

ST-LUC LABELS&PACKAGING WINT PIONIERSPRIJS DIVERSITEIT 2010

“Diversiteit is de rode draad doorheen ons human resourcesbeleid”

Jobkanaal heeft zopas voor de derde keer zijn Pioniersprijzen Diversiteit uitgereikt. Een van de winnaars dit jaar is UNIZO-lid St-Luc, een drukkerij uit Nazareth, gespecialiseerd in zelfklevende labels, (shrink)sleeves en vlakkarton verpakkingen. De prijs belooft het diversiteitsproject van de drukkerij, dat als een rode draad door hun HR-beleid loopt. Voor de derde maal reikte Jobkanaal samen met partnerorganisaties UNIZO, Verso, VKW en Voka de Pioniersprijs Diversiteit uit (met sponsoring van o.a. ADMB). De prijs belooft bedrijven die op innovatieve wijze werken aan diversiteit in hun personeelsbeleid en een voorbeeldrol spelen voor andere bedrijven. Naast het Kortrijkse b2b telemarketingbedrijf

Yello cvba (categorie kleine bedrijven) en het Koninklijk Orthopedagogisch Centrum van Antwerpen (KOCA vzw) (non profitsector) viel verpakkingsdrukkerij en UNIZO-lid St-Luc Labels&Packaging uit Nazareth in de prijzen. “Diversiteit is niet iets waar we ons af en toe eens mee bezighouden”, legt managing director Fanny Dhondt uit. “Het is een kernwoord, een rode draad doorheen ons human resourcesbeleid.” St-Luc stelt bijna 100 mensen tewerk. Daarbij zijn verschillende werknemers van allochtone afkomst, vijftigplussers en een jonge drukker die doof is. Diversiteit is voor St-Luc geen eilandje op zich. Fanny Dhondt: “We hebben diversiteit in een totaalproject uitgewerkt. Het hele traject kwam daarbij aan bod:

diverse rekruteringskanalen om in contact te komen met kansengroepen, onthaalbeleid, goed voorbereide opleidingsplanning, meter/peterschap, retentiebeleid naar oudere werknemers, aangepast mobiliteitsplan, enzovoort.” Voor St-Luc biedt een diversiteitsplan structuur. “Je wordt verplicht om doelstellingen, acties, analyses en een stand van zaken op te maken. Het samengaan van al die factoren zorgt ervoor dat je als bedrijf evolueert. Een geslaagd human resourcesbeleid moet actief bijdragen tot de economische motieven van het bedrijf en tegelijkertijd de mens vooropstellen.” In een hoogtechnologische omgeving zoals drukkerij St-Luc is diversiteit nochtans niet vanzelfsprekend: “Het gaat niet over repetitief werk, maar over heel specifieke jobs waar heel wat competentie voor nodig is. De moeilijkheidsgraad van onze werkposten ligt heel hoog. Toch werkt ons beleid. Zelfs in crisisjaar 2009 mochten we van een zeer sterke groei spreken.” Diversiteit speelt bij St-Luc op alle niveaus: “Niet alleen bij de uitvoerende jobs, de eenvoudige jobs, waar diversiteit soms een keuze uit noodzaak is. Wij willen aantonen dat diversiteit geen noodzaak is, maar een meerwaarde. Ons beleid komt echt vanuit de kern. We werken vanuit de mensen zelf. Zij moeten er in geloven, zij werken de acties uit, zij staan er voor 100 procent achter. Bottom-to-top



Met deze advertentie moedigt Jobkanaal bedrijven aan om in te zetten op diversiteit in hun personeelsbeleid.



FOTO JOHAN MARTENS

Fanny Dhondt: “Ons beleid werkt. Zelfs in het crisisjaar 2009 konden we een mooie groei voorleggen.”

werkt veel meer enthousiasme creativiteit in de hand.” De meerwaarde volgens Fanny Dhondt? “Er is de maatschappelijke meerwaarde. Door positief teamwork leren mensen elkaar waarderen en respecteren, los hun eigen overtuigingen. Dit bij streven we een professionele bedrijfscultuur na, waar mensen kansen krijgen: mensen uit sengroepen, maar bijvoorbeeld jobstarters. Wie zich 100 procent inzet, krijgt bij St-Luc een goede job. Premies en dergelijke zijn zeker niet de investeringen van diversiteitsbeleid. Maar het zijn die premies die ons overtuigen wel de motivatie en kwaliteit nieuwe medewerkers. Mensen trots op hun werk én op hun werkomgeving.” ■

➔ www.stluc.be
➔ www.unizo.be/jobkanaal