

SO STEF

Edizione 2023-2024



Le persone
prima di tutto

PAGINA 12

100%
soddisfazione dei clienti

PAGINA 26

Decarbonizzazione:
un punto di svolta

PAGINA 32

In tutta Europa, ci impegniamo quotidianamente per garantire a tutti l'accesso sicuro e sostenibile alla diversità alimentare.

In tutta Europa, i nostri team si mobilitano con entusiasmo e lavorano sempre meglio insieme.

In tutta Europa, le nostre attività e i nostri metodi si trasformano incessantemente per accompagnare lo sviluppo dei nostri clienti.

In tutta Europa, ci impegniamo a mettere in atto azioni adeguate e sostenibili per affrontare le sfide ambientali, sociali e societarie.

STEF è un gruppo in azione, ed è proprio questa la dinamica che vorremmo condividere con voi in questa nuova edizione della rivista *SO STEF*.

Buon tour dell'Europa a tutte e a tutti!

INDICE

CHI SIAMO 02

**INTERVISTA
DOPPIA** 03

Prospettive, sfide,
strategie...

Stanislas Lemor
e Marc Vettard
ci parlano di STEF.



38

**LA PAROLA
AI CLIENTI** 21

**CUSTOMER
CARE** 26

Una cultura
dell'attenzione
che fa la differenza

**CONSUMER
CARE** 38

Tutti mobilitati
per la sicurezza
alimentare

INNOVAZIONE 42

Anticipare e
progettare il futuro

**LA PAROLA AI COLLABORATORI
E ALLE COLLABORATRICI** 06



PEOPLE CARE 12

Le persone
prima di tutto

PLANET CARE 30

Moving Green,
già 3 anni!
1 approccio, 4 obiettivi



CHI SIAMO

LA NOSTRA MISSION

L'impegno quotidiano dei nostri team garantisce a tutti l'accesso sicuro e sostenibile alla diversità alimentare.

IL NOSTRO POSIZIONAMENTO

Mettiamo in relazione gli attori del settore alimentare, dalla produzione alla distribuzione.

LE NOSTRE ATTIVITÀ

Trasporti, logistica, confezionamento.

IL NOSTRO PIANO STRATEGICO 2022-2026

"Impegnati per un futuro sostenibile" si articola attorno al Care con degli impegni concreti.

I NOSTRI VALORI

Entusiasmo, rispetto, rigore, performance.

+ di
20.000
clienti che si
affidano a noi

8
paesi europei

+ di **280**
sedi

+ di **7.000**
libretti di circolazione
(parco motrici e semirimorchi)

+ di **100**
anni di storia

4,4 MLD €
di fatturato
nel 2023

13.000
dipendenti
azionisti
del Gruppo
attraverso il Piano
di Risparmio
Aziendale

+ di
22.000
collaboratori
e collaboratrici
esperti e
appassionati

350 MLN €
nel 2023

*di investimenti nei nostri
strumenti operativi
e negli impianti di
produzione di energia
rinnovabile*

Quasi
4.000
nuove assunzioni
all'anno





AVERE IL PIACERE DI SCEGLIERE È ESSENZIALE.

Permettere a tutti di usufruire dei prodotti che più amano
fa parte della nostra missione.
Fare ciò ogni giorno, ovunque in Europa e in tutta sicurezza
fa parte del nostro know-how.

STEF 

INTERVISTA DOPPIA A STANISLAS LEMOR, PRESIDENTE E CEO, E MARC VETTARD, DIRETTORE GENERALE

Quali sono le vostre considerazioni sul Gruppo oggi?

STANISLAS LEMOR: Il nostro Gruppo sta andando molto bene, sia grazie al lavoro eccezionale dei nostri team che alla fiducia che ripongono in noi i

nostri clienti. In un mondo in continua evoluzione, continuiamo a crescere facendo leva sui punti di forza del nostro modello aziendale agile, performante e collettivo. Il nostro impegno per un futuro sostenibile continua a permeare tutte le nostre attività.



La portata e la profondità delle nostre trasformazioni hanno subito un'accelerazione significativa e i nostri progressi in merito ai cinque pilastri del nostro piano strategico sono molto incoraggianti.

MARC VETTARD: Il nostro Gruppo è cambiato radicalmente negli ultimi anni. Ne ha guadagnato in maturità, in apertura sul mondo esterno e sui nostri mercati. È diventato sempre più internazionale e fa un uso migliore delle nuove tecnologie e dell'innovazione. Infine, ci siamo impegnati collettivamente a svolgere un ruolo di rilievo nel rendere più virtuosa la filiera alimentare e nel far progredire il nostro settore.

Qual è il punto di forza di STEF?

S.L.: Io direi piuttosto i punti di forza di STEF! Innanzitutto i nostri team, appassionati del loro lavoro ed entusiasti della nostra missione di approvvigionamento dei consumatori. Possiamo contare su collaboratori e collaboratrici orgogliosi di sfoggiare i cerchi blu, la maggior parte dei quali sono anche azionisti del Gruppo. Poi, naturalmente, il fatto che possiamo sviluppare una strategia a lungo termine, che si traduce in importanti investimenti nei nostri strumenti operativi e nella trasformazione digitale delle nostre attività.

M.V.: A questo si aggiunge la nostra ambizione di servire i nostri clienti con un alto grado di competenza, in una logica di specializzazione che soddisfa le esigenze dei loro mercati. Infine, è bene menzionare la nostra copertura territoriale unica in Europa, che costituisce uno straordinario punto di forza a sostegno della promessa fatta a ciascuno dei nostri clienti ogni giorno dell'anno.

Quali sono, a vostro avviso, le prossime sfide commerciali e di Responsabilità Sociale d'Impresa del Gruppo?

S.L.: Dal punto di vista commerciale, ora abbiamo una forte presenza nel Nord Europa, ancora di più dopo le due recenti acquisizioni in Belgio e nei Paesi Bassi. Questo dislocamento geografico implica l'integrazione di una cultura anglosassone in un Gruppo storicamente più latino. La nostra prima sfida consisterà quindi nel trarre il meglio da ognuna di queste due culture.

M.V.: Per quanto mi riguarda, la sfida commerciale sarà portare la nostra rete europea a una piena maturità, ovvero armonizzare le nostre organizzazioni e le nostre offerte in modo da poter supportare i nostri clienti nel loro sviluppo, indipendentemente dal territorio in cui desiderano operare.

S.L.: Per quanto riguarda le sfide di RSI, la portata è immensa e il nostro impegno deve essere costante. Penso, ovviamente, ai nostri continui sforzi nella lotta contro il riscaldamento globale. A questo proposito, abbiamo elaborato un ambizioso piano di investimenti per la transizione energetica, che va dalla produzione di energia verde all'acquisto di materiali a combustibili alternativi, promuovendo pratiche di efficienza energetica per le nostre attività. Siamo tutti molto attivi.

M.V.: Per quanto riguarda gli aspetti sociali e societari, abbiamo intrapreso dei passi importanti in termini di inclusione, diversità di genere all'interno dei nostri team e qualità della vita sul lavoro, arricchendo così il nostro modello di business. Ogni giorno, cerchiamo di creare



un ambiente di lavoro rispettoso e inclusivo affinché i nostri collaboratori e le nostre collaboratrici possano crescere e mettere a frutto tutti i loro talenti. È questo che vuol dire essere un'azienda responsabile.

In generale, di cosa siete più orgogliosi?

S.L.: Il nostro Gruppo ha appena iniziato un nuovo capitolo della sua storia. Ci siamo focalizzati sul nostro core business proponendo soluzioni lungimiranti per le nostre attività dismesse. Questo ci ha permesso di concentrarci pienamente sul nostro

ruolo di pure player dei prodotti alimentari a temperatura controllata, il settore in cui siamo più forti, e di proiettarci verso nuove ambizioni.

M.V.: La storia del nostro Gruppo narra un'avventura collettiva unica e il mio più grande motivo d'orgoglio è aver avuto la possibilità di farne parte. Oggi contiamo più di 22.000 collaboratori e collaboratrici in ben otto paesi europei e, a prescindere dalla posizione lavorativa, ci teniamo tutti a far parte di questa storia e a garantirne la continuità. ●

UN NUOVO ARRIVATO CON 17 ANNI DI ESPERIENZA

RAPHAËL FURLER CARRELLISTA, MÖHLIN, SVIZZERA

Due anni fa, Frigosuisse è entrata a far parte di STEF. Il suo magazzino di 19.000 m², situato a Möhlin, offre una capacità di stoccaggio di 33.000 pallet di surgelati.

Un'opportunità per conoscere un nuovo collega del Gruppo. "Sono cresciuto a Saint-Louis, al confine tra Francia e Svizzera, e dopo qualche anno da apprendista sono finito nella logistica. Sono passati ben 17 anni. Abito ancora nella

regione, a Bartenheim, vicino a Mulhouse, e sono quello che viene definito un lavoratore transfrontaliero."

Raphaël Furler è una di quelle persone che parlano poco, ma il giusto. "Nel magazzino dove gestiamo prodotti conservati a -25°C, sono un carrellista. Ho anche un'altra specialità: Anlagenführer.

È un termine svizzero che significa che sono coinvolto nel controllo del funzionamento

di questo magazzino semi-automatizzato. Per poterlo fare, ho seguito una formazione interna, durante la quale ho acquisito le conoscenze necessarie per diagnosticare e risolvere i problemi delle macchine prima di chiamare il servizio tecnico. Questa è una garanzia di efficienza per il team." Riguardo all'ingresso dell'azienda nel Gruppo STEF, Raphaël fa un'analisi molto

pragmatica:

"Per noi è un'opportunità per essere ancora più solidi economicamente in un mondo turbolento. Abbiamo imparato a lavorare insieme, mettendo a frutto le nostre qualità e la nostra organizzazione." È interessato alle opportunità di carriera all'estero del Gruppo? "Perché no, ma partiamo dalle basi, cioè dall'ultimare l'integrazione con STEF."

MAGDA PERALTA
RESPONSABILE
SICUREZZA-
QUALITÀ-AMBIENTE,
LISBONA, PORTOGALLO

Incontrare Magda Peralta significa lasciarsi trasportare dall'energia altamente comunicativa di una donna influenzata da diverse culture. Quella della Francia, dove è nata, e del Portogallo, dove vive dall'età di 12 anni. "Sono cresciuta a Colmar e quando parlo francese, lo faccio con un accento alsaziano", dice ridendo. Quella dell'industria, dove ha trascorso gran parte della sua carriera professionale, e dei servizi, da quando è entrata a far parte di STEF. "La mia esperienza nelle miniere, nei mattatoi e nell'industria siderurgica mi ha trasmesso una vera e propria cultura della sicurezza di squadra." Da poco più di un anno Magda è Responsabile Sicurezza, Qualità e Ambiente a Lisbona, dove incarna da sola tre dei quattro pilastri Care del piano strategico di STEF. Beh, non proprio da sola, visto che è a capo di un team di otto persone.

"Questa posizione è un esperimento pilota all'interno del Gruppo. Facilita la stesura dei rapporti, il processo decisionale e l'attuazione delle azioni. Si tratta di un sistema integrato, il che significa che ogni azione intrapresa deve considerare il suo impatto su tre pilastri Care: people, customer e planet. Per costruire il team, ho scelto di affidarmi a operatori e tecnici esperti che avevano trascorso la loro carriera all'interno di STEF." Il successo più recente è che il team ha appena dotato i suoi 500 collaboratori e collaboratrici portoghesi di Team 24. Si tratta di un'applicazione di uso quotidiano che, tra le altre cose, offre consigli su uno stile di vita sano e un supporto psicologico alle persone che ne hanno bisogno. "Il mio mantra è che tutto deve partire dal benessere dei collaboratori e delle collaboratrici."

