

SO STEF

Edição 2022-2023



Tornar a STEF
uma marca desejável

PÁGINA 11

Fluxos internacionais
em destaque

PÁGINA 24

Moving Green,
uma iniciativa catalisadora

PÁGINA 31

Esta nova edição da revista SO STEF é a ocasião para partilhar a nossa aventura humana e coletiva tão singular. Para fazer um balanço sobre os nossos compromissos, os nossos projetos e a nossa opinião sobre o ambiente e as nossas atividades, partimos ao encontro das pessoas que dão vida ao nosso Grupo em qualquer lugar onde estamos presentes. Irá descobri-las através de entrevistas, de retratos, de testemunhos...

Esperamos que tenha tanto prazer a ler esta edição como nós tivemos em conhecer as pessoas que contribuíram para a sua criação.

Boa leitura a todos!

RESUMO

02

ENCONTRO

Perspetivas, desafios, estratégia... Stanislas Lemor e Marc Vettard contam-nos tudo sobre a STEF.

•

06

PLANO ESTRATÉGICO

«Empenhados num futuro sustentável»: o Grupo começa um novo capítulo da sua história.



10

PEOPLE CARE

Recrutamento, formação, segurança, saúde e condições de trabalho. A aventura coletiva da STEF continua através de equipas envolvidas em toda a Europa.

•

22

CUSTOMER CARE

As atividades de logística e transporte evoluem sem parar. A STEF e os seus clientes têm como objetivo comum aprovisionar as populações.

•

30

PLANET CARE

Perante as alterações climáticas, a cadeia de abastecimento do futuro será descarbonizada. A iniciativa Moving Green dá-nos ideias e asas.

36

CONSUMER CARE

Todos mobilizados para a segurança sanitária dos alimentos. Uma responsabilidade que associa tecnologias e comportamentos ao serviço das populações.

•

40

INOVAÇÃO

100 anos de inovações e ainda não terminou. A STEF reinventa-se todos os dias para criar valor ao serviço dos colaboradores, dos clientes e do planeta.





ENTREVISTA CRUZADA ENTRE STANISLAS LEMOR, PRESIDENTE E DIRETOR-GERAL E MARC VETTARD, DIRETOR-GERAL ADJUNTO

Como vê o Grupo atualmente?

STANISLAS LEMOR: A STEF é um Grupo saudável, que se desenvolve graças às forças do seu modelo, ao empenho excepcional das suas equipas e à confiança dos seus clientes. Estamos mais sólidos do que nunca e decididamente europeus. Isso permite-nos abrir uma nova fase definida pelo nosso plano estratégico «Empenhados num futuro sustentável», que traduz a visão de um Grupo determinado a construir o seu desenvolvimento de forma cada vez mais responsável. Pensámos este plano tendo em conta o interesse das nossas partes interessadas internas e externas, mas também as expectativas que a sociedade, em sentido lato, pode ter para a nossa empresa. Temos agora um quadro que, ao capitalizar os nossos pontos fortes, nos permite enfrentar os principais desafios com que somos confrontados: evolução dos padrões de consumo alimentar, alterações climáticas, transformação



«Estamos mais sólidos do que nunca e decididamente europeus.»

Stanislas Lemor, Presidente e Diretor-Geral

da relação com o trabalho e impacto das novas tecnologias nas nossas atividades da cadeia de abastecimento. Os nossos eixos de trabalho são pertinentes e sei que posso confiar nos talentos das nossas equipas para os implementar. Cada um tem um papel a desempenhar para dar vida às ambições do nosso plano estratégico nos próximos cinco anos.

MARCVETTARD: O nosso Grupo adquiriu ao longo dos anos uma grande maturidade na sua forma de abordar as

orientações estratégicas e de se colocar as questões necessárias para fazer escolhas vinculativas para o futuro. Isto envolve diversas temáticas, como a nossa organização, os nossos investimentos ou ainda a nossa abrangência geográfica. Esta longa experiência também nos permitiu construir uma consciência coletiva da nossa responsabilidade social e ambiental. Esta dimensão já está totalmente incorporada em todos os níveis do Grupo.

A cadeia de abastecimento alimentar é uma função cada vez mais estratégica?

S.L.: Os últimos anos mostraram a função central da cadeia de abastecimento alimentar. É um grande orgulho para as nossas equipas que, com empenho e profissionalismo, trabalham todos os dias para oferecer uma cadeia de abastecimento fluida e bem estruturada. Atualmente, constatamos a existência de novos equilíbrios entre prestadores de serviços e contratantes, onde a relação de confiança e a sustentabilidade da relação são fundamentais. Num mundo cada vez mais complexo, devemos estar ao lado dos nossos clientes para imaginar com eles o futuro dos seus esquemas logísticos. Este posicionamento enquanto parceiros é essencial. Para aí chegar, temos de ultrapassar três grandes desafios: o domínio e a utilização dos dados, o ritmo e os meios associados à transição energética e, por fim, o recrutamento dos melhores talentos.

«Atualmente, o desafio da transição energética está perfeitamente integrado nos nossos objetivos de crescimento.»

Stanislas Lemor, Presidente e Diretor-Geral

► Quais são as chaves de uma relação com o cliente benéfica para todos?

M.V.: Uma relação com o cliente benéfica para todos assenta em três pilares que são independentes. O primeiro pilar é a excelência operacional. Agora mais do que nunca, os nossos clientes precisam da garantia de que os produtos que nos confiam serão entregues de acordo com os nossos compromissos e com toda a segurança. O segundo pilar é a transparência. É uma condição para obter a confiança que é o impulsionador da longevidade de uma relação. É através dos nossos comportamentos, da nossa determinação em colocar os nossos clientes no centro de todas as nossas atenções que iremos obter esta confiança duradoura. O terceiro pilar assenta na nossa capacidade de inovar, de provar que temos proatividade para oferecer aos nossos clientes os eixos de melhoria e de partilha de valor.

Podemos conciliar o desafio da transição energética com objetivos de crescimento?

S.L.: No âmbito da nossa iniciativa climática Moving Green, determinámos objetivos a longo prazo e estamos empenhados, todos os anos, em fazer o balanço sobre a sua evolução, com toda a transparência e com toda a modéstia. Para atingi-los decidimos dedicar 20 % dos nossos investimentos à transição energética em 2023. Isso afeta principalmente o desenvolvimento dos nossos veículos de energias alternativas, bem como a produção de energia fotovoltaica nos telhados dos nossos polos. O desafio da transição energética está, atualmente, perfeitamente integrado nos nossos objetivos de crescimento e estou convencido de que, no futuro, será um elemento acelerador do nosso crescimento, porque as empresas que não fizeram esforços suficientes relativamente a este assunto irão recuar.

Qual é o lugar da inovação na STEF para os próximos anos?

M.V.: Se inovação significa «fornecer valor de forma diferente», esta encontra-se no ADN do Grupo desde sempre. Estamos sempre a inovar, por vezes até sem termos consciência disso. Questionamos constantemente a nossa organização, renovamos as nossas ofertas, introduzimos novas tecnologias... Hoje, decidimos acelerar nesta área, aproveitando, em particular, as oportunidades oferecidas pelas tecnologias digitais e industriais. Estas irão ajudar-nos a desenvolver as práticas comerciais, a agilizar a interface com os nossos clientes, a facilitar a vida das equipas e a combater o aquecimento global. E, porque acreditamos que a inovação é um motor de criação de valor, constituímos uma direção dedicada com uma equipa e os orçamentos associados. A nossa ambição é favorecer as iniciativas internas para oferecer a cada colaborador a possibilidade de ser um participante na inovação.

A relação com o trabalho muda. Como fazer para seduzir e envolver as novas gerações na aventura STEF?

S.L.: De facto, a relação com o trabalho evoluiu muito. Até foi abalada com a implementação de novos equilíbrios entre vida profissional e pessoal. Estamos mais atentos do que nunca. Para ultrapassar o desafio do recrutamento das novas gerações, pretendemos tornar a STEF uma marca desejável e tornarmo-nos, desta forma, um empregador de eleição junto

«É através da nossa determinação em colocar os nossos clientes no centro de todas as nossas atenções que iremos construir uma confiança duradoura.»

Marc Vettard, Diretor-Geral Adjunto



dos jovens num contexto onde existe muita concorrência. Temos muitos pontos fortes a destacar, como a nossa abordagem MIX'UP, que promove a diversidade e a igualdade profissionais, os nossos percursos de promoção interna e as nossas estratégias de profissionalização das atividades. E uma política de funcionário acionistas, que festeja o seu 30.º aniversário este ano, que continua a ser atrativa.

M.V.: O estilo de gestão, a cultura empresarial, os compromissos tanto com a sociedade em geral como com os colaboradores (flexibilidade, formação, ambiente de trabalho,...) são escrutinados pelas novas gerações. É por isso que trabalhamos na nossa atratividade no geral e pretendemos realmente promover a imagem da STEF como a de uma empresa diferente, preocupada com o ambiente de trabalho dos seus colaboradores e que oferece a todos a oportunidade de

«A nossa ambição é favorecer as iniciativas internas para oferecer a cada um a possibilidade de ser participante na inovação.»

Marc Vettard, Diretor-Geral Adjunto

se desenvolver numa profissão dinâmica e de construir sua própria carreira, independentemente do seu perfil ou formação.

Para concluir, a STEF é, atualmente, um verdadeiro Grupo europeu?

S.L.: Somos um Grupo em construção perpétua que reúne mais de 22 000 colaboradores em oito países da Europa Ocidental. Fazemo-lo crescer todos os dias alimentando-

nos da singularidade uns dos outros. Teremos conseguido construir um verdadeiro Grupo europeu se, futuramente, a STEF aproveitar o melhor de cada uma das culturas dos seus países. E estamos no bom caminho.



UM CRESCIMENTO ÚTIL E DURADOURO PARA TODOS

PLANO ESTRATÉGICO 2022-2026

Hoje, mais do que nunca, estamos prontos para reinventar o nosso papel enquanto líder europeu do transporte e da logística alimentar com temperatura controlada. Foi isso que nos guiou na construção do nosso plano estratégico 2022-2026, «Empenhados num futuro sustentável», que marca uma nova etapa do nosso desenvolvimento.



