

Ajit Shetty (Janssen Pharmaceutica): "Vernieuwing houdt Belgische economie levendig."

Het **5** MINUTEN interview



Ajit Shetty is nog enkele weken 'manager van het jaar'. De vriendelijke Indiër laat niet na altijd weer te hameren op het belang van vernieuwing.

| geert.degrande@jobat.be

Vernieuwing lijkt vandaag het mantra van alle topondernemers?

Dat geldt zeker in onze sector, waar het gemiddeld 15 jaar duurt vooraleer een medicament is ontwikkeld. De patenten erop lopen twintig jaar, zodat we in de resterende vijf jaar alle kosten moeten recupereren en winst moet maken. We moeten namelijk kunnen blijven investeren om de aandeelhouders iets terug te geven voor hun vertrouwen. Dat betekent dat we de beste wetenschappers ter wereld moeten kunnen aantrekken en enorm creatief moeten zijn. Onderzoek moet altijd vernieuwend genoeg blijven. Niet voor niets luidt onze bedrijfslogan 'Vooruitgang door innovatie'.

Wordt dat niet steeds moeilijker?

Absoluut. In de jaren tachtig kostte het

ongeveer 100 miljoen dollar om een nieuw medicijn te ontwikkelen. Tegen het einde van de jaren negentig was de kostprijs opgelopen tot 700 à 800 miljoen dollar en nu spreken we al van een bedrag van 1,1 à 1,2 miljard dollar.

Toch lijkt de regering de farmasector nog steeds te zien als een sector die moet helpen om gaten in de begroting dicht te rijden.

We zijn alvast voorstander van een meer coherent beleid. De regionale overheden bieden academisch onderzoek van topniveau en zeer goed onderwijs aan. Hierdoor kunnen wij wetenschappers en ingenieurs rekruteren, die dan nieuwe geneesmiddelen maken die enkel in België niet op de markt mogen. Dat is natuurlijk op zijn minst paradoxaal en hoogst frustrerend voor onze medewerkers. Bovendien verdient de

Belgische staatskas veel meer geld aan onze activiteiten dan ze zelf ter beschikking stelt van het geneesmiddelenbudget.

Je bent ook een notoir tegenstander van het kiwimodel?

In een open economie is het kiwimodel absurd voor patentgeneesmiddelen.

Voor patentvrije geneesmiddelen moet de overheid echter ook oppassen om de keuzemogelijkheid voor de arts of de beste therapie van de patiënt niet weg te gooien. Een beleid dat enkel kijkt naar de kosten en niet langer naar de kwaliteit van de therapie, gaat per definitie ten koste van de volksgezondheid.

Elke week vertaalt de WetWeter de kleine letters van het arbeidsrecht naar mensentaal. Je rechten, je plichten en de gevolgen? De WetWeter weet het allemaal.

WetWeter

Welke informatie moet je geven bij een sollicitatie?

| frank.ruelens@jobat.be

Als je solliciteert, ben je verplicht je potentiële werkgever een duidelijk en volledig beeld van je kandidatuur te geven. Hij wil immers zo goed mogelijk kunnen selecteren en een aanbod doen aan één bepaalde persoon en niemand anders. Je zal eerlijk moeten meewerken aan de selectieprocedure en alle gegevens over je beroeps- en studieverleden moeten geven. Het feit dat je een opleiding hebt genoten of een kwalificatie bezit die hoger is dan vereist, zou geen reden mogen zijn om je niet aan te werven. In het algemeen zal je trouwens alle info moeten geven die belangrijk is voor je aanwerving en waarover je potentiële werkgever niet beschikt of kan beschikken. Hij moet die informatie wel betrouwbaar behandelen en mag ze dus niet aan derden mededelen, tenzij met je expliciete toestemming.



Frank Ruelens, advocaat en venoot Lawfort

De informatie moet juist én volledig zijn, maar de werkgever mag ze niet gebruiken om je niet aan te nemen. Hij moet immers alle sollicitanten op een gelijke manier behandelen. Hij mag ook geen ongeoorloofde vragen stellen en moet je recht op privacy respecteren. Dit is echter niet absoluut. Je kan namelijk op voorhand afzien van dit recht, maar dat is steeds herroepbaar.