APPASSIONATA E APPASSIONANTE



LA PAROLA AI COLLABORATORI E ALLE COLLABORATRICI

PARTNER PRIVILEGIATA DEI TEAM

LAURA DEFREL RESPONSABILE RISORSE UMANE SAINT-OUEN-L'AUMÔNE, FRANCIA

"Gli uomini e le donne sono il cuore pulsante di STEF."

Non è uno slogan pubblicitario, ma la convinzione di Laura Defrel, che da quasi 20 anni lavora nelle risorse umane. *"Tutto è iniziato quando ho incontrato una professionista delle risorse umane a un job dating. La sua visione del lavoro e del rapporto con gli altri mi ha entusiasmata."* Dopo una lunga esperienza da IKEA,

è arrivato il Covid e ha portato con sé un periodo di introspezione durante il quale, dice, ha sentito il bisogno di trovare nuovi stimoli. *"Sono stata contattata su LinkedIn da STEF e poche settimane dopo sono entrata a far parte del Gruppo. Dopo aver definito nuovi piani di riferimento, l'avventura è iniziata."* Laura è attualmente Responsabile delle risorse umane a Saint-Ouen-l'Aumône

per una nuova filiale di 120 collaboratori dedicata a una catena della grande distribuzione.

"Da quando ha aperto nell'ottobre del 2023, a livello sociale il lavoro è stato entusiasmante e mi ha posto di fronte a molteplici sfide. Accompagniamo i nostri team nel corso della trasformazione sociale e organizzativa e riflettiamo su nuove modalità per sostenere l'aumento delle prestazioni della filiale,

cercando di costruire un dialogo e un clima sociale sereno. Sono felice di poter vedere che la dimensione risorse umane cresce internamente di giorno in giorno. Le persone, i processi, le mentalità... tutto fa evolvere il nostro settore e il modo in cui viene visto", conclude Laura, che ha anche preso parte al gruppo di lavoro dedicato alla nuova campagna di employer branding del Gruppo.

UNA CARRIERA GRAZIE ALLA FORMAZIONE INTERNA

CLAUDE GEENENS CONSULENTE PER LA PREVENZIONE, TUBIZE, BELGIO

"Ho iniziato 26 anni fa come autista a Zellik, nella regione di Bruxelles. Dopo quattro anni, avevo voglia di essere maggiormente coinvolto nella vita aziendale. L'ho comunicato ai miei superiori, i quali mi hanno ascoltato, mi hanno dato fiducia e mi hanno offerto una formazione adeguata. Questo ha cambiato la mia carriera e ne sono grato a STEF." Claude Geenens è diventato quindi formatore di autisti, poi consulente tecnico per i veicoli, le filiali e infine, a livello globale, per la qualità e la sicurezza. Oggi è un consulente per la prevenzione di livello 1 (esperto), ossia l'equivalente di una laurea specialistica nella formazione universitaria convenzionale. Un lavoro che lo porta ad operare nelle cinque filiali belghe di STEF. "Il mio ruolo consiste nell'esaminare la conformità delle

decisioni prese con gli standard e i regolamenti esistenti, e, ad oggi, posso tracciare un bilancio molto positivo di tutte le azioni intraprese. Dal miglioramento dei processi all'analisi delle risorse tecniche e umane, tutto ha portato a un vero e proprio approccio preventivo, sia in termini di sicurezza che di benessere dei collaboratori e delle collaboratrici." Claude fa parte della rete di consulenti per la prevenzione di STEF, che si sta espandendo in tutta Europa, e lavora spesso in collaborazione con i suoi colleghi. L'ultima sua grande conquista è la nuova attrezzatura da lavoro. "Credo fermamente che tutti abbiano la possibilità di avere successo. Ho colto un'opportunità quando mi si è presentata e voglio trasmettere questo spirito ai miei colleghi più giovani."



LA PAROLA AI COLLABORATORI E ALLE COLLABORATRICI

PASSIONE PER LA PROPRIA PROFESSIONE

AUDREY RINGUET AUTISTA E ISTRUTTRICE, ANGERS, FRANCIA

"Mi è sempre piaciuto guidare. Quando ero giovane, la mia migliore amica abitava a cinque minuti da casa mia. Eppure mi piaceva fare delle deviazioni e metterci un'ora per arrivare da casa sua a casa mia. È curioso come nasce una passione." Audrey Ringuet si è unita a STEF Angers alla fine del 2018 per conseguire la qualifica professionale

di autista nel settore trasporto merci su strada. Fa parte di un team di 60 autisti, composto da 57 uomini e 3 donne. *"All'inizio può spaventare, ma mi hanno fatto sentire la benvenuta e, soprattutto, ho ricevuto una buona formazione e il sostegno del mio tutor Christian."* Da un anno, Audrey ha aggiunto un altro tassello alle sue capacità e ha

iniziato a occuparsi di formazione, diventando istruttrice. *"Mi piace assistere i neoassunti, aiutare i miei colleghi ad adottare una guida ancora più responsabile e, in generale, scambiare idee su come applicare le migliori pratiche."* La strada e le relazioni umane, sono queste le due passioni di Audrey. Quando fa i suoi giri di circa 300 km con

la sua playlist preferita in sottofondo, le piace incrociare le "dolci faccine" sedute sul retro delle auto dei genitori e vedere che la salutano. *"Mi rivedo in loro qualche anno fa."* E se si chiede ad Audrey come si vede in futuro, lei risponde senza pensarci due volte: *"Da STEF, sempre ad Angers, perché mi piace e continuo a imparare all'interno di un ambiente positivo."*

**SIMON GONZALEZ
MARTIN**
DIGITAL CHAMPION,
MADRID, SPAGNA

“La tecnologia e l’innovazione sono sempre state due mie grandi passioni”, afferma Simon Gonzalez Martin, nato nel 1978, un geek ante litteram. “Dopo aver studiato informatica, sono entrato a far parte di STEF Spagna all’inizio degli anni 2000, proprio quando internet stava prendendo piede. Si può dire quindi che sono cresciuto con il digitale e con tutte le possibilità che offriva all’azienda.” Nato e cresciuto a Madrid, Simon ha iniziato a lavorare da STEF come tecnico di supporto informatico, per poi passare rapidamente allo sviluppo web come parte del team IT. Ha progettato un’applicazione mobile per gli autisti spagnoli, che ora viene utilizzata in tutto il Gruppo. “Nel 2023 sono diventato digital champion, ovvero la forza trainante

e il catalizzatore di tutti i progetti di trasformazione digitale del paese. Il mio ruolo consiste nell’osservare le tendenze e condividerle con i team, nonché nel soppesare le idee che emergono dalle funzioni di supporto o dalle filiali. Sostengo i progetti digitali, da qualsiasi parte provengano, dal reparto finanziario ai responsabili di banchina. E non sono solo, perché sono entrato a far parte di una comunità di digital champion che sta crescendo in tutti i paesi e nelle business unit europee del Gruppo. Così, ci scambiamo continuamente idee. C’è ancora molto da sviluppare per rendere il digitale utile all’azienda e, soprattutto, facile da usare per i collaboratori e le collaboratrici”, conclude Simon, che ama semplificare le cose complesse per gli altri.

SEMPLICEMENTE UN DIGITAL CHAMPION





LE PERSONE PRIMA DI TUTTO

Come si fa a differenziare o a prediligere un candidato rispetto a un altro in un contesto competitivo? 40 collaboratori e collaboratrici di STEF hanno raccolto la sfida e hanno deciso di dedicarsi quotidianamente a temi diversi come la formazione, l'integrazione, il clima, l'uguaglianza professionale, la disabilità... nell'ultima campagna di employer branding del Gruppo, che sostiene gli ambiziosi obiettivi di assunzione per il 2024: ben 4.000! *"Animata da una salda convinzione, ovvero che da STEF le persone vengono prima di tutto, la nostra campagna ruota attorno alla vicinanza e all'impegno e riflette il modus operandi dei team e le motivazioni che li spingono a fare carriera",* spiega Cécile Avram, Direttrice dell'attrattività e dell'employer branding del Gruppo. *"Abbiamo anche optato per uno stile di comunicazione anticonformista, basato sulla complicità e sull'umorismo, che riesca ad essere accattivante e ad instaurare un legame speciale tra il nostro marchio e i suoi diversi pubblici."* Il Gruppo ha deciso di fare le cose in grande con un'ampia diffusione multi-canale (social network, pubblicità sulla stampa cartacea, cartelloni pubblicitari, ecc.).



“ Impegno totale!

Lavoro da Blue EnerFreeze, la divisione energia del Gruppo. Una delle nostre missioni principali è la produzione di energia rinnovabile, con l'installazione di centrali fotovoltaiche e, nel prossimo futuro, di un parco eolico. Sono orgogliosa di aver prestato il mio volto a questa nuova campagna di employer branding e di incarnare l'impegno di STEF nel ridurre la sua impronta di carbonio. Bicipiti bene in vista, pugno alzato, aria di conquista nell'obiettivo del fotografo: in questa foto da supereroina immortalò la mia determinazione e quella di tutto il Gruppo. ”

Anne Delteil, Responsabile comunicazione e marketing, Blue EnerFreeze

Il risultato? Da giugno 2023 hanno visto la campagna 25 milioni di persone! *"Siamo orgogliosi di poter mostrare che STEF è un'azienda inclusiva, che parla a tutti singolarmente, sa accogliere tutti i profili, si impegna a raggiungere i suoi obiettivi e offre opportunità immediate di lavoro."* Benvenuti fra noi! ●



**STEF NON HA ETÀ,
E NON BADA ALLA TUA.**

Pensi che non ci sia un'età giusta per farcela? Allora ti diamo il benvenuto in STEF! Che tu voglia passare tutta la carriera al nostro fianco o unirti a noi a qualsiasi età, da noi c'è posto per te. La nostra ambizione è formarti e farti crescere! Eh sì, lavorare in STEF è proprio bello.

STEF 

LA DIVERSITÀ DI GENERE IN “AZIONE”

Sono 77 i volontari impegnati da un anno a questa parte a favore della diversità di genere all'interno del Gruppo. Questi collaboratori e collaboratrici STEF hanno già sensibilizzato i loro colleghi in più di un terzo delle sedi del Gruppo in Europa. Francesi, portoghesi, italiani, spagnoli e belgi, i MIX'UPers prendono il nome dal programma MIX'UP lanciato nel 2022 per promuovere la diversità di genere e l'uguaglianza professionale tra uomini e donne. Obiettivo: aumentare il numero di donne



25%

in più di donne nella nostra forza lavoro entro il 2030, è il nostro obiettivo.

L'APPUNTAMENTO CON L'UGUAGLIANZA PROFESSIONALE

Oltre alla sensibilizzazione all'interno del Gruppo, vengono organizzati "incontri sull'uguaglianza professionale" con accademici, giornalisti specializzati e membri dell'Haut Conseil à l'Égalité (Alto consiglio per l'uguaglianza tra uomini e donne), per mettere nella giusta prospettiva le sfide della diversità di genere e dell'uguaglianza professionale nelle aziende e nella società contemporanea. ●

nella nostra forza lavoro del 25% entro il 2030. "Questa rete interna diversificata è unica e molto attiva. L'obiettivo è cambiare le regole e promuovere il progresso sociale", spiega Laurent Malfettes, direttore della business unit surgelati in Francia e coordinatore della rete.

