvat ook het permanente klantencomité, een maandelijks bijeenkomst van operationele directeuren om uitsluitend verzoeken van klanten te bestuderen, oplossingen te bedenken om daaraan te voldoen en deze vervolgens op het niveau van de landen te delen. Ten slotte omvat het sinds november 2022 nog een ongekende manier

« Co-constructie, dat is de zin van het verhaal. »

**Simona Barbieri,**  
Commercieel en Marketing  
Directrice,  
STEF Italië

van luisteren door middel focusgroepen. Een kleine culturele revolutie. « *Als wij de klant centraal willen stellen in onze activiteit, dan moeten wij luisteren naar de klant. Luisteren, dat wil zeggen kritiek aanvaarden. Luisteren betekent niet dat wij onmiddellijk moeten antwoorden, maar wel dat wij moeten begrijpen wat er achter een opmerking schuilgaat* », verklaart Simona Barbieri, Commercieel en Marketing Directrice, STEF Italië, die bij de Groep begonnen is na een jarenlange ervaring binnen de GS1-ECR, de Europese instelling die verantwoordelijk is voor het vinden van gezamenlijke oplossingen tussen fabrikanten, logistieke operatoren en distributeurs. « *Voortaan gaan wij, wanneer wij een project hebben, dit project eerst voorstellen aan onze klanten om naar hun mening te luisteren en hun opmerkingen en suggesties in de ontwerpfase te verwerken. Niet alleen zijn onze klanten blij dat ze betrokken worden, maar het stelt ons ook in staat om een eindproject af te leveren dat nadien niet meer gecorrigeerd hoeft te worden. En voor andere landen van de Groep, die dit ook willen doen, hebben wij een kleine "bijbel" opgesteld om hen hierbij te helpen.* » ●

Een team van specialisten en speciale tools om de klantenrelaties te optimaliseren.

## BU INTERNATIONALE STROMEN: UITGEBREIDE SPECIALISATIE EN VAARDIGHEDEN

**S**inds 1 januari 2023 heeft ons Europees netwerk voor beheer van de internationale stromen zich verrijkt met de oprichting van een gespecialiseerde business unit in Frankrijk. « *De toename van de stromen en de Brexit hebben geleid tot nieuwe verwachtingen op het gebied van transport en logistiek* », verklaart Franck Prié, Directeur van deze BU. « *Daarom hebben wij ervoor gekozen om onze internationale expertise in Frankrijk samen te brengen om onze diensten en de tevredenheid van onze klanten te optimaliseren.* » In de nieuwe business unit internationale stromen worden in feite de twee reeds bestaande activiteiten STEF International en STEF Overseas samengebracht. Met zeven agentschappen verspreid over heel Frankrijk is deze BU voornamelijk actief binnen het domein van het wegtransport onder gecontroleerde

« Wij kunnen alle import- en exportstromen behandelen. »

**Franck Prié,**  
Directeur van  
de business unit  
internationale stromen  
in Frankrijk

temperatuur via volle vrachtwagens en in groep, in de acht landen waar de Groep aanwezig is, maar ook in 22 andere landen van Europa dankzij partnerschappen met vooraanstaande spelers. « *Om aan de behoeften van de markt te voldoen, positioneren wij ons eveneens als douanevertegenwoordiger en vertegenwoordiger van internationaal lucht-zeevervoer. Met onze uitgebreide vaardigheden zijn wij in staat om alle import- en exportstromen te behandelen, inclusief de bijbehorende douaneformaliteiten.* » Zo beschikt de business unit op de internationale markt van Rungis over een structuur met een Authorised Economic Operator (AEO), een nationale gecentraliseerde vrijmaking (Centralised Clearance of CC) en een accreditatie van de International Air Transport Association (IATA). ●



# **EEN BELOFTE VOOR DE LANGE TERMIJN, DAAR GAAT HET OM.**

Het doeltreffend in contact brengen van producenten,  
distributeurs en restauranthouders is onze missie.  
Het hierbij ontwikkelen van een duurzame vertrouwensrelatie  
is onze knowhow.

**STEF CO**

KLANTEN AAN  
HET WOORD



**BENOÎT GENDROT,  
DIRECTEUR SUPPLY CHAIN VAN LINDT FRANKRIJK**

## “MET STEF ZIJN WIJ ÉÉN TEAM”



**M**et haar aanwezigheid in meer dan 120 landen is Lindt & Sprüngli momenteel erkend als marktleider op het gebied van chocolade van premiumkwaliteit. In Frankrijk telt het bedrijf 1200 werknemers met een productievestiging in Oloron-Sainte-Marie, in het departement Pyrénées-Atlantiques. « Wij werken al 30 jaar samen met STEF en wij hebben onze samenwerking pas nog verlengd tot 2028, legt Benoît Gendrot uit, Directeur supply chain bij Lindt Frankrijk. Uit de enquêtes, die wij bij onze klanten voerden, blijkt dat wij tot de top 3 van de beste levensmiddelenproducenten behoren en dat vooral dankzij de operationele efficiëntie van onze supply chain. Het is dan ook onze ambitie om van Lindt Frankrijk een blijvende referentie op dit gebied te maken.

