



JTI

Boechoutlaan 55

1853 Strombeek-Bever

Tél: 02/462 02 11

Site web: www.jti.be

E-mail: belgium.careers@jti.com

JTI als werkgever

Japan Tobacco International (JTI), een onderdeel van Japan Tobacco Inc., is de derde grootste tabaks-fabrikant in de wereld met Winston, Mild Seven en Camel als bekendste merken. Hoewel JTI pas tien jaar bestaat, kan het bogen op een tabakservaring die terug gaat tot de achttiende eeuw.

Resultaten van het onderzoek

Primaire Arbeidsvoorwaarden

★★★★

Secundaire Arbeidsvoorwaarden

★★★★

Training & Ontwikkeling

★★★★★

Carrière mogelijkheden

★★★★

Organisatiecultuur

★★★★★

+: JTI is een groeiend internationaal bedrijf met veel doorgroeimogelijkheden, zowel nationaal als internationaal. De medewerkers krijgen de vrijheid om zelf initiatief te nemen.

!: JTI wil zijn bekendheid bij potentiële medewerkers nog vergroten. Daarom wil het nog beter communiceren over de ontwikkelingskansen in het bedrijf. Ook de employer branding is een aandachtspunt.

Feiten en cijfers

- Derde grootste tabaksfabrikant, met wereldwijd 25.000 werknemers
- Hoofdkantoor in Genève, kantoren in 80 landen, 80 medewerkers in België
- De merken worden in meer dan 120 landen verkocht

Arbeidsvoorwaarden

- Goede betaler
- Maaltijdcheques
- Groepsverzekering
- Flexibele werkuren
- Extra vakantiedagen
- Bijdrage in transportkosten



**JTI is gecertificeerd
als één van de Top
Employers België, 2011**



JTI is een van de snelst groeiende bedrijven in zijn sector en genereert meer dan 70 procent van het volume van de groep.

Japan Tobacco Inc. behoort tot de 'Fortune's Global 500' en heeft de ambitie om de grootste tabaksfabrikant ter wereld te worden.

Ook in de Benelux is JTI de snelst groeiende tabaksfabrikant.

JTI ter introductie

JTI – Japan Tobacco International – is de internationale divisie van Japan Tobacco Inc., de derde grootste tabaksfabrikant ter wereld. In het portfolio zitten acht merken waarvan drie tot de top vijf van sigarettenmerken behoren, namelijk Winston, Mild Seven en Camel. Naast sigaretten produceert JTI ook sigaren en roltabak.

JTI is een vrij jong bedrijf, opgericht in 1999 toen Japan Tobacco Inc. de internationale tabaksactiviteiten van RJ Reynolds overnam. In 2007 is een volgende belangrijke stap gezet met de overname van Gallaher. Dit was toen de grootste buitenlandse overname door een Japans bedrijf.

Het hoofdkantoor van JTI bevindt zich in het Zwitserse Genève. Wereldwijd werken er ongeveer 25.000 medewerkers verspreid over 89 kantoren en 29 fabrieken. De merken van JTI worden in meer dan 120 landen verkocht. Het kantoor in Strombeek-Bever is verantwoordelijk voor de Belgisch-Luxemburgse markt en telt 80 medewerkers. Het tabaksbedrijf is in zijn sector een van de snelst groeiende bedrijven en genereert meer dan 70 procent van het volume van de groep. "Het is onze ambitie om op termijn de grootste tabaksfabrikant ter wereld te worden", zegt Johan Petit, Human Resources Director Benelux.