O CRESCIMENTO SÓ É PERTINENTE SE FOR ÚTIL PARA TODOS

Uma nova etapa porque este crescimento deve ter em conta novos desafios sociais e ambientais que se apresentam ao setor do transporte e da logística alimentar. Entre eles, a evolução das novas formas de consumo alimentar, as alterações climáticas, a evolução da relação com o trabalho ou ainda o impacto das novas tecnologias nas nossas atividades. É para melhor ter em conta estes desafios históricos que a nossa estratégia para os próximos cinco anos coloca os nossos colaboradores, os nossos clientes, os consumidores e, claro, o ambiente, no centro da sua ambição.

Para isso, decidimos articular o nosso plano estratégico a volta do Care, um compromisso que nos leva a prestar uma atenção sincera a quem nos rodeia, a começar pelos nossos colaboradores e clientes. ●

QUAL O BALANÇO PARA O NOSSO PLANO ESTRATÉGICO 2017-2021?

Aceleração do nosso desenvolvimento europeu com a entrada no Reino Unido, desenvolvimento da nossa estratégia de especialização em benefício dos nossos clientes, know-how alargado ao acondicionamento, desenvolvimento da nossa rede de imobiliário, implementação de um programa para diminuir os nossos impactos ambientais: o nosso Grupo transformou-se consideravelmente nos últimos anos.

UM PLANO APRESENTADO EM 5 EIXOS



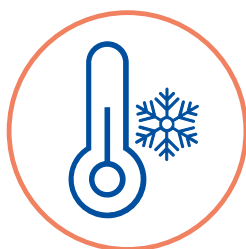
PEOPLE CARE

As mulheres e os homens são a principal riqueza do nosso Grupo. Achamos que todos devem ser capazes de cultivar os seus talentos e aproveitar as oportunidades para desenvolver o seu potencial. Com um objetivo único: desenvolver-se pessoalmente, trabalhar bem em conjunto e atrair as novas gerações para as nossas atividades.



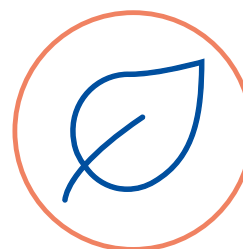
CUSTOMER CARE

As ligações de confiança que temos com os nossos clientes são o combustível que nos move. Ao estarmos atentos às suas necessidades e partilhando o nosso know-how, acompanhamos nos seus desafios de transformação, melhoramos constantemente as nossas propostas e inventamos novas, criadoras de valor para a sua cadeia de abastecimento.



CONSUMER CARE

A proteção dos consumidores está no centro da nossa razão de ser. Todos os dias garantimos o respeito pela cadeia de frio e pela integridade dos produtos que nos são confiados e partilhamos a nossa experiência com todo o setor agroalimentar.



PLANET CARE

Empenhados em reduzir o nosso impacto no aquecimento climático, estabelecemos objetivos quantificáveis e investimos todos os anos para conseguirmos alcançá-los. Desta forma, desde 2021 diminuímos 16 % das nossas emissões de GEE e aumentámos para 76 % a taxa de energia de baixo carbono que utilizamos nos nossos edifícios. Mas queremos fazer ainda melhor graças à generalização dos biocombustíveis, ao desenvolvimento do hidrogénio e do setor fotovoltaico.



INOVAÇÃO

A inovação está no ADN e no centro da nossa história centenária. Permite-nos preparar o futuro com serenidade ao reinventar a evolução das nossas técnicas, dos nossos processos, das nossas ofertas e dos nossos serviços em benefício dos nossos colaboradores e dos nossos clientes.

Através de cada um destes cinco eixos, o nosso novo plano estratégico baseia-se na visão do nosso contributo para a sociedade: equipas empenhadas todos os dias para garantir, sustentadamente e em segurança, o acesso à diversidade alimentar para todos.

O NOSSO MODELO DE NEGÓCIOS

STEF

A nossa razão de ser

Equipas empenhadas todos os dias para garantir, sustentadamente, e em segurança, o acesso à diversidade alimentar para todos.

Um conjunto de atividades equilibrado

- Transporte nacional e internacional
- Logística
- Acondicionamento
- Atividades marítimas

Os nossos trunfos

- 22.000 colaboradores experientes e empenhados
- 10.000 clientes que confiam em nós diariamente
- Uma especialização reconhecida na gestão dos fluxos e na segurança alimentar
- Uma presença forte nos territórios
- Polos de especialização imobiliária, TI e energia integrados
- Uma cultura de inovação
- Uma situação financeira robusta
- Uma participação acionista estável com forte destaque para a participação dos nossos colaboradores
- Um compromisso social de longa data

Os nossos valores

- Entusiasmo
- Respeito
- Rigor
- Desempenho

Os nossos meios



- Uma rede única de + de 270 plataformas multitemperaturas



- Uma presença em 8 países europeus



- Mais de 2700 portadores e tratores próprios



- 4 cargueiros mistos

GROSSISTAS
●
PRODUTORES AGROALIMENTARES
●
INDÚSTRIAS AGROALIMENTARES
●
OUTROS

PRODUÇÃO
PECUÁRIA
PESCA

GMS
●
RETALHISTAS
●
COMÉRCIO ELETRÓNICO
●
RESTAURAÇÃO COMERCIAL E COLETIVA

CONSUMIDORES

EQUIPAS EMPENHADAS TODOS OS DIAS PARA GARANTIR, SUSTENTADAMENTE E EM SEGURANÇA, O ACESSO À DIVERSIDADE ALIMENTAR PARA TODOS.

A nossa razão de ser reflete o que nós somos, o que nos distingue e o que nos move.
Exprime a visão e a ambição do nosso Grupo.

Somos movidos por uma vocação. SERVIR AS PESSOAS

Desde 1920, movidos por valores e uma cultura comuns, colocámos a nossa experiência ao serviço do aprovisionamento alimentar das populações. Trabalhamos, em conjunto, para garantir a confiança dos europeus nos produtos alimentares que consomem todos os dias. O empenho das nossas equipas permite-nos criar relações humanas de confiança e de reciprocidade com todas as nossas partes interessadas. Tomam forma com a atenção que dedicamos aos nossos clientes e colaboradores e com a partilha dos frutos do nosso sucesso com os mesmos.

Ao ligarmos os nossos clientes, somos CRIADORES DE VALOR

No centro da cadeia logística alimentar, desempenhamos um papel essencial: somos geradores de valor acrescentado para todos os intervenientes do mundo alimentar. Ao ligarmos os produtores, os distribuidores e a restauração de forma sustentável, fornecemos soluções eficazes que:

- garantem a integridade e a segurança sanitária dos produtos alimentares;
- respondem às evoluções do mercado e dos padrões de consumo;
- acompanham o desenvolvimento dos nossos clientes, facilitando o acesso a todo o território europeu.

Convertemos em ações os nossos COMPROMISSOS SUSTENTÁVEIS

A nossa missão de fornecer alimentos às pessoas confere-nos uma forte responsabilidade societal. Uma responsabilidade que nos compromete a colocar a nossa energia ao serviço de um mundo alimentar mais virtuoso, respeitador do ambiente e das pessoas. Para isso, pretendemos ser um líder responsável no nosso setor, tornando-nos um modelo para melhorar a nossa pegada de carbono.

PEOPLE CARE

UMA AVENTURA COLETIVA EM QUE CADA UM PODE ENCONTRAR O SEU LUGAR



O NOSSO GRUPO é uma comunidade de homens e mulheres todos diferentes. Estas equipas variadas representam a nossa primeira riqueza e o nosso desempenho coletivo depende da soma das suas competências nas suas diversas atividades. Além disso, a nossa responsabilidade é formar todas as pessoas, fazê-las progredir na sua carreira, zelar pela sua segurança e qualidade de vida no trabalho. Estas são as nossas convicções e os nossos compromissos, em cada um dos países onde estamos localizados.

TORNAR A STEF UMA MARCA DESEJÁVEL

Com uma taxa de desemprego europeia no nível mais baixo dos últimos 30 anos, o recrutamento torna-se um desafio de grande importância para as empresas. E as nossas atividades, pouco valorizadas, sofrem uma falta de atratividade. É precisamente o objetivo do nosso programa de valorização da nossa marca de empregador: saber falar dos ambientes das atividades da logística e do transporte, destacar as especificidades e os trunfos da STEF e suscitar vontade de se juntarem a nós! 75 % dos potenciais candidatos têm em conta a imagem de uma empresa. Trata-se, portanto, de estar presente para aumentar as hipóteses de ser escolhido pelos melhores. É por esse motivo que trabalhamos para fazer da STEF uma marca desejável e um empregador reconhecido junto dos nossos alvos num contexto de muita concorrência.

75 %

*dos potenciais
candidatos têm em
conta a imagem de
uma empresa.*

Para atrair candidatos que se pareçam conosco, temos de falar a mesma língua que eles e estar presentes onde quer que estejam. Os desafios são imensos: só em 2023, o Grupo acolherá 3100 novos colaboradores, mais de 98 % com contratos a termo incerto e 800 estagiários! E os nossos trunfos são diversos, nomeadamente com a promessa de uma evolução de carreira, já que a STEF abrange várias centenas de atividades. Neste âmbito, irá ser lançada uma nova campanha de comunicação para explicar como as nossas atividades são exercidas. O objetivo é ocupar novos territórios de comunicação e até criar surpresa num setor ainda muito pouco valorizado, aproveitando os nossos colaboradores, que continuam a ser os nossos melhores embaixadores para falar da STEF e das oportunidades oferecidas a todos. ●

NOVAS FORMAS DE RECRUTAMENTO

«**M**otorista, agente de cais, preparador de encomendas, manutenção imobiliária ou veículos... as nossas atividades são formidáveis e as possibilidades de carreira diversas. É preciso anunciá-lo!», começa Mohamed Razzouk, responsável de recursos humanos e de inserção profissional. O nosso setor está sob tensão - ou seja, as necessidades de recrutamento não são satisfeitas - passou a ser preciso ir ter com os potenciais candidatos e não nos contentarmos a aguardar os CV.