*Het nieuwe partnerschap, dat wij onlangs met STEF ondertekenden, werd uitgebreid naar onze e-shopactiviteit, die wordt uitgevoerd in de vestiging van Orléans, in de Loiret, en naar de internationale distributie van de producten die wij in Oloron-Sainte-Marie produceren. Al 30 jaar lang delen wij tal van waarden en dezelfde zorg om onze activiteiten te optimaliseren om onze koolstofvoetafdruk te verminderen. » Om Lindt op lange termijn te ondersteunen, heeft STEF vastgoedfaciliteiten ingericht voor producten op temperatuur met twee vestigingen in Frankrijk, één in het noorden van Orléans en de andere in Saint-Sever, in het departement Landes. Lindt is momenteel de belangrijkste klant van de business unit Gekoelde droge voeding van de Groep, in Frankrijk. ●*



**PHILIPPE STRETZ,  
VOORZITTER VAN LIGHTBODY EUROPE**

## “STEF? EEN GROTE GROEP DIE TOCH DE FLEXIBILITEIT HEEFT VAN EEN MIDDELKLEIN BEDRIJF”



« Wij zijn importeurs en worden dus geconfronteerd met drie uitdagingen: de nodige goederen op tijd laten overkomen uit het Verenigd Koninkrijk, Italië, Griekenland en elders, onze producten opslaan en de bestellingen voorbereiden, en ten slotte leveren aan onze warenbuis klanten in Frankrijk, de Benelux en Zwitserland. En dat alles met een totale keten van STEF. » De achtergrond wordt onmiddellijk geschetst door Philippe Stretz, Voorzitter van Lightbody, bij de consumenten beter bekend onder de handelsnaam « Supergâteaux ». Een in Rennes gevestigd bedrijf met een dertigtal werknemers, dat verjaardagstaarten aanbiedt onder de

licenties Marvel, Disney of Nickelodeon. « Sinds onze oprichting werken wij samen met STEF. Ik ben vanaf nul begonnen en mijn toenmalige contactpersonen bij STEF keken nooit op mij neer. Ze hebben me vertrouwen gegeven en wij zijn geleidelijk aan assortimenten van verse, diepgevroren en ambient-producten beginnen te verkopen. Nabijheid en beschikbaarheid, dat zijn voor mij de twee woorden die onze samenwerking het beste beschrijven en ik denk dat alles ook anders is omdat mijn contactpersonen bij STEF ook aandeelhouder zijn van hun bedrijf. Sinds 2018 doen wij samen ook aan e-commerce, ook al draait onze activiteit nog voor 95% rond grote en middelgrote warenbuis ketens. » ●

**JOSÉPHINE BOURNONVILLE,  
MEDE-OPRICHTSTER VAN OMIE & CIE**

## “VERSCHILLEND IN OMVANG, MAAR MET DEZELFDE STANDAARD BIJ STEF”



**V**olgens een rapport van het GIEC is 1/3 van de broeikasgassen afkomstig van onze voeding. Om het evenwicht van de systemen te bevorderen en de strijd aan te gaan tegen de klimaatopwarming is Omie & Cie het eerste Franse merk dat producten van de regeneratieve landbouw op de markt brengt. Bij deze landbouw wordt de bodem en de biodiversiteit gerespecteerd. « Wij zijn twee jaar geleden gestart en wij verdelen onze producten via twee circuits: thuislevering via onze website en levering door distributeurs. In het begin regelden we de opslag van onze producten, de voorbereiding van de bestellingen en de verzending ervan naar onze klanten intern. Al snel konden we dat niet meer aan en hebben we besloten om een beroep te doen op STEF, een supply chain deskundige die beschikt over een erkende expertise, met name op het vlak van e-commerce, vertelt Joséphine Bournonville, mede-oprichtster van Omie & Cie. *Onze belofte voor thuislevering is*

*sterk aangezien wij nooit de levertermijn van twee dagen na de bestelling overschrijden en zelfs van één dag voor de Parijsenaars. Bovendien zijn onze producten kwetsbaar aangezien de verpakking vaak van glas is. Maar wij kunnen rekenen op de operationele uitmuntendheid van de STEF-teams in de vestiging van Lieusaint, in Seine-et-Marne. Dat is voor ons een garantie voor striktheid en betrouwbaarheid, waardoor wij ons volledig kunnen concentreren op het zoeken naar nog deugdzamere producten en op onze ontwikkeling. » Omie & Cie telt al meer dan 14.000 klanten, wat overeenstemt met ongeveer 1500 pakjes per maand. Hun omzet is in één jaar tijd verdubbeld en het bedrijf, dat onlangs fondsen heeft opgehaald, is van plan om dit tempo te blijven aanhouden. Het partnerschap tussen STEF en Omie & Cie maakt deel uit van het aanbod van e-Food Logistics om startende levensmiddelenbedrijven te ondersteunen in hun ontwikkeling. ●*