"I MIX'UPers svolgono questo lavoro essenziale durante le loro attività professionali. Ogni membro è stato formato e attrezzato per svolgere delle attività di sensibilizzazione, talvolta con un approccio ludico. L'obiettivo è anche demolire alcune idee preconcette. La diversità di genere non è un problema di diversità qualsiasi." I MIX'UPers, che generalmente lavorano in coppia, sono supportati durante l'anno da comitati direttivi regionali che ascoltano i feedback dal campo, misurano i progressi e condividono le migliori pratiche. ●



“ Questa rete interna diversificata è unica e molto attiva. ”

Laurent Malfettes, Direttore della business unit surgelati in Francia e Coordinatore della rete MIX'UPers



FORMAZIONE PER TUTTI

La formazione è un investimento estremamente prezioso per STEF, i suoi collaboratori e le sue collaboratrici. Il contesto sociologico del lavoro ce lo ricorda quotidianamente. Il ritmo del cambiamento sta accelerando (digitalizzazione, sviluppo sostenibile, ecc.), emergono continuamente nuove professioni, i dipendenti vogliono avere opportunità di sviluppo attraverso percorsi di carriera personalizzati e le aziende vogliono fidelizzarli, dato che le risorse sul mercato sono sempre più rarefatte. *“La cultura della formazione è sempre stata forte all’interno del Gruppo e continuiamo ad arricchire la nostra offerta”*, afferma Céline Luc, Responsabile della gestione dei talenti e della formazione del Gruppo. *“Proponiamo corsi di formazione solidi e di alta qualità adatti a tutti, a ogni livello e in ogni paese. Li progettiamo sfruttando le nostre competenze interne o in collaborazione con strutture esterne come le business school.”*

Un’ampia offerta di programmi

Oggi ne esistono di diversi tipi. Corsi di formazione per preparare i nostri collaboratori alle loro nuove mansioni, come quelli sviluppati all’interno dell’Institut des Métiers du Froid dal 2006 o i campus aziendali (Tech Campus, Sales Campus). Altri programmi, della durata di alcuni mesi, sono pensati per supportare lo sviluppo di percorsi di carriera e contribuire alla costruzione di una cultura condivisa (percorso team leader o, più recentemente, percorso futuro direttore di filiale, ecc.) Inoltre, sosteniamo gradualmente i collaboratori che desiderano cambiare professione all’interno del Gruppo permettendo loro di beneficiare di diverse formazioni, come ad esempio la patente di guida. Infine, tutti i collaboratori e le collaboratrici ricevono una formazione sugli sviluppi sociali, con particolare attenzione all’ambiente e alla diversità. *“Ogni dipendente deve poter trovare il proprio posto all’interno dell’organizzazione e fare carriera se lo desidera. Questo può spaziare dalla certificazione CléA1 per i gruppi più vulnerabili fino un programma di formazione in collaborazione con HEC per i dirigenti di alto livello.”* ●

1. CléA è una certificazione interprofessionale che offre un quadro di riferimento per garantire l’acquisizione di un nucleo di conoscenze e competenze comuni a tutti.



Ufficio di Lione, Francia.

IL PERCORSO DI FORMAZIONE PER DIRETTORI DI FILIALE CON SKEMA



“**Ho sempre desiderato diventare un manager stimolante,**

vale a dire in grado di ispirare le persone e di condividere una visione chiara che tenga conto dei cambiamenti della nostra epoca. Questo percorso mi fornirà gli strumenti e le idee necessari per supportare meglio i miei collaboratori e prevenire le sfide di domani. Mi permetterà anche di condividere le migliori pratiche interne con gli altri partecipanti e di creare una rete della quale potermi avvalere in futuro.”

Mohamed Dia, Direttore di filiale a Rungis, Francia



“**In un momento storico in cui l’agilità e la collaborazione sono essenziali,**

sono partita con il piede giusto nel mio nuovo ruolo grazie a questa formazione. Dopo 24 anni di lavoro all’interno di STEF, nel 2023 sono diventata Direttrice di filiale. Il percorso SKEMA mi ha aiutato a conoscermi meglio e a trovare il mio posto per progredire serenamente con il mio team e i clienti. È stata anche un’esperienza collettiva unica con i miei colleghi di tutte le business unit.”

Virginie Castigny, Direttrice di filiale ad Angers, Francia

RAFFORZARE LA CULTURA DELLA SICUREZZA, LA NOSTRA PRIORITÀ!

Garantire la sicurezza e condizioni di lavoro ottimali per tutti i nostri collaboratori e collaboratrici è una sfida importante per il Gruppo.

Tutte le nostre filiali in Europa condividono la stessa ambizione di prevenzione degli incidenti e miglioramento delle condizioni di lavoro. E i risultati si stanno facendo vedere: *“Negli ultimi cinque anni abbiamo trasformato il nostro approccio alla sicurezza da curativo a preventivo. Sulla scia di questa trasformazione, siamo riusciti a ottenere un costante miglioramento dei nostri risultati in Francia”*, afferma David Bally, Direttore della business unit GDO in Francia e Coordinatore del comitato direttivo francese per la salute, la sicurezza e le condizioni di lavoro (SSCL) per i prossimi tre anni. Questo comitato è composto dal comitato direttivo Francia e dagli esperti SSCL del Gruppo e della Francia. Concretamente, è stato firmato un primo impegno nazionale alla fine del 2022, che coinvolge la rete delle CARSAT (*Caisse d'Assurance Retraite et de la Santé au Travail*) e della CRAMIF (*Caisse Régionale d'Assurance Maladie d'Île-de-France*)

riguardo i nostri 17.000 dipendenti in Francia. Abbiamo strutturato le nostre azioni attorno a tre obiettivi: limitare i fattori di rischio di comparsa di disturbi muscoloscheletrici legati alla manutenzione manuale, ridurre l'incidenza di incidenti gravi e rafforzare la cultura SSCL. Per raggiungere questi obiettivi, abbiamo definito indicatori di monitoraggio e piani d'azione in ciascuna delle nostre business unit in Francia. Abbiamo anche effettuato dei test su una serie di attrezzature progettate per migliorare le condizioni di lavoro e ridurre la fatica. È in questo contesto che è stato progettato un tavolo di livellamento “made in STEF” per livellare i pacchi (tra 80 cm e 1,2 m) movimentati dagli operatori. Testato in tre business unit in Francia, è ora in fase di industrializzazione in vista di una più ampia diffusione nei prossimi mesi. Infine, è bene ribadire che il rafforzamento della cultura SSCL è una priorità per la direzione. *“Il coinvolgimento degli uomini e delle donne del nostro Gruppo in termini di SSCL ci unisce e rafforza la nostra cultura della sicurezza.”* ●



“**Negli ultimi cinque anni abbiamo trasformato il nostro approccio alla sicurezza da curativo a preventivo.**”

David Bally, Direttore della business unit GDO in Francia e Coordinatore del comitato direttivo francese per la salute, la sicurezza e le condizioni di lavoro



Mouctar Alhadj Moussa, Addetto alla preparazione degli ordini a Saint-Pierre-des-Corps, Francia.

LA DISABILITÀ NON È UN FRENO ALLE PRESTAZIONI



Da sinistra a destra: Carine Decourcelle, Addetta alla produzione, Hanissa Elmir, team leader, Angélique Feneuille, Addetta alla produzione presso Dyad.

Ci teniamo a garantire che ogni persona possa trovare il proprio posto all'interno del Gruppo, per questo da oltre 15 anni la disabilità rappresenta una delle nostre priorità.

Nel 2022 abbiamo sottoscritto il nostro sesto accordo con le parti sociali riguardante l'inserimento e il mantenimento lavorativo delle persone con disabilità e la sensibilizzazione dei team sui temi della disabilità nel corso dell'anno.

Abbiamo incontrato Thieffaine Buys, che lavora per Dyad, la nostra filiale accreditata Entreprise Adapté (in cui più della metà dei dipendenti ha una disabilità), a Flers-en-Escrebieux, nel nord della Francia. *“Ho solo 28 anni e ho già vissuto due diverse vite in età adulta. La prima è stata interrotta da un incidente stradale quando avevo 22 anni. Facevo il militare nel reggimento paracadutisti di Tarbes, e*

mi piaceva molto. Ora sono determinato a riprendermi in mano la mia seconda vita e impiego tutte le mie energie per raggiungere questo obiettivo.”

Thieffaine ha deciso di ricominciare a studiare per diventare Assistente alle risorse umane. È entrato da Dyad, un'azienda con 130 collaboratori e collaboratrici, di cui il 55% sono lavoratori disabili, prima con uno stage e poi con un contratto di alternanza scuola-lavoro. *“Sono stato riconosciuto come lavoratore disabile e, anche se il mio lavoro non richiede adattamenti particolari (a livello di sedia, ufficio, ecc.), benefico di certe disposizioni organizzative e godo di una completa libertà di movimento (pause, passeggiate) durante la giornata.”* Primo della classe e assunto infine a tempo indeterminato, Thieffaine ha scritto una tesi sulla qualità della vita e sulle condizioni di lavoro e ha tante idee per il futuro. ●

7,65%

È il numero di collaboratori con disabilità in Francia alla fine del 2022.



“**Ciò che mi ha attratto del lavoro di Assistente alle risorse umane è stata l'opportunità di agire a favore dell'inclusione.**”

Thieffaine Buys,
Assistente alle risorse umane, Dyad



Sentirsi meglio nel proprio corpo con Major Mouvement!

Grazie alla sua nota esperienza in materia di salute sui social network, Major Mouvement fornisce consigli ai collaboratori e collaboratrici su come combattere i disturbi muscolo-scheletrici attraverso una serie di mini-video che sono stati girati nel sito di Allonnes, in Francia.

L'ACCELERAZIONE DELLA MOBILITÀ INTERNAZIONALE

Proseguendo il suo sviluppo in Europa, STEF ha dimostrato di avere un DNA veramente internazionale, in particolare nella gestione delle carriere. Negli ultimi anni, la mobilità internazionale ha subito una graduale accelerazione con l'attuazione di un programma di supporto specifico (corsi di lingua e di comunicazione interculturale, sostegno all'ambientamento, ecc.), ma l'obiettivo odierno è accelerare e sviluppare ancora di più i ponti all'interno del Gruppo. *“Non è un tema nuovo, ma sta diventando una vera e propria leva della nostra strategia aziendale, in quanto sostiene la nostra crescita esterna e facilita l'integrazione dei paesi in un'unica dinamica”*, spiega Céline Luc, Responsabile della gestione dei talenti e della formazione del Gruppo. *“La mobilità è anche un modo per i nostri collaboratori e le nostre collaboratrici di accelerare le loro carriere, sviluppando competenze e capacità di adattamento più rapidamente che se rimanessero nello stesso paese.”* A questo tema strategico corrisponde un forte impegno, dato che il comitato di gestione operativa, che comprende i dirigenti dei paesi e delle funzioni di supporto, ha appena lanciato un comitato internazionale per le carriere.



Un organismo preposto a identificare le persone con potenziale, discutere i profili dei candidati alla mobilità ed esaminare le missioni che potrebbero fare al caso loro con un piano d'azione condiviso. Tutte queste iniziative sono volte a raggiungere due obiettivi: fare il possibile per incoraggiare i nostri collaboratori e le nostre collaboratrici a considerare la mobilità internazionale e progettare il futuro del Gruppo. ●

8 paesi in cui è possibile richiedere la mobilità.



“Io l'ho sognato, STEF l'ha reso possibile!”

Nel 2020, il mio sogno è divenuto realtà! Sono diventato

Responsabile dei trasporti dei Paesi Bassi. Ho sempre voluto fare un'esperienza internazionale e scoprire nuovi modi di lavorare e di vivere. Sicuramente per via della mia storia personale, poiché sono nato in Vietnam e cresciuto in Francia, dove ho studiato e iniziato la mia carriera da STEF a Tolosa, tramite il Graduate Program. Sono felice di essere stato incoraggiato dai miei superiori e sostenuto dai team delle Risorse Umane, soprattutto nella fase di ambientazione. Io e la mia famiglia stiamo scoprendo una nuova vita, parlo fluentemente l'inglese e sto anche imparando l'olandese per integrarmi meglio. ☺☺

Antoine Trinh, Responsabile dei trasporti dei Paesi Bassi.