Então, onde devemos ir? «A qualquer lado onde os candidatos interessantes se encontram. Temos de sair do quadro habitual de recrutamento e saber descrever-nos. A saída de um estádio, em casa das pessoas, multiplicando as parcerias com as missões locais, as direções regionais da Pôle emploi, as associações ou ainda as ONG para os refugiados. E esta iniciativa é apreciada pelos nossos parceiros, somos reconhecidos como um interveniente empenhado na vida social no centro dos territórios.» Paralelamente a estas ações no terreno, desenvolvemos a nossa presença em todos os canais de comunicação através da

publicidade orientada, por exemplo, para dar a conhecer o vasto leque das nossas atividades. As nossas equipas também são os nossos primeiros embaixadores e estas multiplicam as ações de informação e de descoberta nos salões em que participamos ou nos sites de ofertas de emprego. Depois de encontrarmos os candidatos, possuímos um arsenal completo: tutoria, formação, escolas internas... «Procuramos competências consideradas transponíveis entre uma atividade e outra, explica Mohamed Razzouk. A título de exemplo, recrutámos uma colaboradora proveniente da restauração que passou pela nossa escola de condução e, atualmente, é motorista. A sua experiência deu-lhe o gosto pela relação com o cliente e sabemos que os nossos motoristas também são, muitas vezes, os primeiros intervenientes na nossa relação comercial. Todos ficaram a ganhar!» Após o recrutamento, a formação tem um papel essencial no sucesso da integração e fidelização dos colaboradores. «As nossas formações são abertas a todos, tanto a nível interno como externo. Dizem respeito às atividades de logística e de transporte. Isso permite-nos criar pontes e oferecer mais oportunidades de carreira. A fidelização também significa oferecer perspetivas.» ●



O OBJETIVO É ACOMPANHAR TODAS AS FORMAS DE TALENTO

Consciente de que os homens e as mulheres são a sua primeira riqueza, o Grupo instituiu a formação como um elemento essencial da sua cultura, do seu modelo de gestão e dos seus compromissos de RSE. Esta acompanha o desenvolvimento dos colaboradores com a implementação de vários percursos de promoção. Mais de 80 % dos nossos gerentes são provenientes da promoção interna. *«As transformações das nossas atividades são cada vez mais rápidas e os nossos colaboradores, em especial os mais jovens, desejam oportunidades para se desenvolver através de soluções personalizadas. O nosso objetivo é que cada um encontre o seu lugar na organização, que aí se desenvolva e fique muito tempo»*, explica Céline Luc, Diretora de Gestão de

talentos e Formação. Dois percursos ilustram este desejo. O «Percurso de chefe de equipa» propõe, há seis anos, acompanhar a evolução do emprego das pessoas já no cargo. Durante um ano, à razão de dois ou três dias por mês, cerca de dez chefes de equipa participam nesta formação de certificação sobre comunicação, gestão e atividade. «Liderança e visão» é o segundo percurso destinado aos futuros quadros dirigentes do Grupo, em parceria com a HEC. O seu objetivo é permitir-lhes desenvolver uma nova perspetiva sobre a evolução do nosso ambiente, enriquecer-se com contribuições externas e criar mais transversalidade a nível interno. Também significa fomentar a inovação, fazendo com que definam sua visão e reforcem a sua liderança. ●

Mais de

80 %

dos nossos gerentes são provenientes da promoção interna.



TESTEMUNHOS DA FORMAÇÃO HEC



Andrea Rossi

«As peças do puzzle encaixam-se e, de repente, tudo fica esclarecido. Começamos a pensar de outra forma.»



Guillaume Papillard

«Este módulo transformou a nossa forma de trabalhar e de animar as nossas equipas. É uma viagem só de ida, sem possibilidade de voltar e temos de estar preparados para mudar.»



TESTEMUNHOS DO PERCURSO DE CHEFE DE EQUIPA



Jérémy Mathieu

«Um verdadeiro bónus sobre os planos do trabalho e da dimensão humana. Ficamos mais fortes.»



Fabrice Collet

«Uma boa injeção de autoconfiança.»



Brahim Taleb

«Conseguí aplicar o que aprendi no meu dia a dia.»

ZOOM SOBRE A ESCOLA DE CONDUÇÃO

A escola de condução STEF foi lançada em 2021 em parceria com a AFTRAL, o 1.º organismo de formação em transporte e logística em França. A formação desta escola interna, que foi imaginada pelas equipas pedagógicas da AFTRAL e pelos especialistas nas atividades do Grupo, decorre durante 12 semanas e permite obter um título ou um diploma através de contratos de profissionalização ou de aprendizagem. A animação dos módulos dedicados ao transporte de produtos alimentares com temperatura controlada é garantida pelos condutores de referência formadores que fazem parte do Grupo. Aberta a candidatos externos e a equipas internas, já decorreram 12 sessões em 2022, contra 8 em 2021. 94 estagiário, dos quais 12 internos, já a aproveitaram no ano passado, com uma taxa de sucesso de 92 %. Um facto importante, a escola acaba de receber a sua primeira promoção exclusivamente feminina.

COMPROMISSO E INDEPENDÊNCIA, VIVA O COLABORADOR ACIONISTA!

A empresa pertence às pessoas que a fazem viver e crescer todos os dias. Conosco não é só uma fórmula! O nosso plano de poupança da empresa celebra, este ano, 30 anos. Resultado: mais de um colaborador em dois é, atualmente, acionista do Grupo e 73 % do capital é detido pela administração e pelas equipas. Na sua profissão, o nosso Grupo é uma figura pioneira graças a uma escolha audaz realizada desde 1993. Uma distribuição original do capital que representava, na época, um modelo inédito em França entre as empresas de dimensão comparável e única na Europa no setor logístico. Este colaborador acionista, constitui, como é evidente, a base de uma história humana e de um desejo de independência. Também é um fator de desenvolvimento e de envolvimento para todos os colaboradores, numa altura em que os meios de comunicação frequentemente transmitem as questões dos colaboradores sobre o sentido do seu trabalho. Também é uma garantia de independência e de estabilidade extraordinária para enfrentar um mundo de grandes transformações e realizar escolhas estratégicas a longo prazo em termos de investimento e de desenvolvimento. É, por fim, um modelo que suscita simpatia e confiança da parte dos nossos clientes perante o nosso entusiasmo coletivo! ●



CONJUGAÇÃO NO FEMININO

OBJETIVO:
aumentar de
25 %
o número de
mulheres nos
nossos efetivos até
2030.

Na União Europeia, as mulheres representam apenas 22 % dos assalariados no setor da logística e 12 % no transporte⁽¹⁾. Historicamente masculino, o nosso setor de atividade acusa um verdadeiro atraso em termos de diversidade. Perante esta constatação, o Grupo definiu como objetivo aumentar 25 % o número de mulheres nos seus efetivos até 2030. Agir sobre a diversidade e a igualdade profissional é a prioridade que nos move na nossa iniciativa MIX'UP. Desde 2021, possuímos um programa de formação e de sensibilização sobre as questões de igualdade e de diversidade. Paralelamente, definimos planos de ação por país que têm

como objetivo garantir uma integração e uma evolução de carreira justas. Também testámos organizações de trabalho flexíveis para desenvolver o equilíbrio entre vida profissional e pessoal e favorecemos o acompanhamento dos nossos colaboradores em termos de parentalidade. Sem esquecer a atenção dada às condições e aos ambientes de trabalho, com vestuário profissional e equipamentos adaptados a todos. E muitas hipóteses de mudar a imagem das nossas atividades e lutar contra os estereótipos! ●

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

INOVAÇÃO AO SERVIÇO DO AMBIENTE DE TRABALHO

«A preservação da saúde dos colaboradores passa por um ambiente de trabalho seguro. Quer estejamos a trabalhar numa simples melhoria das operações ou numa verdadeira transformação das atividades, fazemos uma análise do existente, bem como uma abordagem das limitações e das suas causas de forma a dar prioridade à redução do risco na fonte. Paralelamente, estamos constantemente à procura de propor novas soluções que surjam no mercado ou estimular iniciativas de construção conjunta. Também nos posicionamos no apoio às iniciativas no terreno, de forma a permitir a sua implementação permanente ou o seu lançamento de forma mais global», indica Jessica Maroud, especialista em ergonomia, quando lhe pedimos que nos descrevesse a implementação da iniciativa de saúde, segurança e condições de trabalho.

O palco está montado e Charles Georget, Diretor de Investigação e Engenharia, continua: «Temos um papel dinamizador no lançamento de projetos de inovação e somos proativos no teste de protótipos, em colaboração com as equipas operacionais, de prevenção e funções de apoio em questão. Isso traduz-se na implementação de novas ferramentas, como as «garras», que conseguem transportar embalagens

pesadas (sacos de farinha ou carne, pedaços de queijo,...) em vez das nossas equipas, «mesas de nivelamento» que permitem efetuar operações de manuseamento manual sem termos de nos baixar ou ainda soluções robotizadas, que privilegiamos para substituir as atividades mais restritivas e em ambientes difíceis. Tudo isso permite aos nossos colaboradores dedicarem-se a tarefas de elevado valor acrescentado, como a supervisão de equipamento ou de processos».

«Acompanhamos igualmente as nossas equipas operacionais nas suas iniciativas de testes de dispositivos de assistência física, como os exoesqueletos», acrescenta Benjamin Soubrier, especialista em ergonomia. «A adaptação das soluções às especificidades das nossas atividades, dos nossos polos, das nossas organizações e das competências existentes é incontornável desde o início do projeto porque condiciona a capacidade das nossas equipas de se apropriarem destas novas formas de trabalhar. É por isso que todas estas iniciativas devem ser realizadas em colaboração com todos os intervenientes dos polos, em particular a administração e a prevenção, porque continuam a ser os primeiros e principais interlocutores relativamente à saúde e à segurança dos nossos colaboradores.» ●

«A inovação permite aos nossos colaboradores dedicarem-se a tarefas de elevado valor acrescentado.»

Charles Georget,
Diretor de Investigação e Engenharia, Direção de Atividades

CONSCIENTES DAS NOSSAS DIFERENÇAS, RICOS COM OS NOSSOS TALENTOS

Organizado pela agência de notação extrafinanciera Humpact, o Grand Prix Humpact Emploi recompensa as empresas francesas cotadas em bolsa que têm políticas sociais virtuosas. Em 2022, a STEF foi premiada na categoria de pessoas com deficiência. Foi também o ano do nosso 6.º acordo empresarial sobre o emprego e a manutenção no emprego dos trabalhadores com deficiência para o período 2022-2024. Isto também confirma a nossa vontade de contribuir ativamente para a igualdade dos direitos e das oportunidades. Em França, a nossa taxa de emprego de pessoas com deficiência é de 7,65 % e é de 6,8 % ao nível do Grupo.



