

# Menigo Foodservice AB

## Verksamhetsberättelse 2007



menigo

FOODSERVICE



2-3	Menigo i korthet
4-5	VD har ordet
6	Ica Meny blir Menigo
7	På väg mot en ny matkultur
8-9	Från leverantör till partner
10-11	Nordens ledande foodservice aktör
12-13	Hållbar utveckling
14-15	Engagerade medarbetare
16-17	Styrelse och ledning
19	Kontakta Menigo

## Menigo på 15 sekunder

- SEK 7 miljarder i omsättning.
- Över 25 000 kunder.
- 43 000 artiklar i sortimentet inom mat, dryck och utrustning.
- Ca 1 100 anställda.
- Nio enheter i Sverige och tre i Norge.
- Specialistbolag inom frukt och grönt och kundstyckat kött.
- Miljöcertifierat enligt ISO14001, använder kvalitetssystemet HAACP samt är under kvalitetscertifiering enligt EFSIS.

## Förnyelse och förvärv



### Januari

Framgångsrik lansering av nya varumärket – Menigo.

Ny organisation och ledning på plats.

### Mars

ServiceStyckarna, en ledande kött och charkleverantör förvärvas. Menigo kan nu erbjuda kundstyckat kött.

### April

Menigo blir marknadsledande inom frukt och grönt i Stockholmsregionen genom förvärv av Isacssons Frukt & Grönt.

## Vision

Nordens ledande foodserviceföretag.

## Affärsidé

Skapa framgång för våra kunder genom värdeskapande service och kvalitet. För dig som kund innebär det brett sortiment, leveranssäkerhet och kunnig personal.

## Kundlöfte

Hjälpa våra kunder att varje dag skapa en enklare, funktionellare och lönsammare verksamhet.



“ Jag måste säga att jag är imponerad av Menigos säljare och deras inställning att allt går att lösa.

Danyel Couet, Le Rouge

“ Jag är här för kundernas skull och då ska jag ha öppet när mina kunder vill handla.

Sigun Lindman-Hag, Timeägare i Leksand



### Maj

Menigo förvärvar södra Sveriges ledande frukt och grönt specialister, Fruktservice i Lund och CityFrukt i Malmö.

### Augusti

Inleder arbetet med ny logistikstruktur som innebär nytt centrallager i Strängnäs, nytt regionlager för Stockholm och färskvaruhallar i de tre storstäderna.

### November

Menigo klipper banden med Ica och etablerar egen IT-struktur, telefoni och ekonomiadministration.

# *Samma, samma fast annorlunda – och bättre!*

Menigo Foodservice har under året etablerat sig som den största aktören på den nordiska foodservicemarknaden. Viktiga steg har tagits för att utveckla logistik och sortiment och nu har vi allt fokus på vårt löfte att ge kunderna de bästa förutsättningarna för att lyckas.

2007 blev ett bra år för Menigo. Omsättningen passerade 7 miljarder kronor, en ökning med 8 procent. Resultatet efter avskrivningar blev 55 MSEK före engångskostnader. Menigo Sverige har gått mycket bra, bland annat som en följd av stora framgångar inom restaurangsegmentet. Majoriteten av de förvärv som genomförts 2007 har redan under första året i Menigo bidragit till resultatet.

Som väntat påverkas dock resultatet för koncernen som helhet av de kostnader av engångskaraktär som följer av separationen från Ica och bildandet av Menigo Foodservice. Etableringen av det nya varumärket, byggandet av en ny infrastruktur och plattform för bland annat IT och ekonomiadministration har genomförts enligt plan. Resultatet före engångskostnader har dock på bara 3 år gått från en förlust på 45 MSEK till en vinst på 55 MSEK.

## *Från Ica Meny till Menigo*

Steget från Ica Meny till Menigo Foodservice innebär att vi i ett slag fick helt andra förutsättningar att driva verksamheten. För första gången fick vi samma fokus inom hela företaget – från ägare, styrelse och ledning ut till varje medarbetare. Målsättningen att utveckla Menigo till det ledande företaget inom foodservice i Norden genomsyrar nu hela företaget. Ambitionen är att driva omstruktureringen av den nordiska foodservicemarknaden och växa även utanför Sverige och Norge.

Etableringen av vårt nya varumärke har varit framgångsrik och Menigo har tagits emot positivt av kunderna i alla segment. Förändringen från Ica Meny har vi genomfört under parollen "Samma, samma fast annorlunda". Det som var bra tar vi med oss och mycket ska vi göra ännu bättre.

## *En plattform för framtiden*

Som självständigt företag har vi investerat i en ny plattform för framtiden. Vi har en styrelse och ledning som med kompetens, erfarenhet och engagemang ägnar hela sin kraft åt att utveckla Menigo. Vi har etablerat alla de funktioner som krävs för att stå på egna ben, bland annat skapat ett gemensamt affärssystem för hela bolaget. Detta utvecklar Menigo mot högre effektivitet och kvalitet i verksamheten.

De förvärv som vi har genomfört under 2007 – och vår offensiv på färskvaror – stärker vår position på marknaden. Genom förvärven av Isacssons, Fruktservice och CityFrukt är vi nu ledande på frukt och grönt inom foodservice.

ServiceStyckarna och Ehn & Karlström är en satsning med fokus på ett bredare sortiment inom kött & chark och för att hjälpa kunderna till en enklare vardag. Genom mer förädlade produkter kan kunderna spara arbetsmoment och minska svinnet.

Inom servicehandeln växer efterfrågan på bearbetad och färsk färdigmat och färskvaror. De egna butikskoncepten Time och Nära Dej gynnas av efterfrågan på starka koncept och vi har öppnat tio nya Time-butiker 2007. Dessutom stärker vi vår position inom servicehandeln genom samarbetet med Godisprinsen.