“I viaggi formano... la carriera.”

Sono italiana e ho studiato ingegneria a Parma, Granada

e Zurigo. Ho iniziato a lavorare da STEF in Italia, nell'ufficio progettazione di Parma, per poi proseguire con la mia prima esperienza a Lione nella DMG nel 2016. Sono ritornata in Italia nel 2020 come responsabile commerciale Key Account, prima di trasferirmi nuovamente a Lione nel 2022 e tornare nella DMG (Direzione Mestieri Gruppo). Questo percorso professionale europeo, che ho potuto costruire grazie a un atteggiamento proattivo e attento alle opportunità, mi ha dato molta soddisfazione. Ho molto apprezzato il supporto fornito dai team delle Risorse Umane volto a facilitare l'ambientamento e l'integrazione all'estero. ☺☺

Tatiana Martignoni, Project manager, DMG



I team della filiale di Nemours, in Francia.

OLTRE 30 ANNI DI AZIONARIATO DEI DIPENDENTI!

Da STEF, la partecipazione azionaria dei dipendenti è possibile dal 1993. Garantisce al Gruppo la sua indipendenza e coinvolge e motiva i suoi collaboratori e le sue collaboratrici. Un approccio pionieristico che è valso al Gruppo il premio “Coup de Coeur” in occasione del 30° anniversario della FAS (federazione francese delle associazioni di azionisti dipendenti ed ex dipendenti) lo scorso dicembre. I team sono orgogliosi di questo modello unificante, che rappresenta una leva in termini di performance economiche e sociali. Oltre il 70% del capitale di STEF è detenuto dal management e dai dipendenti, di cui il 18% dal fondo comune di investimento aziendale. Più di un dipendente su due, in tutte le categorie professionali e in tutti i paesi, è azionista del Gruppo attraverso questo fondo collettivo. *“L'azionariato dei dipendenti*

di STEF è un modo per consentire a tutti i collaboratori che lavorano quotidianamente all'interno del Gruppo di beneficiare dei frutti del loro lavoro e della crescita a cui contribuiscono. L'azionariato dei dipendenti è un modello avveniristico per lo sviluppo aziendale”, ha dichiarato Marie-Line Pesquidoux, segretaria generale del Gruppo, in occasione della consegna del premio “Coup de Coeur”. ●

+ del 70%
*del capitale di STEF
è detenuto dal management
e dai dipendenti.*



Da sinistra a destra: Hélène Mabit, Responsabile PEE di STEF, Loïc Desmouceaux, Presidente della FAS, Marie-Line Pesquidoux, Segretaria generale del Gruppo STEF, Olivier Paon, Direttore del Grand Prix FAS, alla consegna del premio “Coup de Coeur” per il 30° anniversario della FAS.



IMPEGNARSI SUL LUNGO TERMINE È ESSENZIALE.

Connettere efficacemente i produttori con i distributori
e i ristoratori fa parte della nostra missione.
Fare ciò sviluppando una relazione di fiducia durevole
fa parte del nostro know-how.

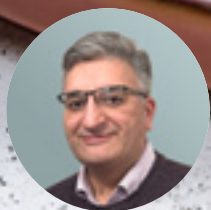
STEF 

LA PAROLA AI CLIENTI

ALI MOEEN-TAGHAVI RESPONSABILE LOGISTICA E STOCCAGGIO DI FRESHASIA

Nel 2008, Lan Jian, fondatore di Freshasia, si è posto una sfida: industrializzare la preparazione dei piatti tradizionali cinesi nel Regno Unito, nel rispetto delle norme sanitarie. Presto sono confluiti ordini di negozi e distributori di prodotti alimentari asiatici da tutta l'Europa continentale. "Nel 2019, quando i volumi sono diventati significativi, ci siamo rivolti a STEF per ottimizzare i nostri costi di trasporto e aumentare la nostra presenza in Europa", ricorda Ali Moeen-Taghavi, Direttore della logistica e dello stoccaggio di Freshasia. STEF importa gli ordini preparati dal Regno Unito e li spedisce ai clienti di Freshasia in Francia, nei Paesi Bassi, in Belgio, in Spagna e in Italia. Con la Brexit, tutto è cambiato. "Come tutti gli esportatori britannici, eravamo in alto mare riguardo alle nuove formalità doganali e sanitarie da espletare. Fortunatamente,

grazie alle competenze tecniche e linguistiche dei team STEF, nessun problema è irrisolvibile." Per evitare ritardi nelle consegne, si è deciso di stoccare i prodotti Freshasia destinati ai mercati dell'Unione Europea in grandi quantità presso la sede STEF di Beauvais e di preparare gli ordini in loco. Nel 2023, un nuovo traguardo: la creazione di un magazzino doganale a Beauvais, che funge anche da piattaforma logistica per i prodotti Freshasia importati direttamente dalla Cina. "In tre anni, il volume delle consegne gestite da Beauvais è triplicato e ora lavoriamo con STEF anche in Gran Bretagna e Irlanda del Nord. Grazie a questa partnership europea su misura e a una gamma completa di servizi, tra cui il trasporto nazionale e internazionale, i servizi doganali e lo stoccaggio, abbiamo la tranquillità per poterci concentrare sul nostro sviluppo."



**“CON STEF, ABBIAMO
LA TRANQUILLITÀ
PER POTER PENSARE
ALLO SVILUPPO”**

LA PAROLA AI CLIENTI



“UNA LUNGA COLLABORAZIONE TRA NOI E STEF”

MARIEN GAYNARD
VICE DIRETTORE GENERALE
RESPONSABILE DELLE OPERAZIONI,
MADEMOISELLE DESSERTS

“Mademoiselle Desserts è un'azienda leader in Europa nella produzione di pasticceria, impegnata a garantire, giorno dopo giorno, che ogni prodotto surgelato che lascia i nostri laboratori sia bello, gustoso, sano e sicuro. In quest'ottica, ovviamente, la logistica gioca un ruolo essenziale. La nostra collaborazione con STEF è infarcita di storie vissute insieme negli ultimi anni. È questo che rende la nostra partnership così ricca. Mademoiselle Desserts è cresciuta gradualmente attraverso l'acquisizione

di aziende che già collaboravano storicamente con STEF, come Tincques e Broons. Nel 2017, nell'ambito di un progetto di cooperazione industriale tra i nostri due gruppi, abbiamo costruito un nuovo laboratorio di produzione a Thenon, in Dordogna, come continuazione della filiale logistica di STEF, che disponeva di un ampio spazio inutilizzato. Mi viene in mente anche la faticosa operazione che abbiamo portato a termine nei nostri magazzini quando abbiamo cambiato il nostro sistema di

gestione degli ordini e delle scorte. Il team STEF hanno lavorato al nostro fianco per una settimana per sostenerci in questa trasformazione. La nostra storia comune continua con nuove sfide a sostegno della nostra crescita in Francia e a livello internazionale, con l'obiettivo di migliorare costantemente il nostro servizio ai clienti riducendo al contempo la nostra impronta di carbonio. Lavoriamo con STEF per la sua esperienza, sia nell'ottimizzazione dei flussi che nel ricorso a nuovi carburanti e materiali rotabili.”

ANTOINE WEIL FONDATORE DI STARWELL

Dal 2018, Starwell fa conoscere ai consumatori francesi nuovi prodotti alimentari e marchi leader nei loro paesi d'origine di bevande, alimenti dolci o salati, pasticceria industriale. Prodotti "esotici" per la Francia che passano attraverso le piattaforme STEF di Rouen e Orléans. "Quando abbiamo scelto STEF nel 2021, cercavamo un partner che potesse impegnarsi al nostro fianco a lungo termine. A fare la differenza sono state, ovviamente, le diverse competenze del Gruppo in termini di stoccaggio, preparazione degli ordini e consegna, ma anche il fatto di poter contare su un partner solido per soddisfare una clientela mutevole e complessa,

in un mondo altrettanto mutevole e complesso", spiega Antoine Weil, Fondatore di Starwell. "Possiamo realizzare il merchandising più bello del mondo, ma se i prodotti non sono sugli scaffali a tempo debito, è un disastro. Il lavoro logistico di STEF è invisibile per il consumatore, ma vitale per la catena economica della distribuzione. Apprezziamo il modo in cui i team STEF ci ascoltano e il fatto che facciano del loro meglio per offrire delle soluzioni ai diversi momenti di vita di Starwell, come ad esempio i nostri aumenti di volumi. Ci vediamo ogni settimana per scambiare idee e costruire un business comune."



**“IL LAVORO LOGISTICO
DI STEF È INVISIBILE
MA VITALE”**

LA PAROLA AI CLIENTI



“STEF È PARTNER DEL NOSTRO MIGLIORAMENTO CONTINUO”

WALTER VERMEER RESPONSABILE ECCELLENZA LOGISTICA, FRIESLANDCAMPINA

L'azienda lattiero-casearia olandese FrieslandCampina, uno dei leader mondiali del settore e di proprietà dell'omonima cooperativa, ha l'ambizione di nutrire meglio il mondo garantendo un buon tenore di vita a circa 15.000 allevatori soci. Da oltre 150 anni produce prodotti lattiero-caseari a valore aggiunto (bevande a base di latte, formaggio, panna, burro, alimenti per l'infanzia, ecc.) che vengono venduti in più di 100 paesi. *“Il principale vantaggio di STEF, per un'azienda*

delle nostre dimensioni, è la capillarità della sua rete di trasporti e magazzini, che consente di effettuare consegne efficienti a un'ampia gamma di clienti: reti di supermercati e ipermercati, ma anche ristoranti, bar e panetterie”, sottolinea Walter Vermeer, Responsabile dell'eccellenza logistica di FrieslandCampina. Un asset che, negli ultimi 15 anni, ha alimentato il graduale sviluppo della collaborazione tra FrieslandCampina e STEF. Iniziata in Francia, questa partnership si è ora

estesa alla Spagna, all'Italia e, da febbraio 2024, al Belgio. L'acquisizione da parte di STEF di Bakker Logistiek, che gestisce parte della logistica di FrieslandCampina nei Paesi Bassi, raddoppia anche la portata delle operazioni. *“STEF è un partner strategico e, a partire dal 2023, un attore del nostro programma di miglioramento continuo della supply chain. Lavoriamo insieme per ottimizzare costantemente la rete e le operazioni comuni e, naturalmente, per ridurre le nostre emissioni di CO₂.”*

BERNARD DRAILY
RESPONSABILE
DELLE OPERAZIONI
E DELLA SUPPLY CHAIN,
VANDEMOORTELE



**“CON STEF, SIAMO
SULLA STESSA
LUNGHEZZA
D’ONDA”**

Azienda familiare da quasi cinque generazioni, che spognerà 125 candeline nel 2024, Vandemoortele, con sede a Gand, in Belgio, produce alimenti di origine vegetale (margarina, olio e grasso da cucina) ed è un attore chiave dei prodotti da forno (pane, dolci fritti, pasticceria). “In Francia, dove produciamo la metà del nostro volume di prodotti da forno surgelati, il nostro rapporto con STEF è particolare, in quanto disponiamo anche di una flotta di autocarri, frutto dell’acquisizione di un’azienda di prodotti surgelati con una società di trasporti integrata. Ma questo non è il nostro core business, perché il nostro vero mestiere è realizzare i prodotti migliori per i nostri clienti e consumatori. STEF è nostro partner dal 2017 e abbiamo concordato che i nostri team avrebbero lavorato insieme senza vedersi come concorrenti. La nostra

attività di trasporto “Vandemoortele Transport Solutions” agisce come un dipartimento interno al nostro gruppo, lavorando per le nostre due divisioni con una decina di autocarri da noleggio in Belgio e Francia su percorsi atipici (last minute, brevi distanze, navette tra i nostri siti). Per il resto dell’Europa è diverso, abbiamo instaurato delle partnership, in particolare con STEF Italia”, spiega Bernard Draily, responsabile delle operazioni e della supply chain di Vandemoortele. “Di fronte alle sfide della RSI, cerchiamo di istituire partnership autentiche con gruppi che sono sulla nostra stessa lunghezza d’onda, e questo è senz’altro il caso di STEF. Apprezziamo la possibilità di scambiare e condividere informazioni sia a monte della nostra attività sulla filiera agronomica che a valle sul trasporto e la distribuzione.”