A SOLIDARIEDADE É UMA QUESTÃO DE AÇÕES

Os Restaurants du Cœur, representam 140 milhões de refeições distribuídas em 2022, mais de um milhão de pessoas acolhidas e 70 000 voluntário ao serviço dos mais desfavorecidos. Há mais de 15 anos que o nosso Grupo figura entre os parceiros da associação. Um compromisso que está em plena consonância com a nossa razão de ser porque se trata de garantir o abastecimento alimentar de todos, incluindo os mais desfavorecidos. Todos os anos, a recolha nacional decorre em março. Colocamos à disposição da associação os nossos meios logísticos para recuperar os donativos nas médias e grandes superfícies e encaminhá-los para os postos departamentais dos Restaurants du Cœur. Em 2022, participaram 15 filiais e recolheram 780 toneladas de mercadorias. Um acompanhamento operacional, simples e concreto, que vale todos os grandes discursos. Para além desta operação anual, colocamos à disposição da associação dos colaboradores



780
toneladas de mercadorias foram recolhidas por 15 filiais em 2022.

para ajudar na gestão dos stocks e otimizar o aprovisionamento dos seus centros de distribuição. O Grupo forma voluntários em direito social através do Institut des Métiers du Froid, o nosso organismo de formação. Por fim, desde este ano, assumimos o compromisso de integrar nas nossas escolas de formação um determinado número de pessoas provenientes dos Ateliers et Chantiers d'Insertion dos Restaurants du Cœur. No fim da sua formação, poderá ser-lhes oferecido um contrato sem termo enquanto motorista ou agente de cais. ●

SEGURANÇA: É MELHOR PREVENIR

17 000
colaboradores afetados pela iniciativa de prevenção.

Osso Grupo está empenhado numa gestão duradoura dos desafios de saúde, segurança e condições de trabalho (SSCT). Passámos de uma iniciativa corretiva para uma iniciativa de prevenção. Foi ultrapassada uma nova etapa em França em 2022 com a assinatura de um primeiro compromisso nacional à atenção da rede da CARSAT (caisse d'assurance retraite et de la santé au travail) e da CRAMIF (caisse régionale d'assurance maladie d'Île-de-France). Afeta os 17 000 colaboradores, independentemente dos contratos, presentes nos 190 polos da STEF em França. Os objetivos são limitar os fatores de risco de surgimento de problemas musculoesqueléticos,

reduzir a ocorrência de acidentes graves e reforçar a cultura de SSCT no Grupo. Em cada polo, serão orientados planos de ação com indicadores de acompanhamento mensais por equipas dedicadas. ●

Em 2022, assinatura de um primeiro compromisso nacional à atenção da rede da CARSAT e da CRAMIF.



**AÏSSATOU DIALLO,
PREPARADORA DE ENCOMENDAS EM RUNGIS**

CRESCER MELHOR COM CONFIANÇA

No polo de Rungis, dedicado à entrega ao domicílio, podemos cruzar-nos com Aïssatou, que trabalha na preparação de encomendas nas zonas de «frescos», «mercearias» e «frutas e legumes». «É um bom desporto», declara, quando percorre os corredores do armazém. Esta mulher determinada não perde tempo. Apenas alguns meses após a sua chegada, Aïssatou já é modelo de referência de integração para os novos recrutas. «Adoro partilhar o que sei», diz com orgulho. E como nada a detém,

também se especializou em F6, uma função que consiste em procurar os produtos em falta e que deveriam estar presentes de acordo com a informática. Seguem-se discussões com o serviço de gestão de stocks até que o problema seja resolvido. Quando fala dos seus dias, que começam com o briefing das encomendas e a recordação das instruções de segurança, rapidamente medimos o seu rigor. Tudo com uma boa dose de humor quando fala, fora do trabalho, da sua paixão pela música e do seu desejo sistemático de cantar a plenos pulmões.

«Para além do ambiente de trabalho com os meus 40 colegas, o que mais gosto é a confiança que os meus superiores depositam em mim. Antes era preparadora de encomendas temporária na Zara e no IKEA e procurava um cargo a termo incerto com a possibilidade de progredir e assumir responsabilidades. É o que tenho atualmente.» Um entusiasmo contagiante, já que o seu filho de 18 anos, que está a tirar o curso de informática, também pensa vir para o polo para seu programa de alternância. ●



**MATTEO BRUZZANO,
GESTOR DE ENERGIA, IMMOSTEF ITÁLIA**

DOMINAR A ENERGIA, UM COMPROMISO

«*A história contemporânea da nossa civilização acelerou-se no início do século XIX com o domínio da energia. É a coluna vertebral do nosso desenvolvimento e temos de aprender, atualmente, a geri-la melhor para a preservar*», começa, quase militante, Matteo Bruzzano, de 30 anos. Trabalha na «Cidade do Frio», é desta forma que chamam ao maior polo congelado do Grupo com 100 000 m², situado em Fidenza, perto de Parma. Originário

de Pavia, na Lombardia, Matteo obteve o seu diploma de Engenharia Energética em 2015. Atualmente, é um gestor de energia apaixonado. Um papel que consiste em produzir os diagnósticos de energia, propondo medidas de eficiência energética, gerir a certificação ISO 50001 do polo, negociar e comprar gás natural e eletricidade, medir o consumo dos polos através da leitura remota e acompanhar os projetos de construção de centrais fotovoltaicas em estreita ligação com a Blue Enerfreeze. Ao falar com Matteo,

que intervém em toda a península italiana, medimos a importância que dá ao necessário domínio energético. Ele repete várias vezes: «*Espero que a cultura da energia cresça ainda mais em todos os campos, em todas as nossas filiais e na mente de cada um de nós, seja na nossa vida profissional ou pessoal.*» ●

O QUE DIZEM OS COLABORADORES



MICHAËL AUVRAY, CHEFE DE OFICINA ADJUNTO NA VIRE
THÉO LOUVEL, APRENDIZ NA VIRE

TRANSMISSÃO, UM EXCELENTE PROGRAMA

«*Vemos chegar miúdos de 16 anos que vêm para o trabalho de bicicleta e, dois anos depois, com a licença no bolso, voam com as próprias asas*», diz, divertido, Michaël Auvray, de 48 anos, chefe de oficina adjunto na oficina de transporte da Vire, na Normandia. Estes «miúdos» são os aprendizes do polo. «*Chegamos e descobrimos uma eficiência e uma rapidez de execução que não imaginávamos*», conclui Théo Louvel, com apenas 18 anos, no segundo ano de aprendizagem na mesma oficina. Michaël é tutor há mais de um ano e faz com que Théo beneficie com os seus 29 anos de

experiência. Também é técnico de frio e adora transmitir o seu know-how e as boas práticas da profissão. Sem esquecer, acrescenta, o saber viver em equipa. Théo está sob o fascínio da descoberta do mundo profissional. «*Aqui, chegamos ao cerne da questão. Com 120 tratores e 193 semirreboques, os dias são bem preenchidos. Trabalhamos em planeamentos periódicos de verificação dos materiais, passagem pelas Minas, mas de um dia para o outro, a atividade evolui em função das falhas mecânicas que ocorrem, dos problemas na carroçaria ou até mesmo na refrigeração.*» E Michaël acrescenta: «*Os nossos materiais viajam*

dia e noite, incluindo fins de semana. O controlo, a manutenção e as reparações são, por isso, o nosso dia a dia e vivemos isso como desafios a superar. Somos cerca de vinte no polo e todos contam. É por este motivo que é gratificante ver que aprendizes como Théo crescem em contacto connosco e se tornam, progressivamente, autónomos. Uma dupla, um par... qualquer que seja o vocabulário que define a sua colaboração, Théo e Michaël enviam-nos uma mensagem: a transmissão é uma ótima ideia para unir as gerações. ●



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

A ARTE DE AJUDAR A TOMAR DECISÕES

É «data scientist», uma daquelas profissões que tem sempre de explicar um pouco no decorrer de uma conversa. «É uma atividade que recolhe todos os dados sobre um tema e que depois os analisa para ajudar a tomar uma decisão. Para isso, baseia-se nas matemáticas, na informática e na experiência profissional. No Grupo podemos, por exemplo, trabalhar na análise das distâncias percorridas pelos operadores de empilhadoras no armazém para otimizar os processos e encontrar novos circuitos. Para isso, baseamo-nos nos mapas do polo, na análise dos percursos

e nas discussões com os colaboradores em questão», explica Aurélie Le Leannec, que faz parte do Grupo há três anos. «Utilizamos um conjunto inesgotável de dados para trabalhar em todos os campos. Detetar as situações de risco para prevenir melhor os acidentes de trabalho, conhecer os nossos clientes e as suas necessidades para adaptar as nossas ofertas ou ainda realizar previsões de atividade. É claro que, ao longo de sua longa história, o Grupo não nos esperou para estudar os números ou as estatísticas. Mas a nossa atividade vai mais longe, fornecendo recomendações às atividades que se baseiam nos algoritmos

de inteligência artificial», explica esta bretã, mãe de duas crianças de 2 e 9 anos. «Após o meu diploma obtido em Rennes, em 2004, iniciei a minha carreira em Paris, no service data de Bouygues Telecom sobre conhecimento do cliente e depois trabalhei para a Ouest-France sobre os comportamentos dos internautas. Atualmente, regressei a Vannes, no Morbihan, que é o berço da minha infância e estou feliz aqui!» ●