PAUL JABOULET AÎNÉ

**AURÉLIEN FLOQUET  
DIRECTEUR DUURZAME PRODUCTIE EN ONTWIKKELING MAISON  
PAUL JABOULET AÎNÉ**

## “EEN HISTORISCH PARTNERSCHAP MET STEF”



**D**e samenwerking tussen Maison Paul Jaboulet Aîné, wijngaard in de vallei van de Rhône die biologisch geteelde wijnen produceert en verkoopt, en STEF gaat al ver terug. « *Zoveel meer dan een gewone klant-leveranciersrelatie, het is een partnerschap dat ons al meer dan 25 jaar bindt, verklaart Aurélien Floquet, Directeur Duurzame Productie en Ontwikkeling. Wij kennen elkaar door en door, en dat is heel veel waard.* » Maison Paul Jaboulet Aîné, dat bekend staat om de Hermitage “La Chapelle”, geklasseerd bij de beste wijnen ter wereld, vertrouwt ieder jaar 80% van haar stromen toe aan STEF. « *Wij leveren aan restauranthouders, wijnkelderhouders, maar ook aan internationale beurzen, de Franse Nationale Vergadering en zelfs aan het Élysée, vervolgt hij. Onze eisen*

*zijn streng. Wij moeten leveren aan professionals en daarbij strikte tijdstippen naleven, maar wij moeten ook waken over de veiligheid van onze goederen, die begeerd zijn. Er moet geanticipeerd worden op risico's van kwade opzet. Bovendien zijn onze producten gevoelig en kunnen ze door de gecontroleerde temperatuur beschermd worden tegen extreme koude of hitte, wat schadelijk kan zijn.. » Een echt partnerschap is geboren met de vestiging van de STEF-site in Valence, in het Drôme-departement. De afhaling vindt iedere dag plaats, van maandag tot en met donderdag, en elk kwartaal wordt er een transportoverzicht opgemaakt. « *Dit partnerschap is historisch en heeft al die jaren overleefd dankzij een goede relatie en gemeenschappelijke waarden, zoals rekening houden met het koolstofrij maken van de transportstromen.* » ●*

PLANET CARE

# EEN GEZAMENLIJK DOEL DAT IEDERE DAG LEEFT



**WAT BETREFT** de klimaatverandering heeft de planeet haar grenzen gesteld. Het is nu aan ons om enerzijds de impact van onze activiteiten op het milieu onder controle te houden en anderzijds onze organisatie aan te passen aan de grillen van het klimaat. Om de supply chain van de toekomst voor te bereiden zetten wij ons al meer dan 15 jaar in voor deze historische uitdaging: een deugdzamere supply chain bedenken zodat we overal een steeds duurzamere bevoorrading van de bevolking kunnen blijven verzekeren. Daartoe mobiliseren wij onze teams en investeren wij elke dag om de toekomst te bepalen door middel van een duurzame mobiliteit en een verantwoorde koudeproductie.



# MOVING GREEN, EEN KATALYSATOR VOOR VERANDERING

Tegenover de talloze uitdagingen door de klimaatverandering zet onze Groep zich al jaren in voor de energietransitie van haar activiteiten. In 2021 maakten wij dit concreet door de officiële bekrachtiging van onze klimaataanpak, Moving Green genoemd. Deze aanpak wordt gesteund door de werknemers en valt onder de verantwoordelijkheid van het Uitvoerend Comité, met een toegewijde organisatie en proactieve actiemiddelen. Het maakt deel uit van twee meetbare doelstellingen: de uitstoot van onze voertuigen met 30% verminderen tegen 2030<sup>(1)</sup> en gebruik maken van 100% koolstofarme energie<sup>(2)</sup> in onze gebouwen tegen 2025. Maar het vergeet ook niet om deel uit te maken van een ecosysteem met twee bijbehorende doelstellingen: onze onderaannemers ondersteunen in een deugdzame aanpak en onze teams bewust maken van de klimaatverandering. Twee jaar na de lancering zijn de resultaten veelbelovend: onze broeikasuitstoot is al met 16% verminderd. Het moet gezegd worden

1. in gCO<sub>2</sub>e/t.km ten opzichte van 2019.  
2. Koolstofarm = hernieuwbaar of nucleair.

**100%**  
*koolstofarme energie in onze gebouwen tegen 2025.*

dat er veel veranderingen zijn geweest, van de optimalisatie van de transportplanning en de verbetering van de laadpercentages van de voertuigen tot de verandering van het rijgedrag en de vernieuwing van onze vloot voertuigen op alternatieve energie. Momenteel is 76% van het elektriciteitsverbruik in onze gebouwen koolstofarm dankzij de ontwikkeling van onze zelfproductiecapaciteit op basis van zonne-energie technologieën, beheerd door onze dochteronderneming Blue EnerSun. Wat betreft onderaanneming hebben onze teams veel werk verricht bij onze leveranciers door ze te helpen met het opstellen van diagnoses over hun wagenpark, door nieuwe contracten te implementeren met engagementen voor het milieu en door een systeem van energiebesparingscertificaten (EBC) in te voeren voor de ontwikkeling van hun materiaal. Intern stelde de lancering van de *Climate School* een deel van onze teams in staat om te leren van de e-learningmodules over duurzame transitie en, niet te vergeten, de initiatieven die zijn ontwikkeld in de landen, waaronder het « Plastic Free »-project in Italië. Wij zijn ongetwijfeld goed op weg naar een koolstofvrije supply chain. ●