CUSTOMER CARE



100%
soddisfazione
dei clienti

UNA CULTURA DELL'ATTENZIONE CHE FA LA DIFFERENZA

Il Customer Care è ancorato nella vita quotidiana dei team. In tutta Europa fioriscono le iniziative che mettono il cliente al centro delle nostre attività e i risultati sono sotto gli occhi di tutti. L'indice NPS (Net Promoter Score) del nostro Gruppo è aumentato di 10 punti tra il 2018 e il 2023, raggiungendo un valore di +13, un risultato davvero notevole. *“L'anno scorso è stato un anno di grande movimento in tutti i paesi e in tutte le business unit”,* spiega Olivier Langenfeld, Direttore dello sviluppo commerciale del Gruppo. *“Questo ha portato a una grande creatività e a una serie di azioni concrete a favore dei nostri clienti. Focus group per ascoltarli sul tema della dematerializzazione in Italia, per interrogarli sulle loro aspettative in termini di servizio clienti in Spagna, co-costruzione di pilastri prioritari con sei clienti all'interno del comitato direttivo francese o ancora comitati direttivi delocalizzati presso le sedi dei nostri clienti come in Portogallo... La cultura dell'attenzione al cliente si sta diffondendo ovunque e ne sono felice!”* ●



“ L'indice NPS del nostro Gruppo è aumentato di 10 punti tra il 2018 e il 2023, raggiungendo un valore di +13. ”

Olivier Langenfeld,
Direttore dello sviluppo
commerciale del Gruppo

IL FUTURO DEL CUSTOMER SERVICE

Andare in Italia significa anche esplorare il futuro del customer service. In quanto paese pilota, l'Italia ha fatto da apripista. "Continuiamo ad andare avanti con la stessa idea in mente: far crescere la fiducia dei nostri clienti. Non si tratta solo di fornire risposte operative, ma anche di essere aperti a tutte le loro esigenze e di metterci in condizione di poterle soddisfare", afferma Roberta Borsotti, Direttrice customer service in Italia. "Tutti i nostri processi sono ora allineati, mentre inizialmente le

aziende che avevamo acquisito avevano organizzazioni molto diverse. Abbiamo creato una divisione servizio clienti con un unico CRM Salesforce per gestire e monitorare le attività. Ora abbiamo un'organizzazione armonizzata a livello generale e decentralizzata filiale per filiale, con l'obiettivo di rimanere il più vicino possibile ai nostri clienti. In Italia, i clienti napoletani preferiscono degli interlocutori napoletani, quindi dobbiamo cercare di essere empatici." Una cosa è avere un servizio clienti, un'altra è creare una cultura del cliente a tutti i livelli. Questo è lo scopo dei comitati clienti mensili, che riuniscono i reparti vendite, operativi e clienti per condividere gli indicatori di qualità del servizio e decidere le soluzioni da adottare sul campo. Per i team sono state create giornate di sensibilizzazione divertenti ed educative. Infine, all'inizio dell'anno è stata lanciata una campagna informativa con lo slogan "I love customer". ●



Abbiamo un'organizzazione armonizzata a livello generale e decentralizzata filiale per filiale. //

Roberta Borsotti,
Direttrice customer service in Italia

I love customers

La nuova firma della campagna informativa di STEF in Italia.

LAVORANDO INSIEME, SAREMO ANCORA MIGLIORI



Avver potuto beneficiare della condivisione di esperienze con l'Italia e la Francia ci ha fatto risparmiare molto tempo. //

Antonio Uceda,
Responsabile del servizio clienti in Spagna

Il customer service in Spagna è determinato a distinguersi dalla concorrenza. E poiché la sua attuazione è un vero e proprio progetto di trasformazione dell'intera azienda, è stato creato un team multidisciplinare dedicato. L'obiettivo? Una soddisfazione ancora maggiore dei clienti.

"Lanciato a maggio 2023, il progetto è iniziato con una fase di ascolto interno realizzata con il supporto dei direttori di business unit e dei dipartimenti funzionali.

11
clienti chiave sono stati coinvolti attraverso un focus group.

Per quanto riguarda i clienti, è stato utilizzato un sondaggio NPS (Net Promoter Score) per definire una situazione di base che servirà come parametro di riferimento per misurare i progressi nel tempo. In linea con lo spirito dell'approccio, sono stati coinvolti anche i nostri clienti chiave attraverso un focus group a cui hanno partecipato 11 di loro. Dopo questa fase, siamo stati in grado di definire la portata del progetto e gli indicatori chiave", spiega Antonio Uceda, Responsabile del servizio clienti in Spagna. Su questa scia, sono state quindi identificate quattro aree: il front office, il back office, i processi operativi e, naturalmente, l'adattamento dello strumento CRM Salesforce. "Ormai siamo approdati alla fase di implementazione. E aver potuto beneficiare della condivisione di esperienze con l'Italia e la business unit Foodservice in Francia ci ha fatto risparmiare molto tempo." ●

IL CRM, IL NUCLEO FONDANTE

Per mettere il cliente al centro delle nostre preoccupazioni, abbiamo bisogno di una strategia e di una determinazione incrollabili. Ma abbiamo bisogno anche di uno strumento potente ed evolutivo. Con il nostro CRM (Customer Relationship Management) Salesforce, dal 2013 disponiamo di uno strumento di gestione del rapporto con i clienti a livello di Gruppo che ci permette di avere una visione d'insieme e di capirli meglio per poter anticipare

meglio le loro esigenze e aspettative. 1.000 dei nostri dipendenti lo stanno già utilizzando e questa cifra è destinata ad aumentare in tutte le nostre business unit e in tutti i paesi. Questo strumento facilita la gestione del monitoraggio delle attività commerciali, la gestione centralizzata delle richieste dei clienti grazie a un supporto multicanale e la gestione delle campagne di marketing. Continuerà a sostenerci nello sviluppo del pilastro del customer care per rafforzare la posizione

del cliente al centro della nostra organizzazione. Negli ultimi 10 anni, il nostro CRM è riuscito ad affermarsi come strumento indispensabile per i nostri team. ●

1.000
dei nostri dipendenti
utilizzano già il CRM.

LA PROSSIMITÀ È ESSENZIALE

“Dobbiamo rispondere alle esigenze e alle aspettative dei nostri clienti, che sono sempre più elevate”, afferma Corinne Buhagiar, Responsabile della soddisfazione clienti della business unit Flux Frais in Francia. *“Le nostre azioni prioritarie riguardano quindi il soddisfacimento delle loro esigenze, nella consapevolezza che il loro concetto di promessa operativa va ben oltre la qualità del servizio. Oltre agli aspetti organizzativi, comprende la fiducia, l'informazione e l'ascolto.”* La presa in esame di tutti questi aspetti non avviene da un giorno all'altro. È il frutto di un impegno collettivo in cui ogni collaboratore contribuisce, nella sua attività, nella sua funzione e a tutti i livelli, all'analisi di queste sfide. *“Ciò comporterà una trasformazione dell'organizzazione della filiale, proprio come l'evoluzione del servizio clienti.”* Sono stati definiti sei impegni per aumentare la nostra prossimità ai clienti. *“Per ognuno di essi, il team si affiderà a delle best practice, come la proattività e la trasparenza nei rapporti con i clienti. Si svilupperanno altre pratiche,*

come il fatto di andare oltre la semplice risoluzione delle controversie, organizzandoci per essere più reattivi e proattivi.” Questi impegni dimostrano il desiderio di STEF di costruire rapporti di fiducia e prossimità a lungo termine con tutti i nostri clienti. ●



**La promessa operativa
“ va ben oltre la qualità
del servizio. ”**

Corinne Buhagiar, Responsabile della soddisfazione clienti della business unit Flux Frais in Francia

Un servizio clienti con una dimensione consultiva

“ Quando nel 2021 abbiamo istituito il servizio clienti presso la sede di Agen, il nostro obiettivo era quello di passare da un tradizionale servizio post-vendita che fungeva da “pompieri” a un vero e proprio servizio clienti con una dimensione consultiva, per sviluppare il rapporto con i nostri 150 clienti. Un buon servizio clienti svolge attività commerciali operative, per passare da un rapporto assodato a uno scelto. Dà ai commerciali l'opportunità di parlare con i clienti di altre tematiche oltre ai problemi quotidiani legati al trasporto. ”

Aurélié Frémont,
Responsabile del servizio clienti ad Agen, in Francia



Da sinistra a destra: il team del servizio clienti di Agen, Stéphane Deville, Aurélié Frémont, Laure Marmié, Christian Duprat, Stéphane Trenty, Laurie Granat, Fabrice Le Cocquen, Frédéric Vidal.



RISPETTARE LE TEMPISTICHE È ESSENZIALE.

Garantire l'approvvigionamento per i consumatori
fa parte della nostra missione.
Prendersi cura dei prodotti dei nostri clienti e consegnarli
in tempo utile fa parte del nostro know-how.

STEF 

SVILUPPARE L'AUTOPRODUZIONE DI ENERGIA RINNOVABILE



Impianto fotovoltaico a terra a Châtellerault, Francia.

Sul fronte delle azioni volte a contrastare il cambiamento climatico, il Gruppo continua a mobilitarsi con decisione. Dal 2021, investiamo in energia rinnovabile autoprodotta attraverso il nostro programma di sviluppo fotovoltaico gestito da Blue EnerFreeze, la nostra filiale dedicata all'energia. Alla fine del 2023, possedevamo 44 impianti in funzione con una capacità installata di oltre 34 MWp, che producevano 40 GWh di energia all'anno, pari all'8% del consumo totale del Gruppo in Belgio, Spagna, Francia, Italia, Paesi Bassi, Portogallo e Svizzera. Quest'anno, si aggiungeranno a questo portfolio una dozzina di nuovi impianti, nello specifico in Belgio, Spagna, Italia e

Francia. Il 2024 sarà anche il primo anno in cui il Gruppo installerà dei pannelli fotovoltaici a terra in diverse filiali in Francia.

L'eolico, un'importante novità

Per diversificare i propri mezzi di produzione, la scorsa estate Blue EnerFreeze ha acquisito i diritti per la costruzione di un parco eolico in Bretagna. Un'importante novità nel settore della logistica! Il parco comprenderà quattro turbine eoliche, ciascuna con una capacità di 3 MW, che genereranno circa 21 GWh di energia all'anno, coprendo il 6% del nostro consumo annuale in Francia a partire dal 2025. Il fotovoltaico e l'eolico sono energie complementari, poiché producono in tempi diversi. Questa combinazione favorevole per il Gruppo rafforzerà il raggiungimento dell'obiettivo di consumare il 100% di elettricità a basse emissioni di carbonio entro il 2025. ●

.....

44

impianti fotovoltaici in funzione alla fine del 2023.



Matteo Bruzzano, Energy manager, IMMOSTEF Italia.