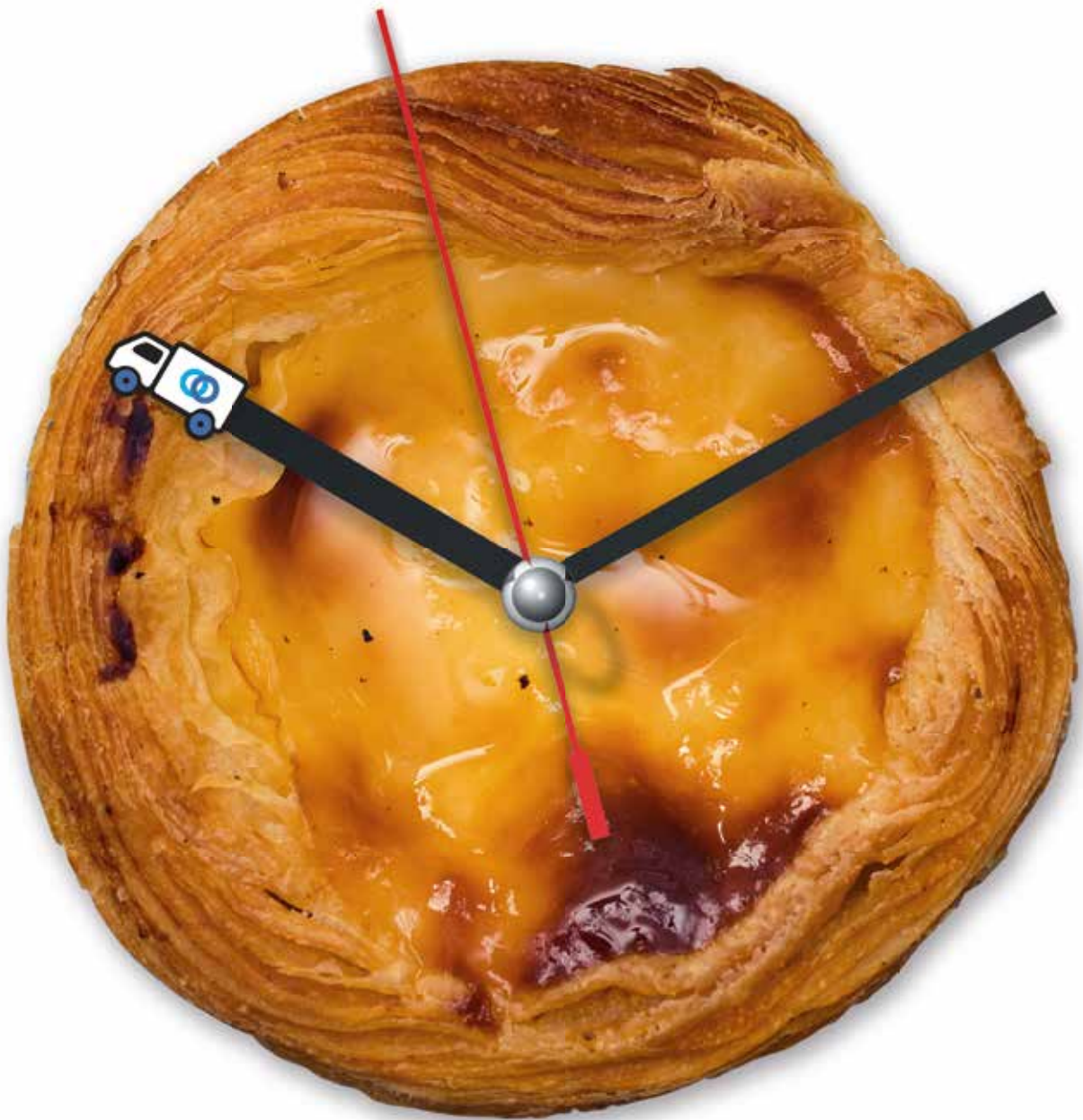
**ERNESTO COLOMA,
DIRETOR DO POLO IMOBILIÁRIO E ENERGÉTICO IBÉRICO**

AO SERVIÇO DE UM CRESCIMENTO SUSTENTÁVEL

O planeta é muito pequeno para Ernesto Coloma, que o percorre desde o início da sua carreira. Para seguir o seu itinerário, é preciso partir de Espanha para ir a França, depois passar pela Tailândia, regressar por Londres e Barcelona antes de o encontrar, hoje, em Lisboa. Aos 38 anos, este globetrotter pai de duas crianças e casado com uma argentina que conheceu em Bordéus possui uma bela carreira internacional, nomeadamente na logística. Entrou para o nosso Grupo há três anos. O seu papel? Gerir as suas atividades

imobiliárias e energéticas na Península Ibérica. «Adoro esta ideia de contribuir para preparar o futuro em termos de capacidades, não perdendo de vista o dia a dia das nossas atividades.» Um objetivo ambicioso situado na encruzilhada das diferentes atividades, das necessidades dos nossos clientes e da consideração da pegada ambiental. «O interesse de um Grupo cujos colaboradores detêm a maioria do capital é que possamos ter uma visão a longo prazo ao contrário das sociedades detidas por fundos de investimento que procuram uma rentabilidade a curto prazo. Sem perder de vista o dia a dia, temos a possibilidade

de nos colocar realmente ao serviço de um crescimento sustentável.» Desta forma, em Madrid, encoraja a equipa de projeto responsável pelo Energy Lab, cujo objetivo é melhorar o desempenho operacional ao experimentar soluções energéticas do futuro, como a produção e o armazenamento de hidrogénio a partir de excedentes de eletricidade fotovoltaica. Objetivo: aumentar a parte da energia autoproduzida e autoconsumida. Todo um programa que, espera ele, sirva de modelo dentro do Grupo. ●



O CUMPRIMENTO DOS PRAZOS É ESSENCIAL.

Garantir o aprovisionamento dos consumidores
é a nossa missão.
Cuidar dos produtos dos nossos clientes e entregá-los
a tempo é a nossa especialidade.

STEF

CUSTOMER CARE

COLOCAR O CLIENTE NO CENTRO DE TODAS AS NOSSAS ATENÇÕES



SER LÍDER muitas vezes confere mais responsabilidades do que imaginamos. Uma responsabilidade operacional, em primeiro lugar, baseada na eficácia, qualidade, respeito dos prazos e das temperaturas e a nossa ligação com um trabalho bem feito. Mas isso não é suficiente. É necessário integrar uma confiança emocional, ou seja, uma escuta contínua e sincera das necessidades dos nossos clientes, uma maior partilha do know-how e uma visão partilhada das evoluções das nossas atividades acompanhada de uma proximidade atenta diariamente. Na STEF, é o que chamamos customer care ou o facto de colocarmos os nossos clientes no centro das nossas decisões e da nossa organização. É um estado de espírito que pretendemos cultivar todos os dias, em todos os locais onde nos encontramos, independentemente das culturas dos países e das nossas atividades.

COLOCARMO-NOS NO LUGAR DOS NOSSOS CLIENTES

A cabar com o Serviço Pós-Venda de antigamente e dar lugar a uma nova era. O customer service instituído no âmbito das atividades de restauração fora do domicílio é a ilustração concreta do espírito de customer care. Tudo começou em 2016, quando os operadores que geriam as encomendas tratavam indiscriminadamente todas as marcas e as equipas em contacto com os clientes não dispunham das informações relacionadas com as encomendas efetuadas. «Com os nossos clientes, detalha Rodrigue Dreydemy, Diretor de Operações, business unit RHD, decidimos reformular todo o sistema. Iniciámos a reflexão com base nas necessidades do restaurante e, logicamente, criámos centros especializados por cliente ou tipo de cliente, consoante a sua dimensão. Todas as funções de back e front-office passaram a ser asseguradas por equipas unificadas que possuem um conhecimento completo das marcas e dos seus problemas. Para desenvolver esta proximidade ao máximo e compreender melhor as suas necessidades, as equipas partem regularmente para o terreno para viver a vida quotidiana dos restaurantes.»

«Iniciámos a reflexão a partir da necessidade do restaurante.»

**Rodrigue Dreydemy,
Diretor de Operações,
business unit RHD**

Atualmente, o operador que gere as encomendas possui um verdadeiro painel de controlo onde visualiza a evolução de uma encomenda. Pode consultar o histórico do restaurante e manter uma relação duradoura graças a lembretes que lhe permitem ser proativo. E, quando surge um problema, o restaurante agora recai diretamente sobre a pessoa certa ou o departamento certo. «Para possuir um sistema operacional fiável, trabalhamos com as nossas equipas dos sistemas de informação para recombinares os meios que já estavam à nossa disposição. E continuamos a inovar. Neste momento, estamos a testar um dispositivo baseado no histórico das encomendas que propõe aos nossos clientes a otimização dos seus aprovisionamentos se os nossos camiões que os entregam ainda possam receber produtos. Por fim, os restaurantes possuem uma ferramenta de avaliação contínua que analisa as insatisfações, mas também as satisfações. Com base nestas informações, implementámos em seguida as melhores práticas para outros clientes», conclui Cédric Retière, Diretor Comercial, business unit RHD. ●



FOCUS GROUPS UMA REVOLUÇÃO VIRTUOSA

O customer service italiano é, em primeiro lugar, uma organização composta por uma equipa de especialistas e de ferramentas dedicadas a otimizar a relação com o cliente. Com, nomeadamente, um sistema inédito de gestão das anomalias através da emissão de tickets na Salesforce. É também um organismo mensal, o comité de clientes permanente, que reúne os diretores operacionais para estudar exclusivamente os pedidos dos clientes, inventar soluções para lhes responder e depois partilhá-las por todo o país. Por fim, são meios

«A construção conjunta é o sentido da história.»

Simona Barbieri,
Diretora Comercial e de Marketing,
STEF Itália

de escuta inéditos através do lançamento de focus groups desde novembro de 2022. Uma pequena revolução cultural. «*Se queremos colocar o cliente no centro da nossa atividade, temos de começar por ouvi-lo. Ouvir quer dizer aceitar a crítica. Ouvir já não é tentar dar respostas imediatas, mas compreender o que está por trás de uma observação*», explica Simona Barbieri, Diretora Comercial e de Marketing, STEF Itália, que entrou para o Grupo após uma longa experiência de escuta no GS1-ECR, o organismo europeu responsável por encontrar soluções partilhadas entre industriais, operadores logísticos e distribuidores. «*Doravante, quando temos um projeto, apresentamo-lo em primeiro lugar aos nossos clientes para ouvirmos o seu ponto de vista e integrar os seus comentários e sugestões desde a conceção. Não só os nossos clientes ficam felizes por estarem envolvidos, mas isso também nos permite alcançar um projeto final que não precisa de correções posteriores. E, para que outros países do Grupo também queiram, criámos uma pequena «biblia» para ajudá-los.*» ●

Uma equipa de especialistas e ferramentas dedicadas a otimizar a relação com o cliente.

BU FLUXOS INTERNACIONAIS: MAIOR ESPECIALIZAÇÃO E COMPETÊNCIAS

Desde 1 de janeiro de 2023, a nossa rede europeia de gestão de fluxos internacionais ficou mais rica com a criação de uma business unit dedicada em França. «*O crescimento dos fluxos e o Brexit deram origem a novas expectativas em termos de transporte e de logística*», explica Franck Prié, o seu diretor. «*É por isso que decidimos reunir a nossa experiência internacional presente em França para otimizar os serviços e a satisfação dos nossos clientes.*» A nova business unit Fluxos Internacionais reúne, de facto, duas atividades já existentes, STEF International e STEF Overseas. Com sete agências distribuídas pelo território francês, opera principalmente no campo do transporte rodoviário com temperatura controlada, em camiões completos

«Conseguimos tratar todos os fluxos de importação-exportação.»