*Verminderen met*  
**30%**  
*de broeikasgassen van onze voertuigen tegen 2030.*

# OPLEIDEN OM ONZE ACTIVITEITEN TE HERVORMEN

**D**e *Climate School* heeft tot doel de cultuur van duurzame ontwikkeling te verspreiden bij onze teams en hen in te zetten voor een succesvolle duurzame transitie, als werknemers en als burgers. Dankzij een beter begrip van de verschillende milieukwesties en de actiemogelijkheden in het dagelijks leven gaat dit verder dan het professionele kader. *« Al onze aangesloten medewerkers hebben toegang tot deze informatie over duurzame ontwikkeling via ons digitaal opleidingsplatform. Aangezien het op verzoek beschikbaar is in de vorm van drie videomodules kunnen wij een groot aantal mensen bereiken en iedereen de mogelijkheid geven om op afstand te leren »*, legt Céline Luc uit, Directrice Talentenbeheer en Opleidingen. Uit de eerste feedback blijkt dat onze werknemers en werknemsters zeer geïnteresseerd zijn in de klimaatkwesties.

## OPTIDRIVE, DE DAGELIJKE REFLEX

Duurzame mobiliteit, dat betekent natuurlijk het gebruik van alternatieve energie in ons wagenpark, maar het is dat niet alleen. De evolutie van ons rijgedrag is ook essentieel. Hiervoor hebben wij, naast de opleidingen over milieubewust rijden, onze voertuigen uitgerust met de Optidrive-oplossing, een tool voor de opvolging en aanpassing van het rijgedrag waardoor het verbruik verbetert. Deze opvolging is bestemd voor de chauffeurs en hun managers en heeft tot doel de dagelijkse rijstijl te veranderen en ons elk jaar dichterbij onze doelstellingen voor vermindering van onze koolstofvoetafdruk te brengen. ●

*« De Climate School heeft tot doel de cultuur van duurzame ontwikkeling te verspreiden. »*

**Céline Luc,**  
Directrice  
Talentenbeheer  
en Opleidingen



# BIOBRANDSTOFFEN, HET PLANTAARDIGE ALTERNATIEF

Het gebruik van de biobrandstof Oleo100, gemaakt van 100% Franse koolzaad, wordt nu gebruikt in 120 van onze voertuigen. Maar momenteel is dit enkel in Frankrijk beschikbaar. Er bestaan elders echter alternatieven. Dat is het geval voor HVO (*Hydrotreated Vegetable Oil*, of met waterstof behandelde plantaardige olie). Deze biobrandstof wordt gemaakt van plantaardig of dierlijk restafval, dat in brandstof wordt omgezet wanneer het onder hoge druk in contact komt met waterstof. HVO biedt talrijke voordelen: het stoot 60% tot 90% minder broeikasgassen uit dan diesel en aanzienlijk minder luchtverontreinigende stoffen (fijnstof, stikstof...). Ten slotte kan HVO vanuit praktisch en operationeel oogpunt rechtstreeks gebruikt worden in bestaande dieselmotoren. Onze dochteronderneming Langdons laat sinds januari 2022 meer dan

Meer dan

40

voertuigen op HVO (Hydrotreated Vegetable Oil, of met waterstof behandelde plantaardige olie).

40 voertuigen op HVO rijden. Een oplossing voor de toekomst op voorwaarde dat wij waakzaam blijven voor de deugdelijkheid van de gebruikte grondstoffen. ●



# BIOGNV VOOR DE MOBILITEIT VAN DE TOEKOMST



« Wij hebben begin dit jaar het eerste gasstation van de Groep geopend », zegt Frédéric Guyet trots, Directeur van de vestiging in Plessis-Pâté die met name levert aan 120 restaurants in Île-de-France en Normandië. « Dit station zal vanaf 2023 een twintigtal bioGNV-voertuigen van de vestiging in Plessis-Pâté en Bondoufle, daar vlakbij, bevoorraden. Wij kunnen ook dienen als station voor onze onderaannemers. Op termijn zullen 50 voertuigen gebruik maken van dit station. » Dit station werd in 2021 opgericht in het kader van een co-constructieproces met onze klant, een bekende fastfoodketen, en helpt de koolstofvoetafdruk van onze activiteiten aanzienlijk te verminderen, met name dankzij het gebruik van biomethaan, een hernieuwbaar groen gas dat wordt geproduceerd door de methanisering van landbouwafval of waterzuiveringsstations. ●

20

Dat is het aantal voertuigen op bioGNV dat in 2023 door het station van Plessis-Pâté zal worden bevoorrad.