Sortimentsbreddningen kräver en effektivare logistik. För att klara det, och därmed bättre svara upp till kundernas krav, inledde vi under året byggandet av ett centrallager i Strängnäs. När det står klart kan vi erbjuda marknadens bredaste och mest tillgängliga sortiment med leverans inom ett dygn i hela Sverige.

En bättre logistikhantering och ett nytt system för lagerstyrning öppnar möjligheter till att minska kapitalbindningen. Genom att så långt som möjligt delegera resultat- och verksamhetsansvaret vill vi stärka affärsmannaskapet långt ut i verksamheten.

Etableringen av färskvaruhallar i de tre storstäderna, med start i Stockholm, stärker närvaron lokalt och regionalt på viktiga marknader, och befäster vår position som ledande på frukt och grönt. Vår ambition är att växa kraftigt inom egna varumärken och under året har vi byggt en samlad stark inköpsorganisation.

### *Hållbar utveckling*

Vår verksamhet som fullsortimentsgrossist syftar till att optimera transporter och motverka onödigt resursslöseri. Som miljöcertifierat företag arbetar vi målmedvetet med områden som energi- och materialförbrukning, förpackningar och återvinning – allt för minska vår belastning på miljön. Dessutom intensifieras satsningen på ekologiska produkter och närodlat. Detta blir en allt större del av vårt utbud. På så vis tar vi vårt miljöansvar och driver branschen mot en hållbar utveckling.

### *Utblick mot 2008*

Jag har sedan februari 2008 tagit över som VD för Menigo. Dessförinnan har jag tillsammans med tidigare VDn Mats Holgerson genomfört Ica Menys separation från Ica och under det nya namnet Menigo etablerat ett starkt, självständigt bolag med utmärkta möjligheter för framtiden.

Själv har jag arbetat inom Menigo sedan november 2006 som CFO, och har under denna tid varit djupt involverad i de viktigaste frågorna.

Att sätta Menigo Foodservice på marknaden har krävt stora insatser av alla medarbetare. Med etableringen avklarad kan vi nu bygga vidare från en stark position.

Vi ska fortsätta att växa med marknaden med fokus på lönsamma segment och därmed fortsätta förbättra vår lönsamhet. Vi ska stärka relationerna med våra kunder genom ett bredare utbud, hög leveranssäkerhet och nära dialog och samarbete.

2007 var ett händelserikt år och 2008 fortsätter vi utvecklingsarbetet. Vi tar vår första färskvaruhall i bruk under våren och i slutet av året står det nya centralagret klart och vi etablerar en egen importfunktion för frukt & grönt och kött & chark – för att nämna några viktiga händelser. I Norge bygger vi vidare med bland annat en stor satsning på nya kundgrupper inom restaurangsegmentet, frukt och grönt och egna varumärken.

Allt för att hjälpa våra kunder att varje dag skapa en enklare, funktionellare och lönsammare verksamhet.



Fredrik Gren  
VD, Menigo Foodservice AB



Under 2007 startade lanseringen av två nya EMV-linjer, Chefs Basic – prisvärda basprodukter, samt Menigo – med kvalitet likvärdig A-brands.



## Ica Meny blir Menigo

En ny struktur har de senaste decennierna växt fram inom foodservice marknaden. Lokala och regionala företag har ersatts av rikstäckande fullsortimentsgrossister med ett brett och varierat utbud. Menigo driver omstruktureringen och slår samtidigt vakt om fördelarna med en lokal förankring nära kunder och leverantörer.

Under 2007 lades mycket kraft på att bygga en plattform för framtiden, och det självständiga bolaget Menigo med fokus på foodservice introducerades fullt ut. Varumärket Menigo lanserades.

*Menigo Foodservice kan i dag erbjuda sina kunder inom restaurang, storkök och servicehandel marknadens bredaste sortiment. Vi är en fullsortimentsgrossist med specialistkompetens inom flera områden, och med ambitionen att utveckla marknaden i nära samarbete med våra kunder.*

Menigo är störst i Norden och nummer två inom var och en av våra marknadssegment. Vi ser oss därmed gärna som ett modernare alternativ. En utmanare i branschen. Vår ambition är att leda omstruktureringen av den nordiska foodservice-marknaden.

Arbetet med att utveckla vårt erbjudande intensifierades under året med strategiska förvärv av specialister som Service-Styckarna, Ehn & Karlström, Isacssons Frukt & Grönt, Frukt-service och CityFrukt.

### *Egna varumärken ger bättre kontroll*

Arbetet med att utveckla vårt EMV-sortiment har inletts under året genom successivt övertagande av EMV och import från Ica. 100 nya produkter är på väg in i sortimentet. Vi etablerar olika kvalitetsnivåer för egna varumärken. Under 2007 har Chefs Basic, basprodukter av god kvalitet, och Menigo, med en kvalitet som A-brand, introducerats. Egna varumärken ger oss kontroll av hela värdekedjan och ger kunderna prisvärda komplement till de kända varumärkena.





Att driva restaurang är nytt för oss. Att då samtidigt befinna sig i ett expansivt skede gör att vi behöver en erfaren grossist som kan vara med och bygga upp restaurangkedjan tillsammans med oss.

- Markus Thambert, Hurry Curry

## *På väg mot en ny matkultur*

Med snabba steg förändras våra mat- och dryckesvanor.

- Vi reser mer och tar intryck av andra matkulturer. En allt mer mångkulturell befolkning ger nya råvaror och maträtter, och utbudet av all världens mat ökar på såväl butikshyllor som krogarnas matsedlar.
- Det ökade intresset för hälsosam och ekologisk mat driver utvecklingen av ett bredare sortiment med närodlat och miljömärkta produkter.
- Uteätandet och andelen mat som vi äter och inte själva tillagar ökar. 2006 var första året som mer än hälften av alla måltider i USA var tillagade utanför hemmet. I Stockholm är vi redan uppe i en andel på över 30 procent, medan vi i Sverige totalt ligger något lägre.
- Ökade disponibla inkomster, känslan av att tiden inte räcker till, en fortsatt inflyttning till storstäderna och allt fler ensamhushåll gynnar uteätandet och trender som fast food och food-to-go.
- Matvanorna blir allt mer lika oavsett ålder. Äldre som lever ensamma skaffar sig samma vanor som yngre i samma situation när det gäller valet av mat.