Er is een onderscheid tussen de informatie die je zelf spontaan moet geven en de wijze waarop je bepaalde vragen tijdens het sollicitatiegesprek moet beantwoorden. Indien je solliciteert voor de functie van taxichauffeur, is het logisch dat je meldt dat je een geldig rijbewijs hebt. Gaat het om een functie als bankbediende, dan zal je niet mogen verzwaren dat je bent veroordeeld voor het uitgeven van een ongedekte cheque.

Vragen die je potentiële werkgever of een selectiekantoor in zijn opdracht stelt, moeten wel geoorloofd zijn. Ze moeten dus echt relevant zijn voor de functie en mogen geen aanleiding geven tot een ongerechtvaardigde ongelijke behandeling.

Een typisch voorbeeld is vragen aan een vrouwelijke sollicitante hoeveel kinderen ze zou willen en of ze zwanger is. Die informatie moet je niet zelf spontaan geven en je mag er zelfs over liegen. Een eerlijk antwoord zou namelijk kunnen leiden tot een onwettelijke contractweigering.

Als je echter wordt aangeworven en je werkgever komt achteraf te weten dat je opzettelijk informatie hebt achtergehouden, dan kan hij ofwel de arbeidsovereenkomst éézijdig beëindigen wegens dringende reden ofwel de nietigheid ervan vorderen bij de arbeidsrechtbank. Het moet dan wel gaan om info die voor hem doorslaggevend is en die je wél had moeten geven. Zo werd al eens beslist dat een contract nietig was, omdat de kandidaat had gelogen dat hij werkloosheidsrechtvaardig was, waardoor de werkgever een bepaalde premie misliep.

Scènes uit het bedrijfsleven

Als je je team met spectaculaire ingrediënten weer op de rails moet zetten, is er al veel kwaad geschied. Met verfrissende, externe impulsen kan je anticiperen op futloosheid en défaitisme, maar hierbij wordt het ludieke element nogal eens geschuwd. Toch kunnen theatertechnieken best heilzaam zijn. Bedrijftheater waaide dertig jaar geleden vanuit Québec naar Frankrijk over en is nu in veel hr-middelen een probate opleidingsmethode.

| bertin.sanders@jobat.be

FUN AT WORK!

Topbedrijven pronken graag met hun marktpositie. Ze noemen zich terecht of onterecht 'wereldspelers', al kun je je vragen stellen bij het speelse aspect in veel organisaties. A la limite kan, als niemand nog de vinger op pijnlijke wonden durft te leggen, een externe 'speler' al eens mankementen aan het licht brengen. Daarbij is bedrijftheater een steeds vaker beproefde techniek.

Het concept van bedrijftheater lijkt simpel: laat acteurs enkele scènes uit het bedrijfsleven spelen, waarbij een aantal pijnpunten aan de oppervlakte komen. Hoe breng je als verkoper je product aan de man? Wat is als chef de meest succesvolle manier om je team te motiveren? Hoe ga je na een fusie binnen een nieuwe structuur met cultuurverschillen om? Daarna laat je de toeschouwers reageren: wat herkennen de salesmensen, personeelsdirecteurs en communicatiemanagers van wat op hen werd losgelaten?

Zo werkt het volgens Annick Annaert niet. Sinds korte tijd runt ze Acbeth, een gloednieuw bedrijftheaterbureau. "Bedrijftheater is geen puur entertainment, maar wordt geïntegreerd in de opleidingsprogramma's van onze klanten", zegt Annaert. "We overleggen niet alleen met het evenementen- of communicatiebureau, maar ook met de klant zelf. We maken met hen duidelijke afspraken over wat kan en niet kan en appreciëren elke vorm van input."

"De klanten krijgen altijd de mogelijkheid tot het inlassen van netwerking. We brengen de toeschouwers ook niet zomaar samen, maar zorgen na de voorstelling op een ludieke, maar toch doordachte manier, voor contacten met nieuwe mensen uit aanverwante sectoren of diensten. We bieden ook vormen van mystery shopping aan en in het verlengde van het bedrijftheater verzorgen we ook opleidingen met rollenspelen en opvolging op de werkvloer."

"Business theater" vond zowat dertig jaar geleden zijn oorsprong in Canada.

In Europa ontdekten Franse managers er als eersten de waarde van. Niet te verwonderen dus dat uitgerekend in Nantes tweejaarlijks het 'Internationaal Bedrijftheaterfestival' wordt georganiseerd. Daar komen vrijwel uitsluitend communicatiespecialisten, evenementenorganisatoren en hr-specialisten op af.