# ZONNE-ENERGIECENTRALES FLOREREN IN EUROPA



**M**et bijna 5000 zonnepanelen op 15.000 m<sup>2</sup> dak, ter grootte van bijna vier voetbalstadions, werd onlangs de grootste zonne-energiecentrale in Frankrijk gebouwd. Deze centrale voorziet in elektriciteit voor de vestiging van Vaulx-Milieu, nabij Lyon, gespecialiseerd in de logistiek en het verpakken van zoute en zoete levensmiddelen. Dankzij een productie van 2700 MWh per jaar dekt deze centrale 45% van hun energiebehoefte. Een voorbeeld dat werd gevolgd door de vestiging in Bodegraven, Nederland, dat 1700 zonnepanelen heeft aangeschaft, die 580 MWh per jaar, hetzij ongeveer 30% van hun totale verbruik, zullen opwekken. De Groep heeft nu 32 centrales in gebruik in Italië, Spanje, Portugal, Frankrijk, België en Nederland. Er worden momenteel al 11 andere centrales gebouwd. De energietransitie is goed op gang! ●

# 32

*centrales in gebruik in Italië, Spanje, Portugal, Frankrijk, België en Nederland.*

## HET MOOIE LEVEN DANKZIJ BIODIVERSITEIT

« **W**ij zijn vastberaden om onze impact op de ecosystemen te verminderen en hebben dan ook al in een vijftigtal vestigingen vrijwillig verbeteringen aangebracht », begint Servane Le Goff, Projectleider in de Directie Duurzame Ontwikkeling. Het voorbeeld van Darvault, in het zuiden van Parijs, bewijst dit. « Wij hadden een project voor de uitbreiding van ons platform aan de rand van de snelweg. Voor de grondwerken moest er een grote hoeveelheid grond worden verwijderd, detailleert François de Vitry, Projectleider bij IMMOSTEF. In plaats van de grond naar een externe locatie te voeren, hebben wij aan de gemeente voorgesteld om een kleine landschapsheuvel met een oppervlakte van 6 ha aan te leggen op de nabijgelegen braakliggende terreinen, die wij gekocht hebben en vervolgens hebben vergeven aan de gemeenschap. Hierdoor ontstond een geluidsbarrière tussen het dorp en de snelweg evenals een

beschermde gebied met onder meer vluchtbeuvels voor wilde dieren. Bovendien werd er een educatief wandelpad en een zacht pad aangelegd om de andere gemeentes met elkaar te verbinden. » Er kwamen ook andere soorten initiatieven tot stand, zoals in de vestiging van Tubeke, in België, waar een gedifferentieerd beheer van de omliggende terreinen wordt voorbereid. Er staan drie soorten groenvoorziening in het plan: « verzorgd » met een regelmatig onderhoud, « intermediair » met een minder intensief onderhoud en, ten slotte, « natuur » om de spontane biodiversiteit te bevorderen, met name dankzij de creatie van insectenhutels en bijenkorven. ●

« In een vijftigtal vestigingen hebben wij al vrijwillig verbeteringen aangebracht. »

**Servane Le Goff,**  
Projectleider,  
Directie Duurzame  
Ontwikkeling



EEN WAGENPARK  
OP PLANTIAARDIGE  
BRANDSTOF!!

STEF 

 MOVING GREEN

**WAT ALS WE ONZE VOOROORDELEN OVER BRANDSTOF Zouden LOSLATEN?** Binnenkort zullen Franse biobrandstoffen onze vrachtwagens laten rijden en zullen ze ons helpen de koolstofvoetafdruk te drukken. En dat is nog niet alles! Wij werken ook aan de introductie van elektrische- en waterstofoplossingen voor ons wagenpark. De toekomst van de mobiliteit zal vorm krijgen door deze technologieën te combineren.

ONZE DOELSTELLING: -30% BROEIKASGASEMISSIES TEGEN 2030.

# DE VERBINTENIS TUSSEN TECHNOLOGIE EN GEDRAG



**VOEDSELVEILIGHEID** is onze prioriteit. Wij hebben ervoor gekozen om dit op te nemen in onze bestaansreden want in de lange keten die voedingsmiddelen van de plaats van hun productie naar de plaats van distributie en vervolgens consumptie doorlopen, zijn wij een belangrijke schakel wat betreft logistiek en transport onder gecontroleerde temperatuur. Om deze belangrijke verantwoordelijkheid te vervullen, beschikken wij over twee troeven: de toepassing van geavanceerde technologieën op onze uitrusting en ons collectief en individueel gedrag, op alle niveaus van het bedrijf.

# 3 VRAGEN AAN STÉPHANE LEFEBVRE, DIRECTEUR VOEDSELVEILIGHEID

## WAT ZIJN DE VERANTWOORDELIJKHEDEN VAN STEF INZAKE VOEDSELVEILIGHEID?

Wij hebben een resultaatverplichting en niet een middelenverplichting. Dit wil zeggen dat wij alles in het werk moeten stellen om de integriteit van de aan ons toevertrouwde voedingswaren te bewaren. Het begint allemaal met strikte controle tijdens de afhandeling en bij de aankomst: temperatuurcontrole, onderzoek van de staat van de goederen, de verpakking, de geur, controle van de houdbaarheidsdata en van de leesbaarheid van de elementen die zorgen voor de traceerbaarheid... Er mag niets aan het toeval overgelaten worden. Vervolgens is het aan ons om tijdens de opslag en het transport de optimale bewaaromstandigheden te verzekeren met gecontroleerde temperaturen die aangepast zijn de verschillende assortimenten zodat wij de consument een voedingsmiddel kunnen aanbieden dat geen schade heeft opgelopen. En ook al zijn wij slechts één stap in de keten, toch zijn wij ons bewust van onze verantwoordelijkheden. Wij werken samen met de hele voedselketen,



« Wij doen geen water bij de wijn als het aankomt op voedselveiligheid. »



producenten, fabrikanten en afnemers natuurlijk, maar ook met onze collega's, vakbonden en verenigingen. Samen hebben wij bijvoorbeeld een gids van best practices opgesteld voor onze activiteiten. En uiteraard delen wij onze eisen ook met onze voertuigleveranciers, koelgroepen en natuurlijk onze onderaannemers en partners.