### *Svensk restaurangkultur mot nya höjder*

Vi ser fler bra och nyskapande restauranger över hela Sverige, inte bara i storstäderna. Samma utveckling kan väntas i övriga nordiska länder.

Svenska restauranger står sig i dag väl i den internationella konkurrensen och vi har under senare år fått ett utbud av mat och dryck med influenser från hela världen även utanför storstäderna. Fräscha råvaror, bra tillagningsmetoder och proffsiga medarbetare är viktiga beståndsdelar i framgångsreceptet.





## *Från leverantör till partner*

Menigo Foodservice bidrar på många sätt till att utveckla den svenska restaurangbranschen. Självklart som fullsortimentsgrossist, med specialistkompetens inom områden som kött & chark och frukt & grönt, men också genom Sveriges största sortiment av restaurangutrustning – från kaffeskedar till köksinredningar. I tillägg bidrar vi till branschutvecklingen genom vårt ägande av RestaurangAkademien och nära samarbete med Restauranghögskolan i Umeå.

Med hela vårt kunnande och utbud i ryggen hjälper vi våra kunder till en bättre och lönsammare verksamhet. Restauranger kan ta del av vårt spetsassortiment – oavsett om det handlar om närodlade grönsaker eller exklusivt kött från Argentina. Våra premiumagenturer som Illy och Voss ingår i vårt utbud, liksom en lång rad andra varumärken. Kedjekunderna kan få speciallösningar för varje lokal enhet, samtidigt som vi tillsammans med kundens centrala organisation riggar ett attraktivt och kostnadseffektivt sortiment och flöde.

Fristående servicebutiker kan vi hjälpa till ett eget attraktivt utbud och med prissättningen ut till kund. Vi kan också bistå med allt från kassasystem och korthantering till elavtal. För den som vill komplettera sin verksamhet erbjuder Menigo färdiga butiks-koncept som Time och Nära Dej.

Storkök och stora kontraktskunder är ett viktigt och krävande kundsegment med krav på hög effektivitet gällande inköp, lager och distribution. Den offentliga sektorn går i täten när det gäller ekologiska produkter och utmanar oss och våra leverantörer på att bli än bättre inom miljöområdet – vilket kommer alla våra kunder till del.

### *Sortimentsbreddning – och bättre leveranstider*

Mer mat äts utanför hemmet och utbudet bli allt mer internationellt. Vi ser en ökad efterfrågan på fler miljömärkta och ekologiska produkter, samtidigt som vi får fler kvalificerade restauranger och storkök över hela landet. Det ställer krav på ett sortiment som täcker in alla tänkbara behov.

För att möta en växande efterfrågan satsar vi på att bredda vårt sortiment. En

förutsättning för att klara det är en bra logistik och därför bygger Menigo ett nytt centrallager i Strängnäs som ett komplement till befintliga regionlager. Det nya centrallagret ger tillsammans med de regionala lagren ett samlat lagerlagt sortiment på upp till 13 000 artiklar och ett förbättrat varuflöde ut till kunderna. Vi kan erbjuda marknadens mest tillgängliga sortiment med leverans inom ett dygn. Våra kunder får samma ledtid för lågfrekventa som för högfrekventa varor. För att samtidigt öka leveranssäkerheten införs ett nytt avancerat IT-stöd inom logistiken.

Restauranger kan ta del av vårt spetsassortiment – oavsett om det handlar om närodlade grönsaker eller exklusivt kött från Argentina.



FRÅN LEVERANTÖR TILL PARTNER

Kunskap och utbildning är lika viktiga beståndsdelar som bra råvaror. Därför är vi delägare i Restaurangakademien och samarbetspartner med Restauranghögskolan Umeå Universitet samt huvudsponsor till Svenska Kocklandslaget och Bocuse d'Or.

### *Färsvaror, förädling och förenkling – för att ligga i framkant*

Alla våra kunder fokuserar på ökad effektivitet i den egna verksamheten. Arbetskraften blir dyrare och det leder till allt färre medarbetare i köken. Det ställer krav på att råvarorna ska vara förpreparerade och enklare att hantera. Genom våra specialister inom kött och chark, ServiceStyckarna, kan vi erbjuda portions- och finstyckat kött, vilket ger lägre svinn och effektivare hantering för kunderna.

På samma sätt har vi stärkt kompetensen genom förvärv av ett flertal specialister inom frukt och grönt för att möta kundernas krav på bra färsvaror. För alla våra kunder är tillgången på frukt och grönt en avgörande faktor i den egna profileringen. Miljömärkta och ekologiska färsvaror blir allt viktigare i konkurrensen om kunderna. Även när det gäller frukt och grönt efterfrågar kunderna förenkling i hanteringen. Vi levererar allt mer grönsaker som är hackade eller strimlade.

Tillsammans med våra nya dotterbolag etablerar vi nu färsvaruhallar i Stockholm, Göteborg och Malmö. Ett målmedvetet arbete har resulterat i att vi ökat omsättningen på frukt och grönt i Stockholmsregionen med sju gånger under de senaste sju åren. I och med öppnandet av den nya färsvaruhallen i Årsta våren 2008 tar vi nästa steg och fortsätter senare under året i Göteborg och Malmö.

Färsvaruhallarna blir en mötesplats där kunden möter produkterna med showrum och provkök. Här ska finnas möjlighet att arrangera vinprovningar och mindre konferenser.

Tillsammans med våra nya dotterbolag etablerar vi nu färsvaruhallar i Stockholm, Göteborg och Malmö.