Franck Prié,
Diretor da business unit Fluxos Internacionais em França

e em grupagem, nos oito países onde o Grupo está presente, mas também noutros 22 países na Europa, graças a parcerias celebradas com intervenientes de referência. «*Com o intuito de responder às necessidades do mercado, posicionamo-nos igualmente como comissários na alfândega e no transporte internacional ar-mar. Com mais competências, conseguimos tratar todos os fluxos de importação-exportação, com as suas formalidades alfandegárias associadas.*» Desta forma, no mercado internacional de Rungis, a business unit possui uma estrutura que tem a qualidade de operador económico autorizado (OEA), de desalfandegamento centralizado nacional (DCN) e tem certificação International Air Transport Association (IATA). ●



O COMPROMISSO A LONGO PRAZO É ESSENCIAL.

Ligar eficazmente os produtores aos distribuidores
e restauradores é a nossa missão.
Fazê-lo desenvolvendo uma relação de confiança duradoura
é a nossa especialidade.

STEF 

O QUE DIZEM
OS CLIENTES



**BENOÎT GENDROT,
DIRETOR DA SUPPLY CHAIN DA LINDT FRANÇA**

«COM A STEF, FORMAMOS UMA ÚNICA EQUIPA»



Presente em mais de 120 países, atualmente, a Lindt & Sprüngli é reconhecida como líder do mercado dos chocolates de qualidade premium. Em França, a empresa conta com 1200 colaboradores com um polo de produção em Oloron-Sainte-Marie, nos Pireneus Atlânticos. «Trabalhamos com a STEF há 30 anos e acabámos de renovar a nossa colaboração até 2028», explica Benoît Gendrot, Diretor da Supply Chain da Lindt França. De acordo com as sondagens realizadas junto dos nossos clientes, figuramos no top 3 dos melhores fabricantes de mercearia, nomeadamente graças à eficácia operacional da nossa cadeia de abastecimento. A nossa ambição é, por isso, inscrever a Lindt França como uma referência na matéria de forma duradoura.

A nova parceria que acabámos de assinar com a STEF alargou-se à nossa atividade de e-shop, que é realizada no seu polo de Orléans, no Loiret, bem como à distribuição internacional de produtos que fabricamos em Oloron-Sainte-Marie. Há 30 anos que partilhamos muitos valores em conjunto e o mesmo desejo de otimizar as nossas respetivas atividades para reduzir a nossa pegada de carbono.» Para acompanhar a Lindt a longo prazo, a STEF dotou-se de um dispositivo imobiliário dedicado aos produtos temperados com dois polos localizados em França, um a norte de Orléans e o outro em Saint-Sever, nos Landes. A Lindt é, atualmente, o cliente número 1 da business unit de temperado seco alimentar do Grupo, em França. ●



**PHILIPPE STRETZ,
PRESIDENTE DA LIGHTBODY EUROPA**

«STEF? UM GRANDE GRUPO QUE SABE TER A FLEXIBILIDADE DE UMA PME»



«Somos importadores, por isso temos três desafios: trazer as mercadorias necessárias do Reino Unido, de Itália, da Grécia e de outros locais a tempo e horas, armazenar os nossos produtos e preparar as encomendas e, por fim, entregar aos nossos clientes GMS em França, no Benelux e na Suíça. Tudo com uma cadeia total da STEF.» O cenário é imediatamente apresentado por Philippe Stretz, Presidente da Lightbody, mais conhecida pelo nome comercial de «Supergâteaux» pelos consumidores. Uma empresa de Rennes com cerca de trinta colaboradores que

oferece bolos de aniversário com licença da Marvel, Disney ou ainda Nickelodeon. «Trabalhamos com a STEF desde a nossa criação. Parti de zero atividade e os meus interlocutores da STEF da época nunca me falaram mal. Confiaram em mim e comercializámos progressivamente gamas de produtos frescos, congelados e TSA. Para mim, proximidade e disponibilidade são as duas palavras que resumem melhor a nossa colaboração e acho que o facto de os meus interlocutores da STEF também serem acionistas da sua empresa muda tudo. Desde 2018, também realizamos e-commerce juntos, mesmo que a nossa atividade ainda esteja 95 % virada para as GMS.» ●

**JOSÉPHINE BOURNONVILLE,
COFUNDADORA DA OMIE & CIE**

«DIMENSÕES DIFERENTES, MAS A MESMA AMBIÇÃO DE RIGOR COM A STEF»



1 /3 dos gases com efeito de estufa é proveniente da nossa alimentação, segundo um relatório do GIEC. Para favorecer o equilíbrio dos sistemas e combater o aquecimento climático, a Omie & Cie é a primeira marca francesa a comercializar produtos provenientes da agricultura regenerativa, respeitadora dos solos e da biodiversidade. «Começámos há dois anos e distribuímos os nossos produtos através de dois circuitos: ao domicílio a partir do nosso polo e através de distribuidores. No início, garantíamos o armazenamento dos nossos produtos, a preparação das encomendas e a expedição para casa dos nossos clientes a nível interno. Depressa chegámos à saturação e tomámos a decisão de nos virar para a STEF, um profissional da cadeia de abastecimento que possuía uma experiência reconhecida em termos, especialmente, de e-commerce, conta Joséphine Bournonville, cofundadora da Omie & Cie. Para a entrega ao

domicílio, a nossa promessa é forte porque nunca excedemos um prazo de dois dias de entrega após a encomenda, e até um dia para os parisienses. Além disso, os nossos produtos são frágeis, já que a sua embalagem costuma ser de vidro. Mas podemos contar com a excelência operacional das equipas da STEF do polo de Lieusaint, em Seine-et-Marne. Para nós, é uma garantia de rigor e de fiabilidade que nos permite uma dedicação completa à investigação de produtos cada vez mais virtuosos e ao nosso desenvolvimento.» A Omie & Cie conta já com mais de 14 000 clientes, o que representa cerca de 1500 encomendas por mês. O seu volume de negócios duplicou no espaço de um ano e a empresa, que acaba de realizar uma angariação de fundos, conta continuar com este ritmo. A parceria STEF e Omie & Cie insere-se no âmbito da oferta e-Food Logistics para acompanhar as start-up do setor alimentar no seu desenvolvimento. ●

PAUL JABOULET AÎNÉ

AURÉLIEN FLOQUET
DIRETOR DA PRODUÇÃO E DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL
DA MAISON PAUL JABOULET AÎNÉ

«UMA PARCERIA HISTÓRICA COM A STEF»



Entre a Maison Paul Jaboulet Aîné, vinhedo do vale do Rhône que produz e comercializa vinhos provenientes da agricultura biológica, e a STEF existe uma história duradoura. «Muito mais do que uma simples relação entre cliente e fornecedor, é uma parceria que nos liga há mais de 25 anos, declara Aurélien Floquet, Diretor da Produção e Desenvolvimento Sustentável. *Conhecemos bem e isso é verdadeiramente apreciável.*» Conhecido pelo Hermitage com a colheita «La Chapelle» classificada entre os melhores vinhos do mundo, a Maison Paul Jaboulet Aîné confia todos os anos 80 % dos seus fluxos à STEF. «Fornecemos os restaurantes, as adegas, mas também os salões internacionais, a *Assemblée nationale* e até mesmo o *Élysée*, continua. As nossas obrigações são exigentes. É preciso fornecer profissionais com horários rígidos a respeitar, por um lado, mas também garantir a segurança das

nossas mercadorias, que despertam muita cobiça. Os riscos de atos maléficos devem ser antecipados. Além disso, os nossos produtos são sensíveis e a temperatura controlada permite preservá-los de momentos de muito frio ou de muito calor que possam alterá-los.» Instalou-se uma verdadeira relação com o polo da STEF de Valence, na Drôme. A recolha decorre todos os dias, de segunda a quinta-feira, e trimestralmente é realizado um relatório de transporte. «Esta parceria é histórica e é mantida ao longo do tempo por uma boa relação e valores comuns, como a consideração da descarbonização dos fluxos de transporte.» ●

PLANET CARE

UM EMPENHO COLETIVO QUE SE VIVE DIARIAMENTE



NA FRENTE das alterações climáticas, o planeta estabeleceu os seus limites. Cabe-nos gerir o impacto da nossa atividade no ambiente, por um lado, e adaptar a nossa organização face aos riscos climáticos, por outro. Para preparar a cadeia de abastecimento do futuro, estamos empenhados há mais de 15 anos num desafio histórico: inventar uma cadeia de abastecimento mais virtuosa para continuarmos o aprovisionamento das populações de forma sempre mais sustentável, onde quer que estejam. Para isso, mobilizamos as nossas equipas e investimos todos os dias para definir o futuro através de uma mobilidade sustentável e de uma produção de frio responsável.

MOVING GREEN, UNA INICIATIVA CATALISADORA

Face aos diversos desafios colocados pelas alterações climáticas, o nosso Grupo está empenhado há vários anos na transição energética das suas atividades. Isto concretizou-se, em 2021, através da oficialização da sua iniciativa sobre Clima chamada Moving Green. Aprovada pelos colaboradores e colocada sob a responsabilidade da Comissão Executiva, tem uma organização dedicada e formas de atuação proativas. Baseia-se em dois objetivos quantificáveis: reduzir 30 % os gases com efeito de estufa (GEE) dos nossos veículos até 2030⁽¹⁾ e utilizar 100 % de energias baixas em carbono⁽²⁾ nos nossos edifícios até 2025. Mas também não se esquece da importância de fazer parte de um ecossistema com dois objetivos associados: apoiar os nossos subcontratantes numa abordagem virtuosa e sensibilizar as nossas equipas para as alterações climáticas. Dois anos após o lançamento, os resultados são encorajadores: as nossas emissões de gases com efeito de estufa já diminuíram 16 %. As mudanças foram diversas, desde a otimização dos planos de transporte e melhoria das taxas

1. Em gCO₂e/t.km em relação a 2019.
2. Baixo carbono = renovável ou nuclear.

100 %
*de energias baixas
em carbono
nos nossos edifícios
até 2025.*

de ocupação das viaturas até à evolução dos comportamentos de condução e à renovação da nossa frota de veículos de energias alternativas. Nos nossos edifícios, a eletricidade baixa em carbono já representa 76 % dos consumos graças ao desenvolvimento das nossas capacidades de autoprodução a partir da tecnologia fotovoltaica, geridas pela nossa filial Blue EnerSun. Do lado da subcontratação, as nossas equipas trabalharam com os nossos fornecedores, ajudando-os a realizar diagnósticos na sua frota de veículos, implementando novos contratos que incluíam compromissos ambientais e lançando um dispositivo de certificados e poupança de energia (CPE) para a evolução do seu material. A nível interno, o lançamento da *Climate School* permitiu a uma parte das nossas equipas de beneficiar de módulos de e-learning sobre a transformação sustentável, sem esquecer a pretensão de iniciativas desenvolvidas nos países, como o projeto «zero plástico» em Itália. Sem dúvida que estamos no caminho certo para uma cadeia de abastecimento descarbonizada. ●



Reduzir
30 %
*dos gases com efeito
de estufa (GEE)
dos nossos veículos
até 2030.*

FORMAR PARA TRANSFORMAR AS NOSSAS ATIVIDADES DE FORMA SUSTENTÁVEL

A *Climate School* tem como objetivo divulgar a cultura do desenvolvimento sustentável junto das nossas equipas e envolvê-las numa transição sustentável bem-sucedida enquanto colaboradores, mas também enquanto cidadãos. Graças a uma melhor compreensão dos diferentes problemas ambientais e das suas possibilidades de ação no dia a dia, ultrapassa o âmbito profissional. «*Todos os nossos colaboradores conectados têm acesso a esta sensibilização sobre o desenvolvimento sustentável através da nossa plataforma de formação digital. O facto de ser acessível mediante pedido, sob a forma de três módulos de vídeo, permite-nos chegar ao maior número de pessoas possível e propor a todos uma formação à distância*», explica Céline Luc, Diretora da Gestão de Talentos e Formação. Os primeiros feedback demonstram o grande interesse dos nossos colaboradores sobre os desafios climáticos.