MOVING GREEN, GIÀ 3 ANNI! 1 APPROCCIO, 4 OBIETTIVI

Moving Green è il nome del piano per il clima di STEF, che traduce i nostri impegni per il pianeta. Nel 2023, tutti i paesi e le business unit hanno sviluppato le proprie roadmap in funzione delle proprie sfide, con i relativi piani di investimento.

OBIETTIVO 1

-30%

di CO₂e per i nostri veicoli
entro il 2030 (gCO₂e/tkm,
riferimento 2019).

Risultati cumulativi
alla fine del 2023: -17%

Progressi: riduzione del consumo di carburante, ottimizzazione dei modelli di trasporto e dei tassi di carico dei veicoli, integrazione di oltre 300 veicoli alternativi.



Yannis Gaillard, Responsabile risorse umane a Vaulx-Milieu, Francia.

OBIETTIVO 2

100%

di elettricità a basse emissioni
di carbonio nei nostri siti
nel 2025 (elettricità da fonti
rinnovabili e nucleari).

Risultati cumulativi
alla fine del 2023: 76,2%

Progressi: aumento della produzione fotovoltaica e dell'elettricità garantita da fonti rinnovabili in Portogallo e in Spagna.



Syrine d'Ollone, Responsabile del progetto fotovoltaico, Blue EnerSun.

OBIETTIVO 3

Sostenere i nostri subappaltatori di trasporti

Punti salienti del 2023:

inclusione di una clausola di impegno nell'ottica di una riduzione dell'impronta di carbonio dei maggiori subappaltatori di trasporti del Gruppo e sostegno ai principali subappaltatori di trasporti in Francia per l'ottenimento della certificazione "Objectif CO₂".



Ufficio di Lione, Francia.

OBIETTIVO 4

Coinvolgere i nostri team

Punti salienti del 2023:

ulteriore diffusione delle iniziative di formazione e sensibilizzazione già in corso, messa a disposizione dell'impronta di carbonio (scope 1) di ogni entità operativa (paesi e business unit).



Jean-Marc Henrion, Autista a Metz, Francia.



DECARBONIZZAZIONE: UN PUNTO DI SVOLTA



“ I prossimi 20 anni saranno dedicati a trovare la strada migliore verso la decarbonizzazione. È una sfida entusiasmante! ”

Sébastien Dortignac,
Direttore tecnico veicoli del Gruppo

La divisione tecnica veicoli copre gli otto paesi del Gruppo, gestendo oltre 7.000 libretti di circolazione e una quarantina di officine. Le fondamenta sono state gettate e l'obiettivo di Moving Green è chiaro: ridurre le emissioni di CO₂ dei nostri veicoli del 30% entro il 2030, con l'obiettivo finale di decarbonizzare il 100% della nostra attività. “Siamo nel bel mezzo di una transizione tecnologica che richiede tre approcci. Il primo consiste nel monitoraggio tecnologico effettuato in collaborazione con i nostri fornitori, compresa la fornitura di energia. Il secondo consiste nel monitoraggio normativo, poiché le decisioni politiche, a livello europeo, nazionale o metropolitano, guideranno le nostre scelte in termini di forma dei veicoli e di energia. Infine, il terzo prevede l'adattamento dell'organizzazione e l'adozione degli strumenti associati da parte dei team operativi. In un periodo di tempo così lungo, alcune cose che abbiamo immaginato potrebbero non accadere così come altre che non ritenevamo possibili potrebbero verificarsi. È per questo che dobbiamo tenere il polso della situazione e continuare a lavorare su una combinazione di modelli teorici da un lato e test sul campo dall'altro. Ciò che è certo è che dobbiamo essere sempre un passo avanti!”, afferma Sébastien Dortignac, Direttore tecnico veicoli del Gruppo.



Trovare la strada migliore verso la decarbonizzazione

Per il momento, stiamo facendo progressi concreti grazie al mix energetico. A seconda dei casi d'uso nelle nostre filiali, usiamo una combinazione di tecnologie verdi. Ad esempio, nelle città in cui il diesel sarà vietato in futuro, privilegeremo il bioGNC e il B100. Il bioGNC viene scelto quando le filiali hanno pochi vettori e non sono ancora dotate di un serbatoio di B100. Per tutti gli altri casi si utilizza il B100. Quanto all'elettrico, è ancora in fase embrionale e contiamo su alcune filiali pioniere per determinare i casi d'uso associati. *“Disponiamo di un'ampia gamma di competenze e ascoltiamo costantemente il nostro ecosistema (costruttori, operatori tecnologici, clienti, istituzioni, ecc.) per ideare le soluzioni di domani. I prossimi 20 anni saranno dedicati a trovare la strada migliore verso la decarbonizzazione. È una sfida entusiasmante!”* ●



Il mix energetico in pratica

Il primo veicolo a gas (biogas compresso) è stato consegnato a Strasburgo sei anni fa.

Nel 2023 ne abbiamo ricevuti 70.

Il primo veicolo a B100 (colza) è stato consegnato a Rennes quattro anni fa. Il primo veicolo elettrico del Gruppo è stato consegnato a Metz alla fine del 2023. Seguiranno altri 11 entro la fine dell'anno.



Jean-Michel Rigolet, Autista a Plessis-Pâté, Francia.

AMBIENTE ED ECONOMIA POSSONO ANDARE A BRACCETTO

Chi cerca bene, trova sempre, anche dopo 10 anni. Questo è l'obiettivo della gestione energetica: prendersi cura del pianeta e risparmiare energia allo stesso tempo.

“Si tratta di un programma di miglioramento continuo che abbiamo iniziato nel 2014 per trovare nuove leve di risparmio energetico in termini di consumo di elettricità e di carburante”, spiega Anne Ringuet, Responsabile della gestione energetica del Gruppo. Abbiamo già fatto molta strada. Dal 2014 e dal conseguimento della certificazione ISO 50001 per 140 filiali in Francia, i revisori esterni verificano ogni anno se il nostro sistema rimane efficace e continua a progredire. I nostri indicatori di riferimento sono la performance energetica a livello immobiliare, con una riconciliazione tra consumo teorico e consumo effettivo, e, per quanto riguarda la nostra flotta, la misurazione del consumo di carburante in litri per 100 km.

Un unico obiettivo, molteplici soluzioni

La gestione energetica comprende tutte le azioni correlate a un approccio a basso consumo e ai comportamenti individuali, nonché le decisioni strutturali sull'efficienza energetica, come gli investimenti nelle tecnologie per le nostre strutture. *“Con la nostra divisione energia Blue EnerFreeze, continuiamo a trovare nuove leve, in particolare attraverso diagnosi energetiche che esaminano tutti gli aspetti delle nostre filiali. Per quanto riguarda il carburante, stiamo lavorando da un lato con i costruttori e dall'altro con i nostri autisti, attraverso la nostra soluzione Optidrive, uno*

strumento per monitorare e adattare il comportamento di guida.” Disposizioni chiave, indicatori di misurazione, comunicazione, audit regolari e condivisione delle esperienze per diffondere le migliori pratiche: questa è la ricetta vincente per la gestione dell'energia. E Anne Ringuet conclude: *“Per molti di noi, il risparmio energetico è diventato un riflesso istintivo. Viene trattato allo stesso modo della sicurezza nelle nozioni di base di STEF durante l'inserimento dei nuovi collaboratori.”* ●



“ **La certificazione ISO 50001 attesta la solidità del nostro sistema di gestione dell'energia.** ”

Anne Ringuet, Responsabile della gestione energetica del Gruppo

PICCOLO ATTO, GRANDE IMPATTO

È il titolo della nuova campagna di comunicazione lanciata nel 2023 per i team.

L'obiettivo? Sensibilizzare i team sull'efficienza energetica facendo leva sulla loro consapevolezza piuttosto che sull'imposizione. Le buone pratiche individuali di risparmio energetico possono renderci da sole fino al 10% più efficienti. ●

A casa lasci la porta del frigorifero aperta?

Qui, come a casa, chiudo la porta il prima possibile. Chiudere le porte velocemente fa bene al pianeta.

Piccolo gesto

GRANDE EFFETTO

STEF  

Con la porta chiusa si sta al fresco!

Anche se è più veloce, non blocco manualmente le porte automatiche.

Piccolo gesto

GRANDE EFFETTO

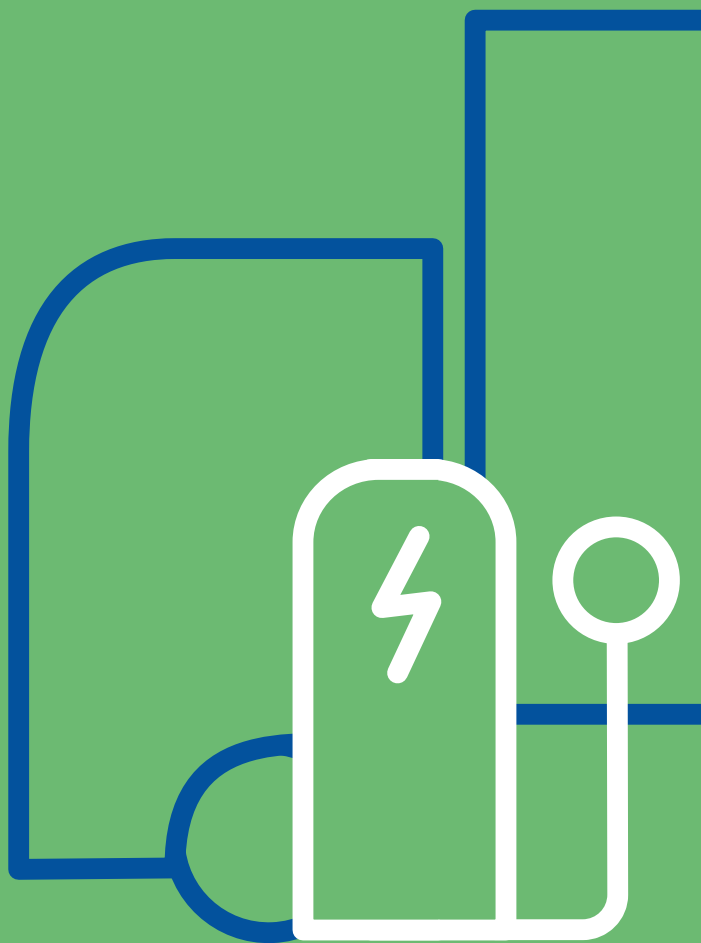
STEF  

Parcheeggiare = collegare la spina.

Collegare il mio
veicolo ai punti
di ricarica significa
non inquinare.