Den ökade efterfrågan på färsvaror är tydlig inte minst i storstäderna, vilket innebär stora krav på sortiment och logistik. Basvaror kan levereras två gånger i veckan – färsvaror måste köras ut varje dag. Frukt och grönt är samtidigt dörröppnaren för nya affärer. Eftersom vi lever upp till kundernas förväntningar när det gäller färsvaror klarar vi också det övriga sortimentet.

### *Färdigmat – allt viktigare för våra kunder i servicehandeln*

Food-to-go och färsk färdigmat växer starkt inom servicehandeln. Utvecklingen går från varmkorv till allt mer sofistikerade färdigrätter. Inte minst ökar efterfrågan starkt på hela det färska segmentet som sallader och smörgåsar.

Konsumenten vill ha tillgång till ett bredare sortiment och bättre färsvaror.

### *Kunskap – en förutsättning för framgång*

Menigo ska ligga i framkant och driva foodservicebranschens utveckling. Kunskap och utbildning är lika viktiga beståndsdelar som bra råvaror. Därför är vi delägare i Restaurangakademien och samarbetspartner med Restauranghögskolan Umeå Universitet samt huvudsponsor till Svenska Kocklandslaget och Bocuse d'Or. Det ger oss impulser och kunskap från landets främsta kockar och matkreatörer, samtidigt som det skapar förutsättningar för morgondagens talanger att växa.

# Nordens ledande Foodservice aktör

## Menigo Sverige

Foodservicebranschen i Sverige består förutom en handfull stora aktörer fortfarande av en mängd lokala och regionala företag. Men trenden går mot en fortsatt koncentration till ett fåtal större fullsortimentsgrossister som verkar på nationell basis. Menigo Foodservice är drivande i den utvecklingen.

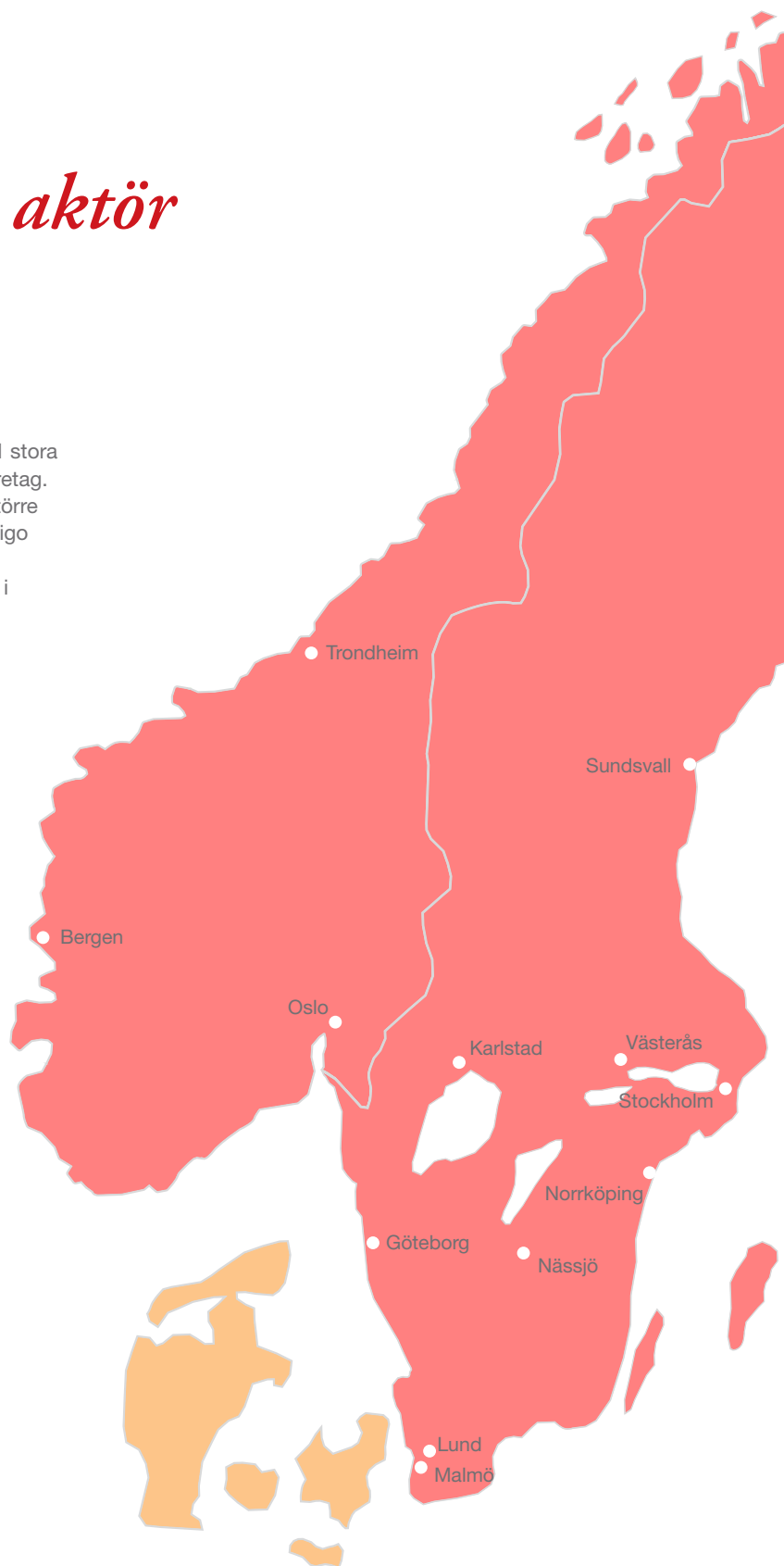
2007 var ett mycket bra år för restaurangbranschen i Sverige och omsättningen ökade i snitt med 6,5 procent jämfört med året innan (SHR:s Restaurangindex). Tillsammans med våra satsningar på att förenkla för kunden resulterade det i fortsatta framgångar inom restaurangsegmentet. Viktiga förvärv har gjorts av specialistföretag inom kött och chark och frukt och grönt, och vi har under året inlett samarbete med strategiskt viktiga leverantörer som Godisprinsen.