OPTIDRIVE, O REFLEXO DIÁRIO

A mobilidade sustentável diz respeito, claro, à utilização de energia alternativas na nossa frota de veículos, mas não só. A evolução dos nossos hábitos de condução também é essencial. Para isso, como complemento das formações de condução ecológica, equipámos os nossos veículos com a solução Optidrive, uma ferramenta de acompanhamento e de adaptação do comportamento de condução que melhora o seu consumo. Destinado aos condutores, bem como aos seus gestores, este acompanhamento tem como objetivo fazer com que os comportamentos diários evoluam e aproximar-nos, todos os anos, dos nossos objetivos de redução da nossa pegada de carbono. ●

«*A Climate School tem como objetivo divulgar a cultura do desenvolvimento sustentável.*»

Céline Luc,
Diretora da Gestão
de Talentos e
Formação



BIOCOMBUSTÍVEIS, A ALTERNATIVA VEGETAL

A utilização do biocombustível Oleo100, totalmente proveniente de colza francesa, já é real em 120 dos nossos veículos. Mas, por agora, está disponível apenas em França. Não importa, existem outras alternativas noutros sítios. É o caso do HVO (*Hydrotreated Vegetable Oil*, ou óleo vegetal hidrotratado). Este biocombustível é fabricado a partir de matérias-primas residuais vegetais ou animais que se transformam em combustível quando entram em contacto com hidrogénio a alta pressão. O HVO possui várias vantagens: emite entre 60 e 90 % menos gases com efeito de estufa do que o gasóleo e indiscutivelmente menos poluentes atmosféricos (partículas finas, óxidos de azoto...). Por fim, de um ponto de vista prático e operacional, pode ser utilizado diretamente nos motores a diesel existentes, sem modificação. A nossa filial de Langdons faz andar desde janeiro de 2022 mais de

Mais de
40
veículos com HVO
(Hydrotreated
Vegetable Oil,
ou óleo vegetal
hidrotratado).

40 veículos com HVO. Uma solução para o futuro desde que estejamos atentos à virtuosidade das matérias-primas utilizadas. ●



BIOGNV PARA A MOBILIDADE DO FUTURO



«**L**ançámos a primeira estação de gás do Grupo no início do ano», indica com orgulho Frédéric Guyet, Diretor do Polo de Plessis-Pâté que fornece, nomeadamente, 120 restaurantes na Île-de-France e Normandia. «Esta aprovisionará a partir de 2023 cerca de vinte veículos com bioGNV do polo de Plessis-Pâté e de Bondoufle, nas proximidades. Também poderemos servir de estação para os nossos subcontratantes. A longo prazo, serão 50 os veículos que utilizarão esta estação.» Iniciada em 2021 numa iniciativa de construção conjunta com o nosso cliente, uma grande marca da restauração rápida, esta estação contribui para diminuir bastante a pegada de carbono das nossas atividades graças, nomeadamente, à utilização do biometano, um gás verde renovável proveniente da metanização de resíduos agrícolas ou das estações de depuração. ●

20
É o número
de veículos com
bioGNV que
a estação de Plessis-
Pâté em 2023
alimentará.

AS CENTRAIS FOTOVOLTAICAS FLORESCEM NA EUROPA



Com quase 5000 painéis em 15 000 m² de telhado, são quase quatro estádios de futebol, a maior central fotovoltaica instalada em França acaba de ver a luz do dia. Alimenta o polo de Vaulx-Milieu, perto de Lyon, especializado na logística e acondicionamento de produtos de mercearia salgados e doces. Graças a uma produção de 2700 MWh por ano, abrangerá 45 % das suas necessidades energéticas. Um exemplo seguido pelo polo de Bodegraven, nos Países Baixos, que se equipou com 1700 painéis solares que irão gerar 580 MWh por ano, ou seja, cerca de 30 % do seu consumo total. O Grupo já possui 32 centrais em funcionamento em Itália, Espanha, Portugal, França, Bélgica e Países Baixos. 11 outras centrais já estão em fase de construção. A transição energética está em marcha! ●

32
centrais em funcionamento em Itália, Espanha, Portugal, França, Bélgica e Países Baixos.

EMBELEZAR A VIDA GRAÇAS À BIODIVERSIDADE

«**D**eterminados em reduzir o nosso impacto nos ecossistemas que nos albergam, já realizámos melhorias voluntárias em cerca de cinquenta polos», começa Servane Le Goff, Chefe de Projeto na Direção de Desenvolvimento Sustentável. O exemplo de Darvault, no sul de Paris, é testemunho disso. «Tínhamos um projeto de extensão da nossa plataforma situada à beira da autoestrada e os trabalhos de terraplanagem necessitavam da evacuação de um grande volume de resíduos, detalha François de Vitry, Responsável de Missão na IMMOSTEF. Em vez de uma evacuação para outro local, propusemos à Câmara Municipal realizar uma pequena colina ajardinada com uma área de 6 ha num terreno baldio vizinho, que comprámos e cedemos à comunidade. Isso cria uma barreira contra ruído entre a aldeia e a autoestrada e um espaço preservado, composto principalmente por plantações de refúgio para a fauna. A isso também

se juntou o desenvolvimento de um percurso suave para ligar os restantes concelhos, bem como um percurso pedestre pedagógico.» Também se realizam outros tipos de iniciativas, como no polo de Tubize, na Bélgica, que prepara uma gestão diferenciada do terreno vizinho. No menu, três tipos de espaços verdes: «cuidado» para uma manutenção regular, «intermédio» para uma manutenção menos intensiva e, por fim, «natural» para promover a biodiversidade espontânea, nomeadamente através da criação de hotéis de insetos e colmeias. ●

«Já realizámos melhorias voluntárias em cerca de cinquenta polos.»

Servane Le Goff,
Chefe de Projeto,
Direção de Desenvolvimento Sustentável



STEF 

MOVING GREEN 

E SE ABANDONÁSSEMOS OS NOSSOS PRECONCEITOS SOBRE COMBUSTÍVEL? Em breve, os biocombustíveis franceses irão fazer avançar os nossos camiões e ajudar-nos a reduzir a sua pegada de carbono. E isso não é tudo! Estamos também a trabalhar na introdução de soluções elétricas e de hidrogénio na nossa frota. O futuro da mobilidade será moldado pela combinação destas tecnologias.

O NOSSO OBJETIVO: -30% DE EMISSÕES DE GASES DE EFEITO DE ESTUFA ATÉ 2030.

CONSUMER CARE

A UNIÃO SAGRADA DAS TECNOLOGIAS E DOS COMPORTAMENTOS



A SEGURANÇA SANITÁRIA dos alimentos é a nossa prioridade. Decidimos inseri-la na nossa razão de ser porque, na longa cadeia que leva os produtos alimentares do seu local de produção para o seu local de distribuição e depois de consumo, representamos um elo chave em termos de prestações de serviços logísticos e de transporte com temperatura controlada. Para garantir esta importante responsabilidade, temos dois trunfos: a implementação de tecnologias de ponta nos nossos equipamentos e os nossos comportamentos individuais e coletivos a todos os níveis da empresa.

3 PERGUNTAS PARA STÉPHANE LEFEBVRE, DIRETOR DE SEGURANÇA SANITÁRIA

QUAIS SÃO AS RESPONSABILIDADES DA STEF EM TERMOS DE SEGURANÇA SANITÁRIA DOS ALIMENTOS?

Temos uma obrigação de resultados e não de meios. Ou seja, temos de fazer tudo o que estiver ao nosso alcance para preservar a integridade dos alimentos que nos são confiados. Tudo começa com controlos rigorosos durante a sua recolha e assim que chegam: verificação da temperatura, inspeção do estado da mercadoria, da sua embalagem, odor, verificação das datas de consumo e da legibilidade dos elementos que garantem a sua rastreabilidade... Nada deve ser deixado ao acaso. A nós cabe-nos garantir as condições perfeitas de conservação durante o armazenamento ou o transporte com níveis de temperatura dominados e adaptados às diferentes gamas para oferecer um alimento que não esteja alterado ao consumidor. Mesmo que sejamos apenas uma etapa da cadeia, estamos conscientes das nossas responsabilidades. Trabalhamos com todo o setor agroalimentar, produtores, fabricantes, destinatários, claro, mas também com os nossos colegas, sindicatos ou associações profissionais. Concebemos juntos, por exemplo, um guia de boas práticas para as nossas atividades. E partilhamos, como é evidente, as nossas exigências com os nossos fornecedores de veículos, de conjuntos frigoríficos e, claro, com os nossos subcontratantes e parceiros.



«Não fazemos concessões com a segurança sanitária dos alimentos.»



COMO GARANTEM A PREVENÇÃO E A DETEÇÃO DE ANOMALIAS?

Mesmo que já tenhamos ferramentas e know-how comprovado nesta área há muito tempo, continuamos a melhorar os nossos processos, ao mesmo tempo que controlamos os nossos consumos de energia. Testamos e implementamos sistemas inovadores de vigilância e de alerta em tempo real para detetar as situações de risco. Por exemplo, conseguimos obter um registo da temperatura de cada compartimento frigorífico e uma localização dos nossos veículos. Elevamos o nosso nível de exigência todos os dias: trabalhamos atualmente em algoritmos com o objetivo de prever o impacto das variações de temperatura nos veículos sobre as mercadorias em função do número de pontos de entrega e da temperatura exterior.