## HOE VOORKOMT EN ONTDEKT U PROBLEMEN?

Hoewel wij op dit gebied al lang over de instrumenten en beproefde knowhow beschikken, blijven wij onze processen verbeteren en tegelijkertijd ons energieverbruik onder controle houden. Wij testen en implementeren innovatieve systemen voor realtime bewaking en waarschuwing om risicovolle situaties op te sporen. Wij kunnen bijvoorbeeld de temperatuur van elke koelruimte en de locatie van onze voertuigen registreren. Wij verhogen onze normen elke dag: wij werken nu aan algoritmes om het effect van temperatuurschommelingen in de voertuigen op de voedingsmiddelen te voorspellen rekening houdend met het aantal leveringspunten en de buitentemperatuur.

## HOE KUNT U VOEDSELVEILIGHEIDSGEDRAG BETER AANMOEDIGEN BINNEN DE GROEP?

Wij zijn uitgerust met technologie, maar het menselijk gedrag blijft het belangrijkste. Het is van fundamenteel belang om een systeem van gedeelde waarden, overtuigingen en normen te ontwikkelen, dat een positieve invloed heeft op de mentaliteit en het gedrag van al onze operatoren wat betreft voedselveiligheid. Wij ontwikkelen bewustmakings- en opleidingscampagnes op alle niveaus en rekenen daarbij vooral op e-learning om zoveel mogelijk werknemers te bereiken, inclusief onze chauffeurs. ●

# ONDERZOEK OM DE VOEDSELVEILIGHEID TE VERBETEREN

**O**nze Groep start samen met het laboratorium GRePS (Groupe de Recherche en Psychologie Sociale), verbonden aan de Université Lumière Lyon 2, een actieonderzoeksproject naar de voedselveiligheidscultuur. Sinds februari is Lucille Topin, doctoraatsstudente in de arbeidspsychologie, bij de Groep in dienst om een proefschrift uit te voeren onder toezicht van Sabrina Rouat (docente-onderzoeker arbeidspsychologie) en Sabine Caillaud (docente-onderzoeker sociale psychologie). Het doel is om een beter inzicht te krijgen in het werk van de verschillende spelers die betrokken zijn

bij de voedselveiligheid alsook in de uitdagingen die deze eisen voor elk van hen inhouden. Het proefschrift zal de basis vormen van de samenwerking aan een experiment om proactieve praktijken te ontwikkelen, die niet alleen door de na te leven procedures worden bepaald, maar ook door een systeem van waarden en normen die de spelers in acht nemen. Deze samenwerking maakt deel uit van de wil van de onderzoekers van de universiteit om zich in de praktijk in te zetten en oplossingen te vinden voor praktische problemen die zich voordoen bij het werken aan de ontwikkeling van organisaties en individuen. ●