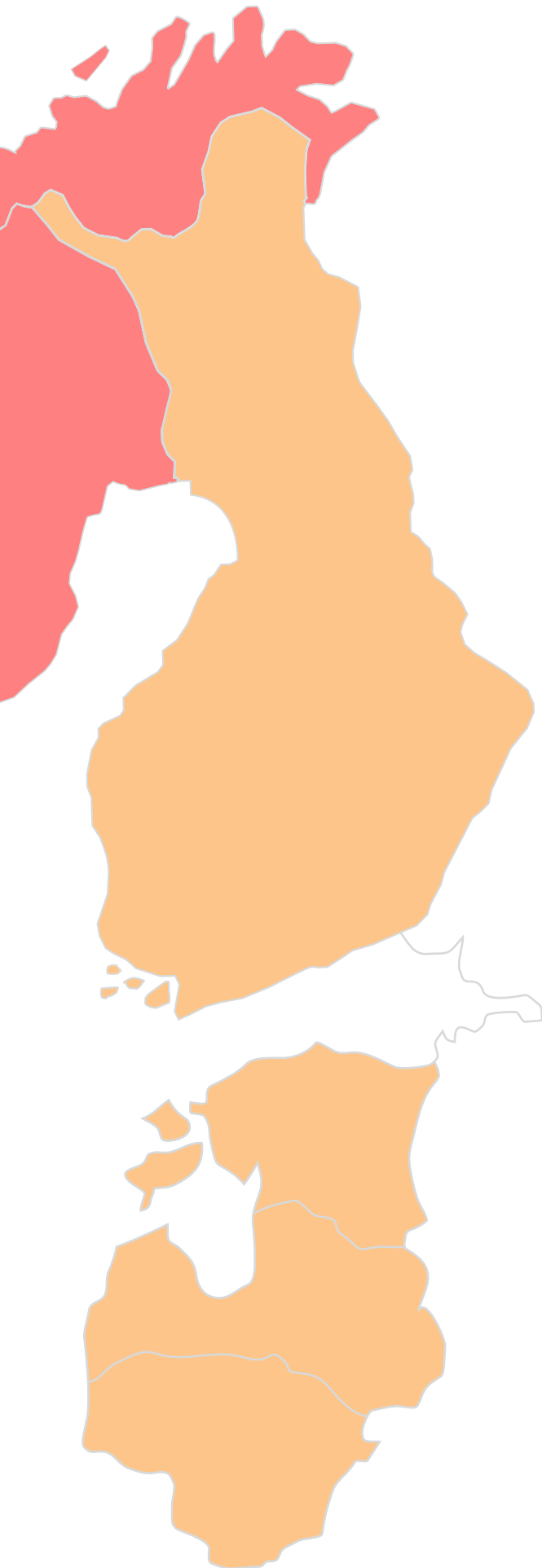
Vår offensiv inom färskvaror fortsätter genom att vi etablerar färskvaruhallar i de tre största städerna med start i Stockholm våren 2008. Vi befäster vår ställning som ledande på färskvaror – vilket har stor betydelse för vårt erbjudande som fullsortimentsgrossist – och som nummer två på marknaden.

I servicehandelssegmentet samarbetar vi i dag med några av de mest professionella kedjorna. De egna butikskoncepten Time, med 45 butiker, och Nära Dej, med 220 butiker, har haft en fortsatt god tillväxt och många nya butiker har öppnats under året.

För att klara ett bredare sortiment och samtidigt förbättra leveranserna ut till kund bygger Menigo ett nytt centrallager i Strängnäs som står klart vid årsskiftet 2008/2009.

Menigo är den enda större foodservicegrossist som finns i de tre största städerna med lager och regionfunktioner, och vi hade under 2007 verksamhet på nio orter i Sverige.





### *Menigo Norge*

Den goda försäljningsutvecklingen för Menigo Foodservice Norge fortsatte även 2007. En positiv utveckling för såväl hotell- och restaurangbranschen som servicehandel spelade in.

Trenden är densamma i Norge som i Sverige med ett ökat uteätande och stigande efterfrågan på mer sofistikerad färdigmat.

Under året har vi i Norge introducerat försäljning av restaurangutrustning och etablering av andra nya varugrupper förbereds. Målsättningen är att bli totalleverantör inom restaurangsortimentet.

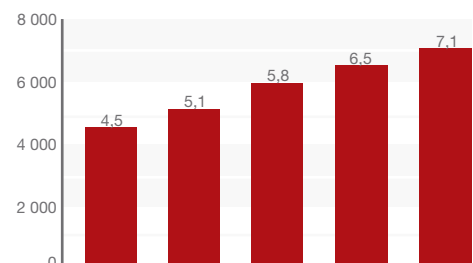
EMV är mindre utvecklat i Norge och planering pågår för lansering av egna varumärken anpassade för den norska marknaden.

Året har i övrigt präglats av separationen från Ica som krävt mycket arbete och som genomförts som planerat. Många nya funktioner har kommit till och ekonomiadministration och IT-system drivs nu i egen regi.

Menigo Foodservice Norge har idag regionlager i de tre största städerna.

### *Nyckeltal koncernen 2003 – 2007*

Omsättningsutveckling 2003 2004 2005 2006 2007  
SEK miljarder





## Hållbar utveckling

Menigo Foodservice arbetar långsiktigt och förebyggande för en hållbar utveckling. Miljöfrågorna är en naturlig och viktig del av verksamheten.

Hela vår affärsidé som fullsortiments-grossist, där vi samordnar och minimerar onödiga transporter, leder till mindre utsläpp och resursslöseri.

Sedan 1999 är verksamheten miljöcertifierad enligt ISO 14001. Som utgångspunkt för miljöarbetet finns en miljöpolicy. Ett miljöledningssystem har införts, och inom varje region finns en miljösamordnare och internrevisorer som granskar våra insatser med utgångspunkt från ständig förbättring.