COMO ENCORAJAR MELHOR OS COMPORTAMENTOS FAVORÁVEIS PARA A SEGURANÇA DOS ALIMENTOS NO GRUPO?

Estamos apetrechados em termos tecnológicos, mas o comportamento humano continua a ser a chave. É fundamental desenvolver um sistema de valores, de crenças e de normas comuns que tenham um impacto positivo no estado de espírito e no comportamento de todos os nossos operadores em relação à segurança dos alimentos. Desenvolvemos ações de sensibilização e de formação a todos os níveis apoiando-nos, nomeadamente, no e-learning para alcançar o maior número dos nossos colaboradores, incluindo os nossos motoristas. ●

A INVESTIGAÇÃO AO SERVIÇO DA SEGURANÇA DOS ALIMENTOS

O nosso Grupo lançou um projeto de investigação-ação sobre a cultura de segurança dos alimentos com o laboratório GRePS (Grupo de Investigação em Psicologia Social), ligado à Universidade Lumière Lyon 2. Desde fevereiro, Lucille Topin, doutoranda em Psicologia do Trabalho, integrou o Grupo para realizar um trabalho de tese supervisionado por Sabrina Rouat (professora-investigadora em Psicologia do Trabalho) e Sabine Caillaud (professora-investigadora em Psicologia Social). Este tinha como objetivo compreender melhor o trabalho dos diferentes

intervenientes envolvidos na segurança dos alimentos e os desafios que estas exigências implicam para cada um deles. Isto servirá para a construção conjunta de uma experiência que pode desenvolver práticas proativas, não só determinadas por procedimentos que é preciso respeitar, mas por um sistema de valores e de normas que os intervenientes adotam. Esta colaboração insere-se numa vontade dos investigadores da Universidade de se envolverem no terreno e construir respostas para os problemas práticos encontrados ao trabalhar no desenvolvimento das organizações, mas também das pessoas. ●

Construir uma experiência em conjunto para desenvolver práticas proativas.





O CONTROLO DA CADEIA DE FRIO É ESSENCIAL.

Garantir aos consumidores o acesso à diversidade
e ao prazer alimentar é a nossa missão.
Armazenar, acondicionar e transportar os alimentos
com toda a segurança é a nossa especialidade.

STEF 

INOVAÇÃO INOVAÇÃO, UMA ALAVANCA IMPORTANTE



A HISTÓRIA DO NOSSO GRUPO está intimamente relacionada com as inovações que mudaram a história da cadeia de abastecimento dos produtos alimentares frescos e congelados. Se inovamos para acompanhar o desenvolvimento dos nossos clientes e as mudanças dos seus mercados há 100 anos, decidimos estruturar a nossa iniciativa em 2020 para responder aos novos desafios económicos, sociais e ambientais do nosso setor. Já coordenada ao nível do Grupo, esta iniciativa voluntária envolve todas as áreas, direções operacionais e funções de apoio. Visa responder melhor às expectativas dos nossos colaboradores e dos nossos clientes. Pretendemos desenvolver a atratividade e a liderança do nosso Grupo através das nossas inovações.

3 PERGUNTAS PARA LAURENCE PICOT, DIRETORA DA TRANSFORMAÇÃO E DA INOVAÇÃO

QUAL É O LUGAR DA INOVAÇÃO NA STEF?

A inovação não é um fim em si. A inovação é, em primeiro lugar, algo novo que dá valor à empresa, colaboradores, clientes e, mais globalmente, à sociedade. E é também uma alavanca para atingir a nossa ambição estratégica. Para nos diferenciarmos a longo prazo dos outros intervenientes do setor temos de inventar, ao mesmo tempo, novas ofertas, novas formas de trabalhar a nível interno, de colaborar com o exterior, encontrar novas jazidas de desempenho. Para isso, temos de aprender coletivamente a conciliar as atividades de produção no dia a dia e os projetos de inovação. A nossa iniciativa baseia-se em duas dinâmicas: uma inovação planeada com projetos de grande envergadura e uma inovação participativa que permita a cada um ser ator de iniciativas locais.

QUEM PODE PARTICIPAR NA INOVAÇÃO NA STEF?

A inovação diz respeito a todos. Todos podem participar em função dos seus gostos e do seu papel: observar o que acontece noutros setores, identificar temas promissores, propor ideias, conceber soluções inovadoras, trabalhar com os nossos fornecedores, testar soluções e ajudar a melhorá-las, divulgar as iniciativas realizadas. A Direção de Transformação e Inovação e os seus intermediários em cada perímetro estão presentes para responder a todas as dúvidas e ajudar todos a encontrarem o seu lugar na iniciativa.

«Inovar é preparar
o Grupo para o futuro.»



«A inovação diz
respeito
a todos.»

A INICIATIVA FOI LANÇADA HÁ DOIS ANOS, QUAIS SÃO OS AVANÇOS?

O objetivo do primeiro ano era criar as condições propícias para o desenvolvimento da inovação, ou seja, libertar os travões, soltar as energias, explicar que a inovação não só era possível como, sobretudo, esperada. Em seguida, acompanhando os primeiros desafios de inovação e as primeiras iniciativas, conseguimos adaptar os nossos métodos de condução de projeto e, coletivamente, fazer evoluir os nossos pontos de vista, partilhar aprendizagens, clarificar as nossas prioridades. Pouco a pouco, vimos emergir e concretizar os primeiros projetos e as primeiras realizações. Isso permitiu-nos atribuir, em setembro de 2022, os primeiros troféus de inovação. ●



FONTES DE INSPIRAÇÃO PARA A INOVAÇÃO

Os troféus de inovação recompensam quatro projetos promissores entre os diversos projetos propostos na nossa plataforma de gestão da inovação e que podem ser consultados por todos os nossos colaboradores. Para continuar a suscitar vocações dentro do Grupo, apostar nos vencedores.

AVALIAR A SATISFAÇÃO DO CLIENTE.

Como podemos colocar o cliente de uma entrega novamente no centro das nossas preocupações e medir a sua satisfação? Criando uma aplicação para smartphone que permite aos restaurantes acompanhar a sua entrega em tempo real e exprimir a sua satisfação graças a uma escala de avaliação de cinco estrelas. O projeto foi liderado pela nossa business unit RHD em ligação com o nosso polo digital e testado com um dos nossos clientes. Esta solução foi criada a partir da recombinação de duas aplicações anteriormente desenvolvidas, nomeadamente para Portugal. Em concreto, possui quatro funcionalidades: acompanhamento das entregas em tempo real com notificações, escuta do cliente com avaliação e comentários, declaração de anomalias e classificação da entrega.

LUTAR CONTRA A PARTIDA IMPREVISTA

Como garantir a segurança dos agentes do cais e motoristas baseando-nos na IOT - Internet das Coisas - e definir uma nova norma para a profissão? As equipas da Direção Técnica de Veículos investigaram uma nova solução para o problema das partidas imprevistas ao trabalhar em colaboração com dois fornecedores de carroçarias. As suas soluções foram testadas em dois polos com resultados encorajadores, que destacam a importância de definir uma nova norma dentro da profissão.

ROBÔS AO SERVIÇO DA SEGURANÇA

Como aumentar a segurança dos colaboradores e a capacidade de uma linha de copacking ao mesmo tempo? Passando pela robotização! Instalada na nossa business unit TSA com a ajuda da business unit de acondicionamento e da Direção de Atividades do Grupo, esta solução permitiu não só melhorar a segurança dos colaboradores do polo de Poupry, em Eure-et-Loir, mas também aumentar a nossa capacidade de produção e, desta forma, acompanhar melhor as necessidades do nosso cliente.

UM ENERGY LAB PIONEIRO

Como se tornar um interveniente exemplar da produção, do armazenamento e do consumo de energias descarbonizadas? Através deste projeto de laboratório, que pretende explorar todas as questões relacionadas com as energias e juntar no mesmo polo um grande painel de soluções. Objetivo: testar, experimentar e reforçar os nossos conhecimentos sobre a produção e utilização de energias descarbonizadas para contribuir para a nossa independência energética. Este projeto pioneiro, conduzido em Madrid pela Blue EnerFreeze, a nossa filial energética, integra-se na nossa iniciativa de RSE. ●

TROFÉUS DE INOVAÇÃO

- 1. STEF Connect**
Olivier Langenfeld, Laure Miquel-Elcano, Alexandre de Suzzoni
- 2. Dispositivo contra uma partida imprevista**
Jean-Yves Chameyrat, Laurence Quéré, Jean-Marc Platero
- 3. Robôs para o copacking**
Angel Lecanda, Gaëtan Jacquemont, Loïc Bisme
- 4. Energy Lab**
Laurence Picot, Vincent Kirklar, Alberto Bravo, Benjamin Dumont



OS NOSSOS VALORES

ENTUSIASMO



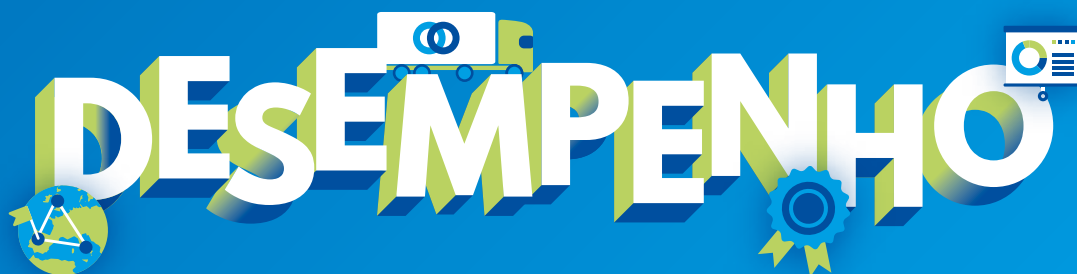
RESPEITO



RIGOR



DESEMPENHO





Publicação

Direção de Comunicação – Céline Audibert – Catherine Marie

Conceção/Criação/Redação/Realização

**TAMBOUR
BATANT**

Créditos da foto

© Clan d'Œil – © Maxime Riché/Omie & Cie – © Ph.Boulze – © Mat Beudet – © Lightbody
Fototeca STEF – Shutterstock – © Direitos reservados

Ilustrações

Gwladys Morey





Sociedade Anónima com capital de 13 000 000 €
Sede social: 93, boulevard Malesherbes – 75008 Paris
999 990 005 RCS Paris

www.stef.com