Piccolo gesto

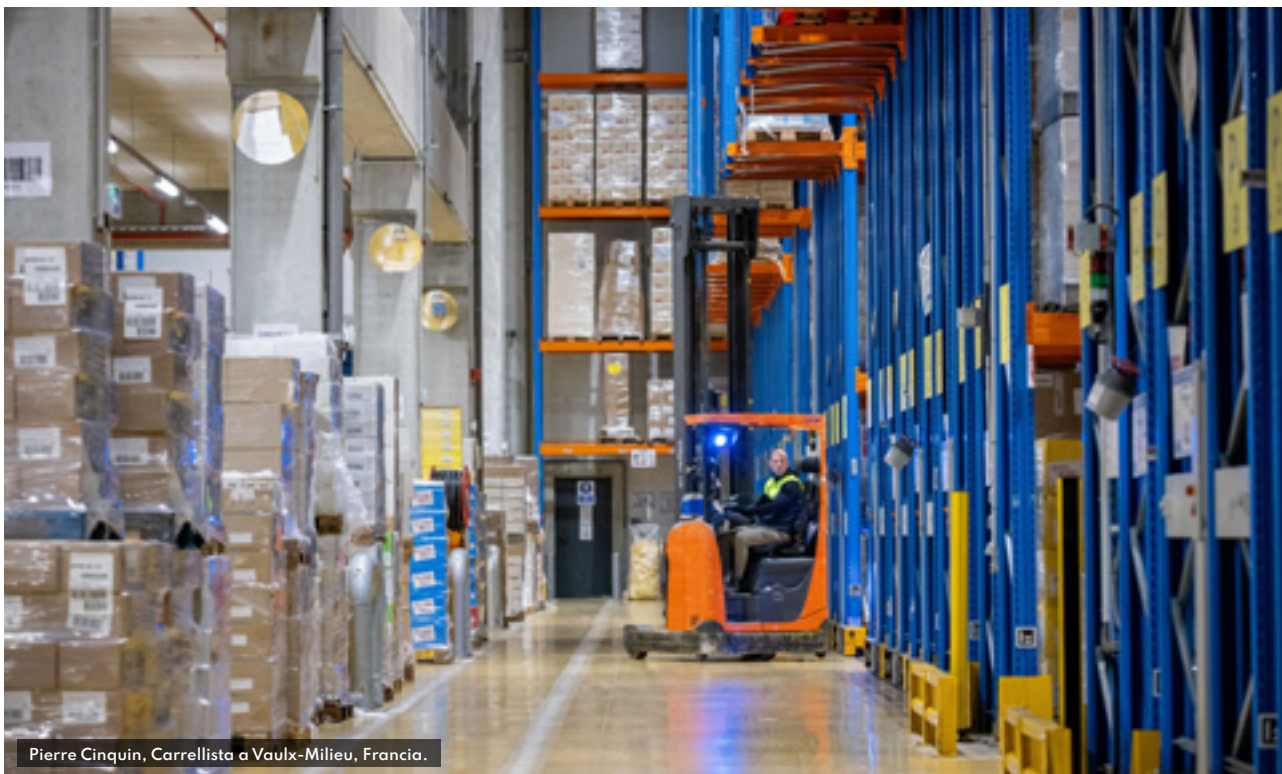
GRANDE EFFETTO



STEF 

 MOVING GREEN

EDIFICI, ATTREZZATURE, PRODUZIONE DEL FREDDO: IL FULCRO DELLA QUESTIONE



Pierre Cinquin, Carrellista a Vaulx-Milieu, Francia.

La manutenzione degli immobili riguarda tutti gli edifici e le loro attrezzature, in oltre 280 filiali in Europa. Il Gruppo possiede il 90% di questo parco immobiliare, mentre la maggior parte degli attori del settore opta per l'affitto. *“Grazie a questa strategia, che ci distingue dai nostri concorrenti, possiamo fare le nostre scelte in termini di investimenti per quanto riguarda la progettazione degli edifici e la produzione del freddo. Questo asset, che migliora il nostro rapporto qualità-prezzo, ha un impatto positivo sul pianeta”*, spiega Sébastien Laurent, Direttore delle risorse tecniche immobiliari del Gruppo.

Il team di manutenzione conta circa 500 persone in tutto il Gruppo, compresa la nostra consociata IMMOSTEF. Il suo ruolo è essenziale, poiché comporta la progettazione e la manutenzione di tutti gli edifici e della relativa infrastruttura stradale, nonché delle attrezzature interne come scaffalature per pallet (fisse o mobili), ascensori, montacarichi, supporti di movimentazione, linee di co-packing industriale e, più recentemente, linee robotizzate che alleggeriscono i compiti più ardui. *“Il nostro ruolo consiste nel facilitare il lavoro dei nostri team sul campo e di sostenere costantemente lo sviluppo delle nostre attività.”*

Migliorare le nostre prestazioni energetiche

La manutenzione svolge un ruolo importante in termini di strategia Planet Care in due aree chiave. La prima riguarda la ricerca delle migliori tecnologie per la produzione del freddo,



“ La manutenzione degli immobili è essenziale per progettare e mantenere tutti gli edifici e le loro attrezzature. ”

Sébastien Laurent, Direttore delle risorse tecniche immobiliari del Gruppo

con un approccio tripartito alla base di ogni decisione: obblighi normativi, possibilità finanziarie, strategia aziendale. *“Ad esempio, stiamo lavorando per standardizzare i nostri impianti con due fluidi naturali: la CO₂ e l'ammoniaca.”* La seconda area chiave riguarda il consumo di energia. *“Il nostro obiettivo è ottimizzare i consumi energetici, ed è qui che entrano in gioco i team di manutenzione immobiliare, con i loro strumenti di gestione delle prestazioni energetiche. Si tratta di una questione vitale, dato che il consumo legato alla refrigerazione rappresenta il 75-80% del consumo totale di elettricità del nostro Gruppo e che il suo costo medio è raddoppiato nel 2022.”* ●



IMPEGNARSI PER IL PIANETA È ESSENZIALE.

Garantire un approvvigionamento duraturo
per le popolazioni fa parte della nostra missione.
Fare ciò rispettando l'ambiente fa parte
del nostro know-how.

STEF 

APPROFONDIMENTO SUL CAMPO CON BENOÎT

Energy manager locale, Francia.

Blue EnerFreeze, la divisione energia di STEF, è responsabile della fornitura di energia frigorifera sicura, ottimizzata e sostenibile alle filiali del Gruppo. In qualità di anello di congiunzione, Energy manager locale collabora con i tecnici delle filiali per garantire una refrigerazione sicura, essenziale per la conservazione ottimale dei prodotti alimentari destinati ai consumatori, senza dimenticare l'ottimizzazione dei consumi e il controllo dei costi energetici.

“Le filiali STEF sono mie clienti, e hanno due obiettivi. Il primo è garantire ai loro clienti che i loro prodotti alimentari siano conservati alla giusta temperatura. Il secondo è essere sempre più efficienti in termini di consumo energetico, tenendo sotto controllo i costi”, spiega Benoît Lory, Energy manager locale per il Sud di Parigi e le aree del Sud-Ovest, che coprono 39 filiali. “I team di Blue EnerFreeze comprendono ingegneri dell'automazione, specialisti dell'energia e responsabili del fotovoltaico, e io faccio da interfaccia tra questi esperti e i tecnici più generici delle filiali. Supporto e aiuto i miei interlocutori a prendere il controllo degli strumenti e dei processi che utilizzano per monitorare e ottimizzare i loro impianti in tempo reale, giorno dopo giorno.” Per capire meglio cosa fa Benoît Lory, seguiamolo in quattro fasi lavorative chiave.



1

SPECIFICHE PER L'IMPIEGO DEL BOS (BUILDING OPERATING SYSTEM)

Con Gildas, il Responsabile tecnico della filiale logistica di Carquefou, Benoît ha inventariato le esigenze del sito in relazione agli impianti esistenti e alla visione del Gruppo in termini di prestazioni energetiche. Insieme, selezionano i dati da prendere in considerazione per ottimizzare e monitorare gli impianti di refrigerazione e controllare le temperature. Una volta installata, la soluzione smart data garantirà al cliente di mantenere il prodotto alla giusta temperatura e di monitorare il corretto funzionamento degli impianti registrando un'ampia gamma di dati.



Benoît con Gildas Durand, Responsabile tecnico della filiale logistica di Carquefou.



2

REVISIONE DEL CONTRATTO

Tutti i contratti relativi alla refrigerazione sottoscritti da STEF in Francia con i vari fornitori di servizi sono gestiti da Blue EnerFreeze. Benoît controlla che i servizi forniti siano conformi ai termini del contratto e supporta i responsabili tecnici negli aspetti operativi del contratto di refrigerazione stipulato con il fornitore di servizi. Durante la revisione del contratto, Benoît presta particolare attenzione agli eventi significativi verificatisi nel periodo in questione, come i guasti e le soluzioni trovate, i miglioramenti pianificati, i preventivi e gli ordini. Può anche verificare uno o due dettagli direttamente nella sala macchine con il fornitore di servizi di refrigerazione.

3

AUDIT ENERGETICO

140 filiali STEF in Francia sono certificate ISO 50001. Lo standard ISO propone metodi pratici per ridurre il consumo energetico attraverso l'implementazione di un sistema di gestione dell'energia. Ogni tre o quattro anni viene effettuato un audit energetico in ogni filiale. L'edificio viene esaminato da cima a fondo, dalle guarnizioni delle porte all'involucro dell'edificio.

L'audit prosegue con un'analisi e una discussione sull'uso degli impianti di refrigerazione della filiale. A seguito della visita viene redatto un rapporto con un piano d'azione che illustra le operazioni da attuare. Benoît è presente durante l'intero processo, dalla visita del perito esperto all'assistenza al responsabile tecnico nell'attuazione delle azioni risultanti dall'audit.



Benoît con Erwan Marc, Responsabile tecnico della filiale di trasporto STEF a Carquefou.

4

LANCIO DI UN PROGETTO FOTOVOLTAICO

Blue EnerFreeze progetta e sviluppa impianti fotovoltaici per le filiali, adattandosi alle loro esigenze. Il ruolo di Benoît è quello di fungere da facilitatore per il Responsabile del progetto fotovoltaico e di definire la comunicazione con il BOS. Si discute molto e si affrontano i più svariati aspetti: il sistema in atto, le varie fasi dei lavori, il calendario, la sicurezza del cantiere, ecc. Tutto il lavoro di monitoraggio della filiale viene quindi svolto dal Responsabile del progetto fotovoltaico.

Le foto sono state scattate nella filiale logistica e trasporti di Carquefou, in Francia.

IL BOS, LA SOLUZIONE SMART DATA PER I MAGAZZINI REFRIGERATI



Dévy Nicolafrancesco, Responsabile tecnico a Vaulx-Milieu, Francia.

Il rispetto della catena del freddo è essenziale per conservare gli alimenti e proteggere la sicurezza e la salute dei consumatori. Il monitoraggio delle temperature è una questione importante. In 140 delle nostre filiali in Francia, Belgio, Svizzera e Paesi Bassi, questo servizio è fornito dal BOS (Building Operating System). Dal 2021, la nostra divisione energia Blue EnerFreeze, la cui missione è fornire energia frigorifera sicura, ottimizzata e sostenibile, è responsabile dell'implementazione, in collaborazione con gli operatori, il reparto risorse tecniche e STEF IT. Il BOS, una soluzione smart data per i magazzini refrigerati, raccoglie, misura e organizza le temperature in modo che possano essere utilizzate in un'ottica di miglioramento continuo. Il BOS invia allarmi singoli o a cascata per avvisare le persone giuste al momento giusto. Grazie al BOS, è possibile accedere ai dati relativi alla temperatura e agli allarmi anche da remoto, tramite uno smartphone. Altra novità: uno strumento digitale interattivo per monitorare il superamento delle temperature che aiuta a diagnosticare le deviazioni rilevate. I team stanno già lavorando alle prossime evoluzioni delle funzionalità del BOS, e possiamo dire che sono promettenti. ●

L'ARTE DI DISTINGUERSI E MIGLIORARE LA QUALITÀ

Che si tratti di sicurezza alimentare, di sicurezza o di ambiente, esistono numerose certificazioni, che a volte possono sembrare un vincolo. Ma non è affatto così, afferma Ann Deceuninck, Responsabile della qualità in Belgio da circa quindici anni. *“È un importante vantaggio competitivo nei confronti dei nostri clienti e potenziali clienti, che attribuiscono grande importanza alla qualità delle nostre attrezzature e dei nostri processi logistici e di trasporto.”* Le certificazioni sono anche *“un vantaggio quando si tratta di monitorare, e persino anticipare, l'evoluzione delle normative, in quanto richiedono un monitoraggio e un'attuazione meticolosi. Infine, rappresentano una leva efficace per promuovere una cultura della qualità in tutti i nostri team.”* STEF Belgio, che conta sei filiali tra cui STEF Logistics



Le certificazioni devono essere viste come un investimento per prepararsi al futuro.