### *Vi fokuserar på följande områden:*

- Transporter – vi arbetar med att optimera transportererna. Genom etableringen av ett nytt centrallager får vi dels en minskning av transportererna från våra leverantörer, dels bättre kontroll över transportererna ut till regionerna. Fler transporter i egen regi ger såväl säkrare leveranser som bättre miljö genom en högre fyllnadsgrad i bilarna.

Menigo följer direktiven från Miljöstyrrådet när det gäller fordon, drivmedel och däck. En tjänstebilspolicy med krav på miljöbil har införts.

- Energiförbrukning – vi arbetar aktivt med att minska energianvändningen i alla led. Modernisering av våra lager pågår för att minimera elförbrukningen i till exempel kylar och frysar.

- Materialförbrukning och förpackningar – vi är anslutna till REPA\* och kräver materialansvar av våra leverantörer.

- Återvinning – allt mindre avfall till deponi och en ökande andel som går till återvinning.

- Ökat utbud av ekologiska varor – försäljningen av ekologiska varor och närproducerat ökar ständigt och vi driver på utvecklingen genom att öka tillgängligheten av nya miljömärkta KRAV-produkter\*\*.





## *Kvalitetscertifiering*

Alla anläggningar i Norge och två av regionerna i Sverige är certifierade enligt den engelska standarden för livsmedelsföretag och kvalitet för lagring och distribution – EFSIS (European Food Safety Inspection Service). Arbetet med att certifiera de övriga regionerna pågår enligt samma standard.

Menigo är också kvalitetssäkrat enligt HACCP-systemet\*\*\* när det gäller matsäkerhet. Myndigheternas kontroll av vår verksamhet avseende matsäkerhet och hygien är betydligt mer omfattande än vad som förekommer i butik eller restaurang och vi lever väl upp till de krav som ställs.

I arbetet för hög matsäkerhet och kvalitet används en särskild säkerhetshandbok och ett system för spårbarhet av alla varor som hanteras. Det nya IT-system som införs i logistikhanteringen kommer att ytterligare förbättra spårbarheten. Det finns även en produktlarmgrupp om något oförutsett skulle inträffa.

Menigo har som mål att bli bäst i branschen när det gäller miljö och kvalitet.

\*REPA, Register för ProducentAnsvar, är näringslivets lösning på producentansvaret för förpackningar av plast, metall, papper/kartong och wellpapp. Erbjuder alla företag tillgång till det rikstäckande återvinningssystemet av förpackningar. Företag anslutna till REPA uppfyller det producentansvar som myndigheterna kräver.

\*\* För att en vara ska få kallas ekologisk måste den produceras enligt regler som bestäms av EU. För att varan ska få bära KRAV-märket måste produktionen dessutom uppfylla regler som KRAV satt upp. Minst en gång om året kontrolleras alla KRAV-anslutna producenter.

\*\*\*HACCP står för Hazard Analysis and Critical Control Point och är ett verktyg för riskanalys och hantering av risker. Det är en grundläggande metodik för att säkra livsmedlets kvalitet genom hela din tillverkningsprocess och vidare till nästa aktör i distributionskedjan.

# Engagerade medarbetare

Bildandet av Menigo Foodservice har varit möjligt tack vare stora insatser av våra medarbetare. Engagemanget från medarbetarna är en förutsättning för att vi ska lyckas bygga ett modernt och effektivt företag som kan växa och utmana konkurrenter och gamla strukturer.

## *Menigo driver en offensiv personalpolitik på en rad områden:*

- Kompetensutveckling är ett prioriterat område. Genom egna utbildningsprogram ger vi alla en möjlighet att utvecklas på arbetet. Försäljningschefer och teamledare deltar sedan hösten 2007 i en utbildning i affärsmannaskap som syftar till att utveckla dem som säljcoacher. Deltagarna är med och påverkar programmet, och de ska föra kunskapen vidare till de egna medarbetarna.
- Medarbetarsamtal genomförs med alla varje år, och mål sätts och följs upp för varje individ.
- Alla ska ha samma chans till nya utmaningar och arbetsuppgifter. Det innebär bland annat att alla tjänster internannonseras och många har fått en ny karriär i företaget.
- Arbetsmiljön är ett viktigt konkurrensmedel. Vi arbetar strukturerat med arbetsmiljöfrågorna och tar hjälp av PREVIA när det gäller rehabilitering. Målsättningen är snabba insatser för att förhindra långa sjukskrivningar. Sjukfrånvaron minskar – från 7,2 procent 2006 till 6,2 procent 2007.
- På de orter vi är verksamma stöttar företaget lokala personalföreningar som med resurser från Menigo arbetar med friskvård och hälsa.
- Jämställdhetsarbetet är viktigt för Menigo. Vi kommer framöver arbeta med rekrytering och chefsutveckling för att skapa en bättre balans mellan män och kvinnor.

Antal anställda	
Sverige	934
Norge	189
<b>Totalt</b>	<b>1 123</b>

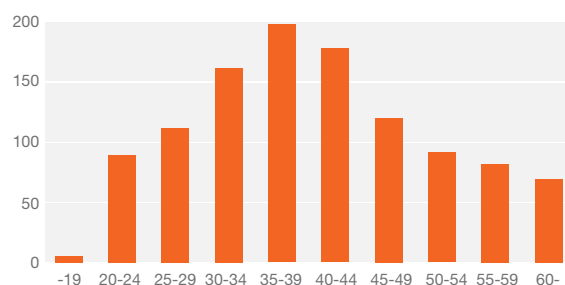
Sjukfrånvaro %	
Sverige	6,24*
Norge	10,9#

\* (sänkning mot föreg år)  
# (uppgift saknas för 2006)

Personalomsättning %	
	11

Fördelning anställda	Kvinnor	Män
Sverige	26	74
Norge	20	80

Åldersfördelning totalt



– Att jag varit runt på några olika befattningar har jag stor nytta av på mitt nuvarande jobb, framhåller Abel Kibreab.