Samenwerken  
aan  
experimenten  
om proactieve  
praktijken te  
ontwikkelen







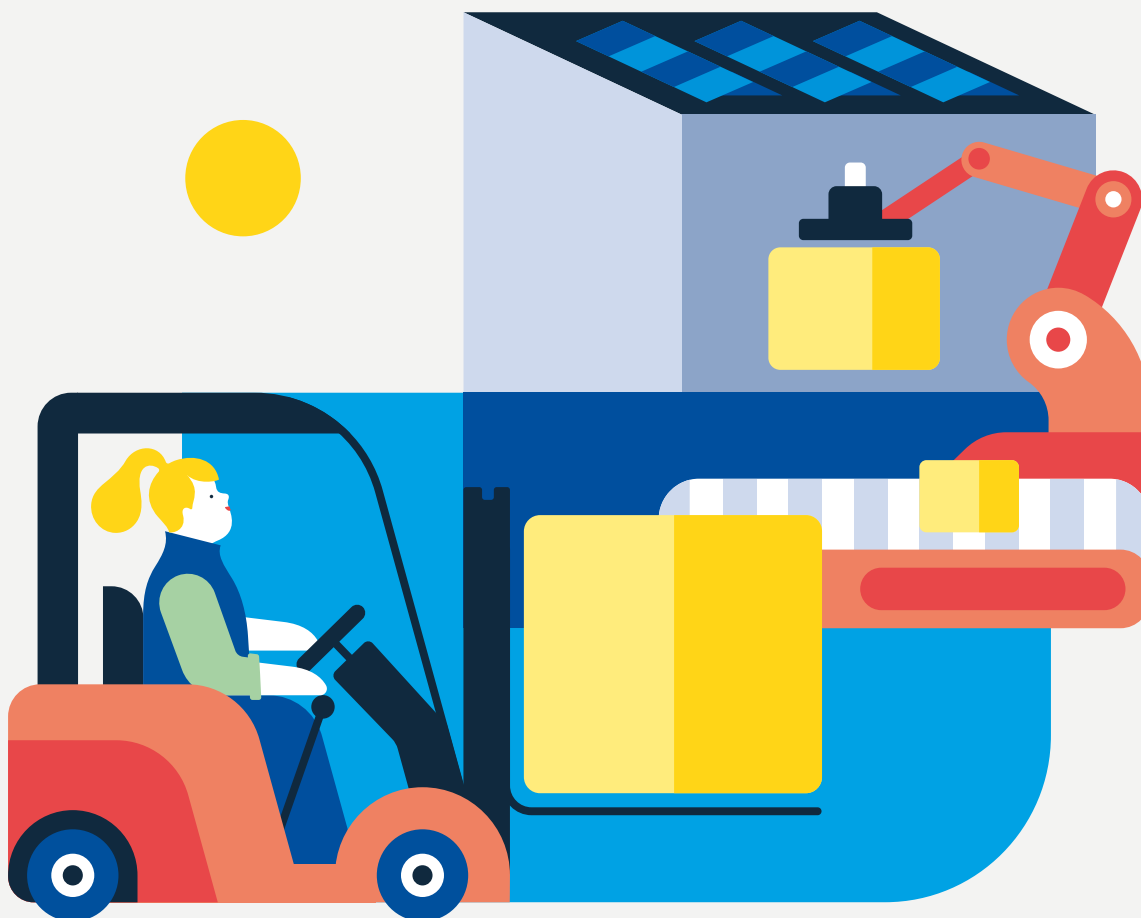
# **CONTROLE OVER DE KOUDEKETEN, DAAR GAAT HET OM.**

Consumenten toegang garanderen tot gevarieerde  
en lekkere voeding is onze missie.  
Voeding veilig opslaan, verpakken en vervoeren,  
is onze knowhow.

**STEF** 

# INNOVATIE

# INNOVATIE, EEN BELANGRIJKE HEFBOOM



**DE GESCHIEDENIS VAN ONZE GROEP** is nauw verbonden met de innovaties die de geschiedenis van de supply chain van verse en diepgevroren voedingsmiddelen hebben veranderd. Terwijl wij al 100 jaar innoveren om de ontwikkeling van onze klanten en de veranderingen in hun sector te ondersteunen, hebben wij in 2020 besloten om onze aanpak te structureren om de nieuwe economische, maatschappelijke en ecologische uitdagingen van onze sector aan te gaan. Bij deze daadkrachtige aanpak, die nu op groepsniveau wordt beheerd, zijn alle afdelingen betrokken, zowel de operationele directies als de ondersteunende functies. Het is bedoeld om beter te voldoen aan de verwachtingen van onze collega's en onze klanten. Door middel van onze innovaties willen wij de aantrekkelijkheid en het leadership van onze Groep verder ontwikkelen.

# 3 VRAGEN AAN LAURENCE PICOT, DIRECTRICE TRANSFORMATIE EN INNOVATIE

## WAT IS DE ROL VAN INNOVATIE BIJ STEF?

Innovatie is geen doel op zich. Innovatie, dat is in de eerste plaats iets nieuws dat waarde toevoegt voor het bedrijf, de werknemers, de werknemers, de klanten en, in het algemeen, de samenleving. En het is tevens een hefboom om onze strategische ambitie te bereiken. Om ons op lange termijn te onderscheiden van de andere spelers in de sector moeten wij nieuwe aanbiedingen bedenken, nieuwe manieren van intern werken, van samenwerken met externen en van het vinden van nieuwe prestatiebronnen. Hiertoe moeten wij collectief leren om de dagelijkse productieactiviteiten te verzoenen met innovatieprojecten. Onze aanpak is gebaseerd op twee dynamische stromen: geplande innovatie met grootschalige projecten en participatieve innovatie waaraan iedereen kan deelnemen via lokale initiatieven.

## WIE KAN DEELNEMEN AAN DE INNOVATIE BIJ STEF?

Innovatie gaat iedereen aan. Iedereen kan eraan deelnemen naargelang de interesse en functie: observeren wat er gebeurt in andere sectoren, veelbelovende thema's identificeren, ideeën voorstellen, innovatieve oplossingen bedenken, samenwerken met onze leveranciers, oplossingen testen en helpen om de uitgevoerde initiatieven te verbeteren en te verspreiden. De Directie Transformatie en Innovatie en hun aanspreekpunten in elke gebied zijn er om alle vragen te beantwoorden en om iedereen te helpen een plaats te vinden in het proces.