Bedrijftheater lijkt wel een eigentijdse variant op de middeleeuwse hofnar. Die kon zich meer permitteren dan de medewerkers van de koning of keizer. Ook als deze laatste naakt liep.

DE ZAKENLUNCH

Een uitgebreid menu, een snelle hap of gewoon een paar boterhammen?

Eén ding staat vast: wie professioneel onderweg is, moet 's middags ergens zijn honger stillen. Met dit gegeven in het achterhoofd, stapten we af op een aantal plaatsen waar mensen kunnen eten. De rondrit leverde enkele interessante kennismakingen op.

Je bent jong en je wil wat

| jos.sterk@jobat.be

Wie ben je en wat doe je?

"Mijn naam is Benjamin Surkyn en ik ben consultant bij it-bedrijf Ordina in Hasselt. Ik werk hier nog niet zo lang, want ik ben van een ander bedrijf overgekomen. Bij Ordina vind ik het prima werken. Ik heb informatica gestudeerd, ben van Keerbergen afkomstig en 22 jaar oud."

Van waar kom je en naar waar ga je?

"Ik kom van een klant in Aalst en heb nog één tussenstation af te leggen voor ik weer richting Keerbergen kan gaan. Ik til er overigens helemaal niet zwaar aan om alle dagen naar Hasselt te rijden om te gaan werken. Hasselt-Keerbergen is namelijk een zalige afstand om te overbruggen. Van files is helemaal geen sprake, want die kom ik onderweg in de omgekeerde richting tegen. In de toekomst is de kans groot dat ik nog heel wat tijd in de wagen zal doorbrengen. Ordina is een internationaal Nederlands bedrijf met een beursnotering op Euronext Amsterdam. We zijn zowel in België als in Ne-

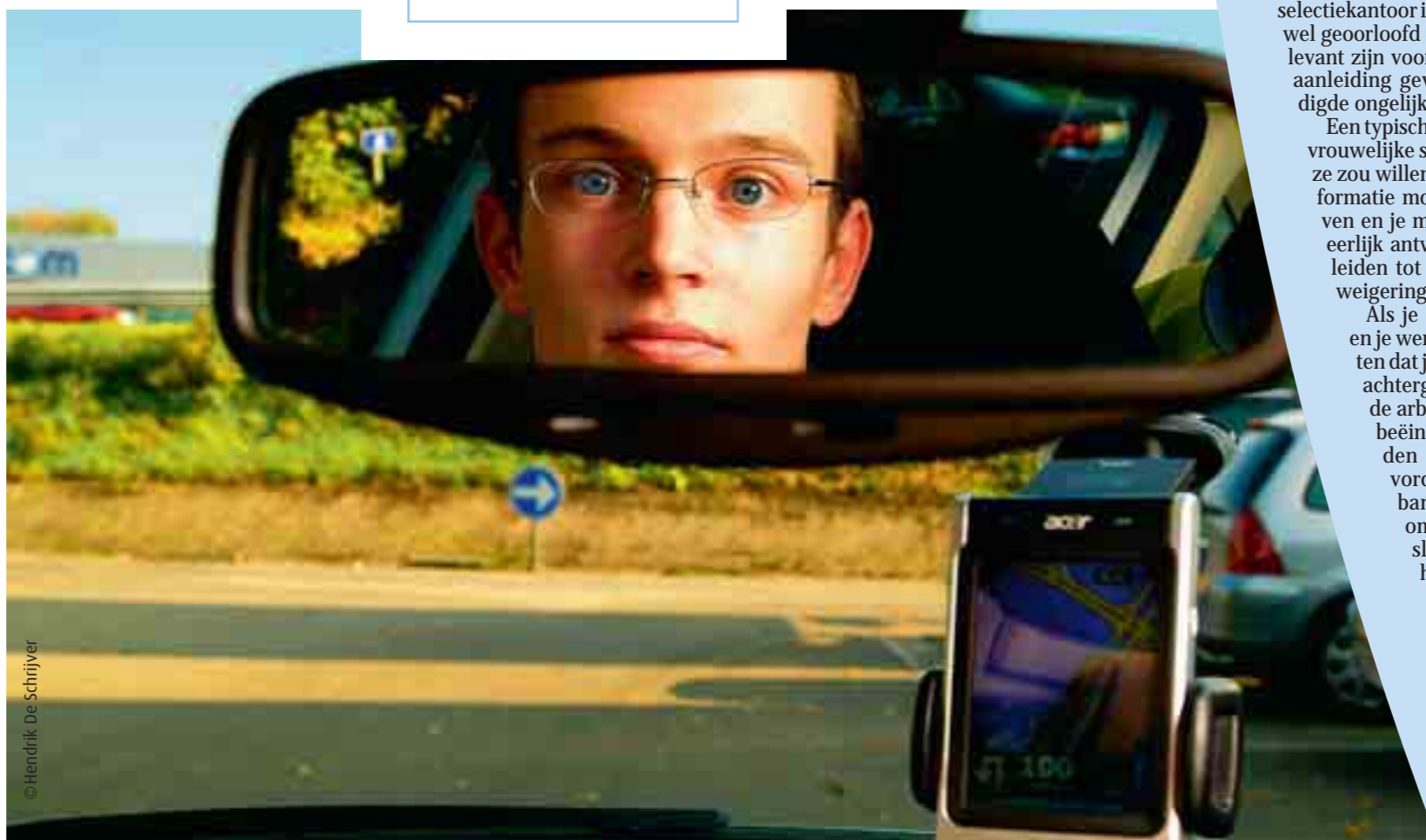
derland actief, maar ook voor een stukje in Duitsland.