### *Nya utmaningar för Abel*

Abel Kibreab, 33, har efter knappt fyra år redan hunnit med fyra olika tjänster inom Menigo.

– Det känns bra att det finns möjligheter att byta jobb och avancera inom företaget.

Det var mer av en tillfällighet som ekonomen Abel Kibreab hamnade på dåvarande Ica Meny för snart fyra år sedan. Han började som innesäljare i Årsta med inriktning på offentliga kunder.

Efter ett halvår fick han en förfrågan om att börja arbeta som säljsupport och stötta säljarna med underlag och statistik.

– I samband med att Menigo Foodservice bildades fick jag chansen att byta inriktning med uppgifter som mer kan beskrivas som en säljcontroller. Därmed fick jag också nytta av min ekonomutbildning.

I december 2007 var det dags att ta nästa steg – nu som anbudsförhandlare för kedjekunder.

– Jag har kundansvar för ett antal rikskunder inom restaurang och storkök och jag trivs väldigt bra. I det här jobbet har jag mer kundkontakt och det är mer utåtriktat.

– Att jag varit runt på några olika befattningar har jag stor nytta av på mitt nuvarande jobb, framhåller Abel Kibreab.

Abel Kibreab har på bara fyra år gått från innesäljare till anbudsförhandlare med kundansvar för stora kedjekunder.



**Jörgen Johansson, Ordförande**

Födelseår: 1948  
 Anställd: Pernoi Ltd, Advisor  
 Utbildning: Fil. Kand, Stockholms Universitet  
 Nuvarande styrelseuppdrag: SVP Holdings, Nordisk Tekstil Holding AS styrelseordförande, Andra förtroendeuppdrag: Finsk-svenska Handelskammaren.  
 Tidigare anställningar: VSM Group, VD (2005-2006), Saba Trading, (div bef.1972-1983, VD 1997-2001), AB Lindex, VD (2001-2004), Electrolux,prod.div.chef (1991-1996), m.fl.



*Favoritträtt: Ugnstekt rödingfilé med potatis och palsternackmos och en ansjoviskryddad hollandaisås*  
*Favoritdryck: Merlotvin från Ticino högst upp på Monte Boglia*

**Peter Hansson, Vice ordförande**

Födelseår: 1970  
 Anställd: NC Advisory sedan 1996, Partner  
 Utbildning: Civilekonom Handelshögskolan i Stockholm och École des Hautes Études Commerciales (HEC) i Paris.  
 Nuvarande styrelseuppdrag: Plastal Holding AB  
 Tidigare anställningar: Investment Banking Division på Merrill Lynch i London (1994-1996).



*Favoritträtt: Djur som bor i havet*  
*Favoritdryck: Vin*

**Johnny Engman**

Födelseår: 1977  
 Anställd: NC Advisory sedan 2004, Director  
 Utbildning: Civilekonom, Handelshögskolan Stockholm  
 Nuvarande styrelseuppdrag: Luvata, StudentConsulting, suppleant Leaf.  
 Tidigare anställningar: McKinsey & Co Stockholm, Management Consultant (2001-2004).



*Favoritmat: Svensk hummer*  
*Favoritdryck: Vintage Portvin*

**Håkan Matz**

Födelseår: 1950  
 Anställd: Carperem AB sedan 2006, Senior Consultant  
 Utbildning: Marknadsekonom DIHM, flera chefsutbildningar  
 Nuvarande styrelseuppdrag: Sabis AB och Swedish Tissue AB  
 Tidigare anställningar: Dagab, MD (1989 - 1994) Kungörsören/Axa MD, 1994 -1996, Servera ,VD (1996 - 1999), Hemköp/D&D, VD (1999 - 2001), V&S Wine, President, (2001- 2006).



*Favoritträtt: Wallenbergare med potatismos och råvörda lingon*  
*Favoritdryck: Rött vin från Australien*

**Håkan Jeppsson**

Födelseår: 1961  
 Anställd: BE Group sedan 2002, VD  
 Utbildning: MBA Lunds Universitet, flera chefsutbildningar  
 Nuvarande styrelseuppdrag: Vice ordförande Malmö FF, Vice ordförande Järnverksföreningen, Handelsbanken Malmö City, Andra förtroendeuppdrag: Malmö i Nya Europa, Rådgivande Kommittén Ekonomihögskolan Lund.  
 Tidigare anställningar: Area manager Swedish Table Tennis (Stiga) (1987-1988) Area manager, Marknads- och Försäljningschef Scandorama (1989-1993), Papyrus Sverige AB diverse chefsbefattningar (1993-2002).



*Favoritträtt: Blodpudding*  
*Favoritdryck: En kall tjeckisk öl*

**Ingemar Fixander, Facklig representant**

Födelseår: 1946  
 Anställd: Menigo Foodservice AB sedan 1968  
 Position: Ansvarig E-handel  
 Utbildning: IT Systemering o Programmering, Viktor Wångfelts gymnasium. Företagsekonomi,  
 Tidigare anställningar: Magnussons Orgelbyggeri AB.



*Favoritträtt: Halstrad rimmad torsk med ljummen sallad på hummer, blomkål, tryffel samt potatispuré "gremolata" och fänkålsskum*  
*Favoritdryck: Vatten och ekfatlagrad Chardonnay*

**Anders Rydahl, Facklig representant**

Födelseår: 1967  
 Anställd: Menigo Foodservice AB sedan 1987  
 Position: Lagermedarbetare  
 Nuvarande styrelseuppdrag: Handelsanställdas förbundsstyrelse.



*Favoritträtt: Svensk husmanskost*  
*Favoritdryck: Ale*

**Sture Hellström, Facklig representant**

Födelseår: 1943  
 Anställd: Menigo Foodservice AB sedan 1987  
 Position: Lagermedarbetare  
 Tidigare anställningar: Volvo, LBA, Hägerstens Åkeri.