« Innoveren, dat is de  
Groep voorbereiden  
op de toekomst. »



« Innovatie gaat  
iedereen aan. »

## DE AANPAK WERD TWEE JAAR GELEDEN GELANCEERD, WELKE VOORUITGANG IS ER SINDSDIEN GEBOEKT?

Het doel voor het eerste jaar was de juiste voorwaarden te scheppen voor de ontwikkeling van innovatie, dit wil zeggen de belemmeringen wegnemen, energie vrijmaken, uitleggen dat innovatie niet alleen mogelijk is maar ook verwacht wordt. Door vervolgens de eerste innovatie, challenges en -initiatieven te begeleiden, konden wij onze projectmanagementmethodes aanpassen en onze standpunten collectief veranderen, discussiëren over het leerproces en onze prioriteiten verduidelijken. Geleidelijk aan zagen wij de eerste projecten en realisaties opduiken en verwezenlijkt worden. Zo konden wij in september 2022 de eerste innovatieprijzen uitreiken. ●



# INSPIRATIEBRONNEN VOOR INNOVATIE

**D**e innovatieprijzen werden uitgereikt aan vier veelbelovende projecten die werden gekozen uit talloze projecten die zijn ingediend op ons platform voor innovatiebeheer, dat door al onze werknemers geraadpleegd kan worden. Om initiatieven binnen de Groep te blijven stimuleren, richten wij ons op de winnaars.

## DE KLANTTEVREDENHEID EVALUEREN

Hoe kunnen wij de klanten waaraan wij leveren opnieuw centraal stellen en hun tevredenheid meten? Door een smartphone-app te creëren waarmee restauranthouders hun levering in realtime kunnen volgen en hun tevredenheid kunnen uiten via een beoordelingsschaal met vijf sterren. Het project wordt geleid door onze Business Unit RHD in samenwerking met onze digitale pool en getest bij een van onze klanten. Deze oplossing is ontstaan uit de recombinate van twee eerder ontwikkelde apps, met name voor Portugal. Concreet heeft de app vier functies: realtime opvolging van de leveringen met meldingen, luisteren naar de klant met evaluatie en opmerkingen, melding van problemen en leveringsscore.

## AANDOCKBEVEILIGING

Hoe kunnen we de veiligheid van de crossdock medewerkers en chauffeurs vergroten door gebruik te maken van het IOT - Internet of Things - en een nieuwe standaard voor de branche definiëren? De teams van de Technische Directie Voertuigen hebben een nieuwe oplossing gezocht voor het probleem van ongeplande vertrekken door samen te werken met twee carrosserieleveranciers. Hun oplossingen werden getest in twee vestigingen met veelbelovende resultaten, die aantonen hoe belangrijk het is om een nieuwe standaard binnen de branche te definiëren.

## ROBOTS TEN DIENSTE VAN DE VEILIGHEID

Hoe kunnen wij zowel de veiligheid van onze werknemers als de capaciteit van de copackingslijn verhogen? Door middel van robotisering! Deze oplossing, die binnen onze Business Unit TSA is geïmplementeerd met behulp van de Business Unit Verpakking en de directie activiteiten van de Groep, heeft niet alleen de veiligheid van de werknemers in de vestiging van Poupry, in Eure-et-Loir, verbeterd, maar ons ook in staat gesteld om onze productiecapaciteit te verhogen en zo beter te voldoen aan de behoeften van onze klanten.

## EEN ENERGY LAB PIONIER

Hoe worden wij een voorbeeld op het vlak van productie, opslag en verbruik van koolstofvrije energie? Via dit laboratoriumproject, dat alle vraagstukken in verband met energie tracht te onderzoeken en een breed scala van oplossingen op eenzelfde plaats tracht samen te brengen. Doel: onze kennis over de productie en het gebruik van koolstofvrije energie testen, onderzoeken en vergroten om bij te dragen aan onze energieonafhankelijkheid. Dit pioniersproject, dat in Madrid wordt beheerd door Blue EnerFreeze, onze dochteronderneming voor energie, maakt deel uit van onze MVO-aanpak. ●

## DE INNOVATIEPRIJZEN

- 1. STEF Connect**  
Olivier Langenfeld, Laure Miquel-Elcano, Alexandre de Suzzoni
- 2. Systeem tegen ongepland vertrek**  
Jean-Yves Chameyrat, Laurence Quéré, Jean-Marc Platero
- 3. Robots voor copacking**  
Angel Lecanda, Gaëtan Jacquemont, Loïc Bisme
- 4. Energy Lab**  
Laurence Picot, Vincent Kirklar, Alberto Bravo, Benjamin Dumont



1



2



3



4

ONZE WAARDEN

ENTHOUSIASME

RESPECT

BETROUW  
BAARHEID

PRESTATIES



**Publicatie**

Directie Communicatie – Céline Audibert – Catherine Marie

**Concept/Creatie/Redactie/Realisatie**



**Credits foto's**

© Clan d'Œil – © Maxime Riché/Omie & Cie – © Ph.Boulze – © Mat Beudet – © Lightbody  
Fototheek STEF – Shutterstock – © Rechten voorbehouden

**Afbeeldingen**

Gwladys Morey







Naamloze Vennootschap met een kapitaal van € 13.000.000  
Maatschappelijke zetel: 93, boulevard Malesherbes - 75008 Paris  
999 990 005 RCS Parijs

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