Of internet het afleggen van afstanden niet overbodig maakt? Soms wel, soms niet. Mijn job als consultant omvat alles wat met het web te maken heeft en daarvoor moet je in veel gevallen bij de klant zelf op kantoor gaan. Dat ligt anders voor it'ers die bijvoorbeeld aan sap-oplossingen werken. Voor hen kan van op afstand werken in veel gevallen wel. Bovendien mag je niet uit het oog verliezen dat het contact met de klant belangrijk is om een vertrouwensrelatie op te bouwen. Enkel via mailtjes of telefoon is dat moeilijk."

Kan je iets meer vertellen over je eetgewoonten op een gewone werkdag?

"Leve de boterhammen! Wanneer ik zoals vandaag naar klanten ga, heb ik weinig tijd. Tijd om in een restaurant uitgebreid te gaan lunchen, is er dikwijls niet, want ik bouw graag een veiligheidsmarge in. De klant gaat immers voor. Bovendien geeft het een veilig gevoel als ik mijn boterhammendoos op de achterbank zie liggen."

Leve de boterhammen



© Hendrik De Schrijver

Jobat

Gossetlaan 54, 1702 Groot-Bijgaarden ■ Tel: 02-467.27.27 ■ Fax: 02-467.97.97 ■ E-mail: info@jobat.be ■ www.jobat.be

gedelegeerd bestuurder: Jo Van Croonenborch | algemeen directeur /verantw. uitgever: Hans De Rore | redactiechef: Trix Slock | redactie: Wim Verdoodt, Maarten Carlier, Willem De Bock, Geert Degrande, Christine Huyge, Bertin Sanders, Hilde Vereecken, Lies Van den Bergh, Peter Van Dyck | fotografie: Ivan Mervillie, Hendrik De Schrijver | vormgeving: Karel Lauwers | salesdirector: Geert Serneels | regiomanagers: Sonia Vermeire, Nancy Franken | accountmanagers: Rika Braeckman,

Veerle Van Melkebeek, Guy Wilssens, Jutta Philips, Sofie Van Damme, Erik Vermeiren, Kim Vergaelen | accountadviseurs: Kathleen De Smedt, Christel Menten | commerciële medewerkers: Caroline Braet, Lucette Callebaut, Claire Fonteyn, Joan Michiels, Annemie Van der Gucht | orderverwerking: Annemie Van Leeuwen, Hella Willo | productie: Goedele Vankelst | coördinator productie en administratie: Johan Vereecke | marketingmanager: Bart Arrazola de Oñate | marketing: Chantal De Saveur, Anne Van Horebeek, Griet Muysshondt, Koen Fontaine | e-businessmanager: Lieven Van Nieuwenhuysse | Jobat.be: Heino Schaght, Hendrik Nuytens, Dries Steyaert | research: Koen De Broeck, Michiel Vrysen | stockfoto's: Getty Images en Zefa

COLOFON