*Favoritträtt: Stekt röding, kall sås med stenbitsrom och rödlök.*  
*Favoritdryck: Whisky*

**Jan-Inge Jonsson, Facklig representant**

Födelseår: 1944  
 Anställd: Menigo Foodservice AB sedan 1978  
 Position: Innesäljare  
 Tidigare anställningar: Konsum Värmland.



*Favoritträtt: Schnitzel med tillbehör*  
*Favoritdryck: Öl*



**Fredrik Gren,  
VD**

Födelseår: 1968  
Anställd: november 2006  
Utbildning: Civilekonom, Handelshögskolan i Stockholm, UCLA i Los Angeles.  
Tidigare anställningar: Sveriges Television Ekonomi- direktör (2002-2006), McKinsey & Co Stockholm Partner (1992-2002).

*Favoriträtt: Biff Rydberg  
Favoritdryck: Röd Bordeaux från Graves*

**Robert Stierngranat,  
TF Chef EMV**

Födelseår: 1970  
Anställd: augusti 2002  
Utbildning: MBA, UBI i Bryssel och BSc, Oxford Brookes University  
Tidigare anställningar: Euroclear Kostnadsanalytiker, egen konsult samt diverse tjänster inom kök på flertalet restauranger, hotell och båtar.

*Favoriträtt: Kalvlever Anglaises  
Favoritdryck: Zinfandel*

**Jeanette Isebag,  
Chef Human Resources**

Födelseår: 1964  
Anställd: januari 2002  
Utbildning: Linjen för Personal & Organisationsfrågor, Stockholms Universitet  
Tidigare anställningar: Razorfish HR-chef/HR-konsult (2000-2001), Andersson & Korn Rekruteringskonsult (1997-2000).

*Favoritmat: Thailandskt  
Favoritdryck: Vin*

**Stefan Danasten,  
TF Chef Inköp**

Födelseår: 1957  
Anställd: februari 2002  
Utbildning: IFR inköp försäljning reklam  
Tidigare anställningar: B&W Inköpare, Unilever (GB) Key Account Manager servicehandeln Sverige, OKQ8 Marknadschef.

*Favoriträtt: Skaldjur  
Favoritdryck: Den som passar för måltiden, för skaldjur kan det vara Chablis*

**Joakim Nilsson,  
Affärsområdeschef Sverige Servicehandel**

Födelseår: 1969  
Anställd: februari 2002  
Utbildning: Civilekonom  
Tidigare anställningar: Fritidsresor Group AB Head of Market Strategy (1999-2002), AB Svenska Pressbyrå Regionchef (1997-1999), 7-Eleven Sverige (1995-1997) Försäljningschef.

*Favoriträtt: Egenfiskad grillad aborre  
Favoritdryck: Chablis*

**Geir Bauck,  
Sälj/Marknadsdirektör Norge**

Födelseår: 1961  
Anställd: september 1995  
Utbildning: Företagsekonom BI i Oslo  
Tidigare anställningar: Rica Hotellkjedens Food and Beverage Manager i 5 år, Gilde Norge sälj och marknadsansvarig storkök i 10 år.

*Favoriträtt: Seltfisket fjellørret, stekt på bål ved vannet  
Favoritdryck: Røde Rioja viner, gjerne grand reserva*

**Rolf Salomonsson,  
Affärsområdeschef Sverige Restaurang och Storkök**

Födelseår: 1955  
Anställd: november 2006  
Utbildning: Lärarhögskolan Luleå, Företagsledarutbildning Luleå universitet  
Nuvarande styrelseuppdrag: Restaurang akademien, Maria Pietilä-Holmner AB  
Andra förtroendeuppdrag: Advisory Board Restauranghögskolan Umeå universitet.  
Tidigare anställningar: Servera Regiondirektör (1998-2006), TV4 Norr AB VD (1995-1998).

*Favoriträtt: Vilt.  
Favoritdryck: Rött vin, gärna Zinfandel och vatten.*

**Peter Lagerbäck,  
Logistikchef**

Födelseår: 1961  
Anställd: juli 2005  
Utbildning: Civilekonom  
Tidigare anställningar: Senast Servera R & S AB.

*Favoriträtt: Fisk & skaldjur  
Favoritdryck: Vatten, whiskey*

**Björgulf Wettrhus,  
Affärsområdeschef Norge**

Födelseår: 1958  
Anställd: maj 1995  
Utbildning: Pilot, militärutbildning  
Tidigare anställningar: Norgesgruppen, Division Head of Sales and Marketing (1987-1995), Scanvest Ring, Division Managing Director (1984-1986)

*Favoriträtt: Lusefisk  
Favoritdryck: Melk*

**Martin Jacobsson,  
Chef Affärsutveckling och förvärv**

Födelseår: 1978  
Anställd: mars 2007  
Utbildning: Civilingenjör, Chalmers och Civilekonom, Handelshögskolan Göteborg  
Tidigare anställningar: McKinsey & Co Göteborg, Management Consultant (2004-2007).

*Favoriträtt: Pyttipanna  
Favoritdryck: Kaffé*



	2004	2005	2006	2007
Omsättning MSEK	5 084	5 829	6 519	7 065
EBITDA*	- 24	37	84	85
EBITA*	- 44	11	59	54
EBITDA-marginal*	- 0.5%	0.6%	1.3%	1.2%
EBITA-marginal*	- 0.9%	0.2%	0.9%	0.8%

\*Före omstruktureringskostnader





## *Kontakta Menigo*

### Huvudkontor Koncern och Sverige

Menigo Foodservice AB  
Box 9081  
Partihandlarvägen 47  
120 05 Årsta  
Växel: +46 8 722 14 00  
[www.menigo.se](http://www.menigo.se)

### Huvudkontor Norge

Menigo Foodservice Norge AS  
Brånås Næringspark 2  
2020 Skedsmokorset  
Växel: +47 64 83 73 00  
[www.menigo.no](http://www.menigo.no)

[www.menigo.se](http://www.menigo.se)