Ann Deceuninck,
Responsabile qualità
a Saintes e Tubize, Belgio

Saintes, ad oggi la filiale più certificata del Gruppo, è il campione europeo nella categoria delle certificazioni, sia in termini di numero che di tipologia. *“Le certificazioni vengono rinnovate ogni tre anni attraverso audit annuali di follow-up. A volte queste visite di audit non sono annunciate, in modo che gli organismi di certificazione possano verificare che i nostri metodi di lavoro siano pienamente integrati e non siano stati messi in atto appositamente per l'audit. In sostanza, le certificazioni comportano molto lavoro e costi ingenti, ma devono essere viste come un investimento per prepararsi al futuro e continuare a offrire servizi superiori in termini di qualità ed efficienza. Sono felice di constatare che questo approccio sta facendo progressi in tutto il Gruppo e di poterne discutere con molti colleghi in tutta Europa.”* ●

CONSIGLI PER UNA CONSERVAZIONE OTTIMALE DEGLI ALIMENTI IN FRIGORIFERO



- **Rispettate la catena del freddo**, in particolare tra il punto vendita e il vostro frigorifero o congelatore.
- **Assicuratevi che il frigorifero sia impostato** su una temperatura massima di + 4 °C e il congelatore a una temperatura massima di - 18 °C.
- **Conservate gli alimenti** alle temperature indicate dai produttori sulle etichette.
- **Pulite il frigorifero almeno una volta al mese** per evitare che i batteri si diffondano tra gli alimenti.
- **Sbrinate e pulite** il congelatore almeno una volta all'anno.
- **Conservate i piatti fatti in casa** in frigorifero, ma consumateli in fretta.
- **Scongelate gli alimenti nel frigorifero** per evitare la proliferazione di batteri pericolosi.

Basato sull'infografica "Un frigo bien rang : mieux conserv s, les aliments sont moins gaspill s" (Un frigorifero ordinato: conservare meglio gli alimenti per ridurre gli sprechi) sul sito web del Ministero francese dell'Agricoltura e della Sovranit  Alimentare.

INNOVAZIONE

L'INNOVAZIONE È COLLETTIVA E CONTAGIOSA

“Siamo tutti dei potenziali innovatori. Voi, io, in questo luogo, altrove, qualunque sia la nostra professione, abbiamo tutti delle idee che possono trasformarsi in innovazioni”, spiega Damien Theodorou, Direttore dei progetti innovativi.

Ma che cos'è l'innovazione? Significa introdurre qualcosa di nuovo e utile che contribuirà alla trasformazione e al miglioramento dell'azienda. L'innovazione non è solo tecnologica, ma può essere anche manageriale, legata all'inclusione o alla formazione... il campo è vasto. L'innovazione richiede molta pazienza e perseveranza per creare e sviluppare una soluzione, sfruttarne il valore aggiunto e poi portarla a termine. *“Abbiamo definito una*



“ Le business unit e le funzioni di supporto stanno portando avanti importanti progetti in tal senso. ”

Damien Theodorou,
Direttore dei progetti innovativi

chiara tabella di marcia volta a migliorare le condizioni di lavoro, l'efficienza energetica, le prestazioni operative e il servizio clienti. Le business unit e le funzioni di supporto stanno portando avanti importanti progetti in tal senso. A queste si aggiungono numerose iniziative locali lanciate dalle filiali. Queste iniziative possono nascere e crescere all'interno di una filiale, diventare regionali, nazionali e persino internazionali.”

La Divisione Innovazione ha quattro missioni principali: definire la politica di innovazione, supportare i responsabili dei progetti dagli aspetti tecnici a quelli legali, identificare tendenze e i partner e, infine, sviluppare una cultura dell'innovazione all'interno del Gruppo. Per promuovere questa cultura, il Gruppo offre webinar come i “Mardis de l'innovation” (Martedì dell'innovazione), aperti a tutti il primo martedì di ogni mese. Questi webinar sono un'opportunità per gli innovatori di presentare i loro progetti. Nell'ambito di questa iniziativa viene offerta anche una formazione per i project manager. *“Abbiamo appena creato un gioco di squadra chiamato D.E.S.T.I.N.: Définir, Explorer, Sélectionner, Tester, Implémenter, Normaliser (definire, esplorare, selezionare, testare, implementare, standardizzare). Dà vita a tutte le fasi associate a un progetto di innovazione. È un modo per condividere quello che è lo spirito dell'innovazione: avere la testa tra le stelle, pur mantenendo i piedi ben saldi a terra!”* Infine, l'“Innovation Day” è un'occasione annuale per condividere il meglio delle iniziative del settore. Il 18 giugno verrà consegnato il nuovo Premio Innovazione 2024! ●



L'INNOVAZIONE IN AZIONE



///
In quanto ergonomista, per me l'innovazione dovrebbe essere incentrata sugli usi e sugli utenti. L'innovazione è, innanzitutto, umana. Sono gli utenti che trovano le soluzioni. Il nostro obiettivo è dare loro voce e rendere visibile ciò che non è visibile. ///

Jessica Maroud, Ergonomista, divisione responsabilità sociale del Gruppo



///
Due dipartimenti possono lavorare allo stesso problema e arrivare a due soluzioni diverse ed altrettanto eccellenti. L'innovazione è un modo per creare nuovi legami tra i dipartimenti in modo da poter lavorare insieme. ///

Marta de Castro Perez, Responsabile innovazione in Spagna



///
Guardarci intorno amplia la nostra prospettiva e ci rende più aperti a nuove relazioni, sia interne che esterne. L'innovazione in sé ci consente di abbattere le barriere all'interno dell'azienda e di smettere di concentrarci solo su noi stessi. ///

Jonathan Rigoudy, Project manager, DMG



///
L'innovazione non viene naturale a tutti. Ecco perché una delle sfide è dimostrare che è possibile innovare e abbattere i pregiudizi. Ma questo non avviene da un giorno all'altro, i team devono essere supportati. ///

Laure Miquel-Elcano, Direttrice delle soluzioni Foodservice, business unit Foodservice in Francia



///
Dobbiamo sdoganare l'innovazione. Ci sono già un gran numero di innovazioni sul campo, ma le filiali spesso non ne sono a conoscenza. STEF è piena di innovatori e di innovazioni. Dobbiamo acquisire fiducia in noi stessi e continuare a innovare. ///

Bénédicte Trémolet, Direttrice brand performance, business unit GDO in Francia



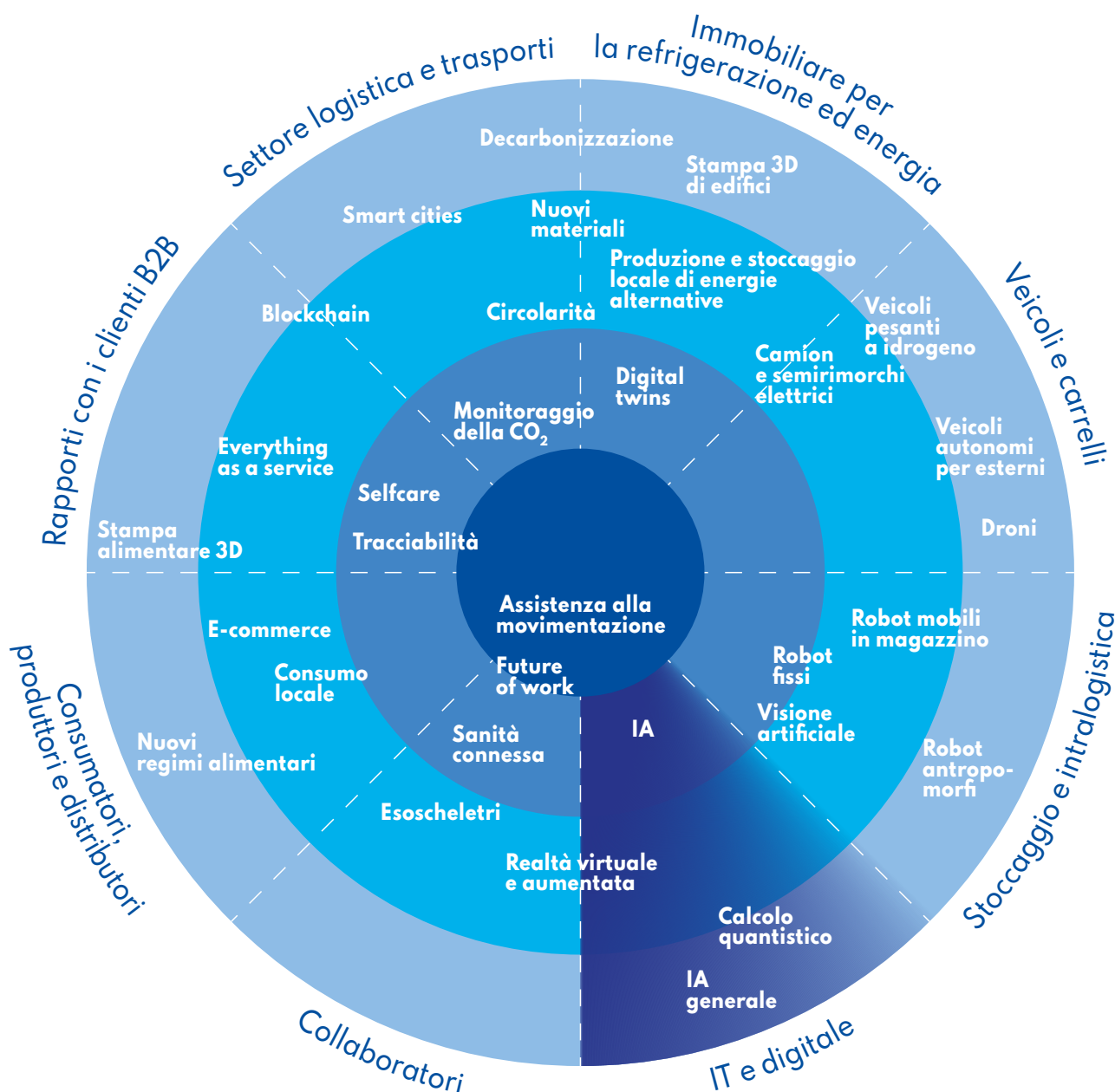
///
L'innovazione non riguarda solo la tecnologia, ma anche la ricerca di nuovi modi di lavorare e di organizzarsi. Questo richiede supporto e formazione. È un punto chiave su cui lavoriamo ogni giorno. ///

Pierrick Claret, Direttore metodi e processi di trasporto, divisione operazioni in Francia

ANTICIPARE E PROGETTARE IL FUTURO

Rinnovato ogni anno, il radar delle tendenze di STEF serve a darci un orientamento e a dare priorità a tutti i nostri progetti di innovazione. Consolida la nostra visione dei trend tecnologici, sociali e commerciali.

Tutte queste tendenze sono corroborate da ulteriori ricerche e test al fine di valutarne la rilevanza.





Pubblicazione

Dipartimento Comunicazione – Céline Audibert – Catherine Marie

Progettazione/Creazione/Editing/Realizzazione

**TAMBOUR
BATANT**

Crediti fotografici

© Clan d'Œil – © Hoge Noorden/Jaap Schaaf – Photothèque STEF – Shutterstock – © Diritti riservati

Illustrazioni

Shutterstock – Shutterstock/sito web del Ministero francese dell'Agricoltura
e della Sovranità alimentare





Società per azioni con capitale di 12.850.000€
Sede legale: 93, boulevard Malesherbes - 75008 Parigi (Francia)
999 990 005 RCS Paris

www.stef.com