Internationaal bedrijf

JTI werft voortdurend nieuwe medewerkers aan. "Aangezien we een sales- en marketingkantoor zijn, zoeken we vooral »

medewerkers om de commerciële- en marketingafdelingen te versterken. Maar we zoeken ook medewerkers voor de afdelingen finance, legal, corporate affairs, human resources en IT", somt Johan Petit op. Nieuwe medewerkers worden meestal via rekruteringsbureaus gevonden. Daarnaast is JTI aanwezig op jobbeurzen en heeft het een uitgebreide eigen jobwebsite. "We merken dat het aantal spontane sollicitaties via onze website stijgt. Een belangrijk ander rekruteringskanaal zijn de eigen medewerkers. Elke vacature wordt eerst intern bekendgemaakt. Om ons voor te bereiden op de nieuwe talentenoorlog besteden we nog meer aandacht aan employer branding. We moeten onze troeven naar potentiële me-

dewerkers nog meer uitspelen, onder meer door onze jobsite nog te verbeteren en ook sociale netwerken zoals LinkedIn in te schakelen. We hebben immers heel wat doorgroeimogelijkheden en we zijn nog steeds een groeiend bedrijf. Zelfs tijdens de crisis hebben we ons personeelsbestand uitgebreid", vertelt Johan Petit.

De aanwervingsprocedure verloopt erg soepel en vlot. JTI zoekt medewerkers met specifieke competenties. "Onze medewerkers zijn dynamisch, ambitieus, nemen initiatief en geven energie aan de collega's. Ook mobiliteit is een belangrijke troef. We zijn immers op zoek naar internationaal talent en het motiveren van onze



Caroline De Decker (30), medewerker financiële afdeling

"Na enkele jaren in Parijs te hebben gewoond, ben ik begin 2009 terug naar België gekomen. Al zeer vlug ben ik via een rekruteringsbureau bij JTI terechtgekomen. Tijdens het sollicitatiegesprek klikte het meteen met mijn directe leidinggevende. Vooral de multiculturele dimensie van het bedrijf trekt me aan. Het team dat voor de Benelux verantwoordelijk is voor de financiën telt maar liefst vijf verschillende nationaliteiten. Dat is zeer verrijkend. In het kantoor in Brussel heerst de sfeer van een familiebedrijf, maar toch zijn we een internationaal bedrijf. Die combinatie is apart. De ontwikkelingsmogelijkheden zijn hier groot en ook mijn internationale ambitie kan ik hier werkelijkheid maken."



“Onze medewerkers zijn onze belangrijkste troef. Het aantrekken, ontwikkelen en behouden van goede medewerkers is de beste garantie om onze ambitie, nummer één wereldwijd worden, waar te maken.”

Johan Petit,
Human Resources Director Benelux

internationale talenten heeft dan ook een hoge prioriteit.”

Hoewel JTI een Japans bedrijf is, is daar in de praktijk weinig van te merken. “We zijn veeleer een internationaal bedrijf. De roots van JTI liggen immers in heel wat landen: Japan, de Verenigde Staten, Groot-Brittannië en Oostenrijk. Dit maakt ons een heuse multinational waar de ene nationaliteit niet belangrijker is dan de andere. Ook als je naar de samenstelling van het personeel kijkt, zijn we heel divers in de verschillende culturen die we vertegenwoordigen. Die diversiteit is overigens een van onze sterke punten. De kruisbestuiving van verschillende culturen is een inspiratiebron voor continue verbetering, ontwikkelingen en vooruitgang”, legt Johan Petit uit.

De bedrijfscultuur is zeer resultaatgericht, maar informeel. Vier kernwaarden staan centraal: kwaliteit, betrokkenheid, innovatie en synergie. “We hanteren een opendeurpolitiek. Medewerkers krijgen veel vrijheid om zich te ontplooiën en zelf initiatief te nemen. Hoewel we zeer resultaatgericht zijn, kan de boog niet altijd gespannen staan. Gedurende het jaar organiseren we een aantal themaweken, sportieve activiteiten en feesten voor het voltallige personeel.”

Halverwege 2010 voerde JTI wereldwijd een ‘Employee Engagement Survey’ uit. Na het analyseren van de resultaten wordt in 2011 verder gewerkt aan een actieplan met verbeterpunten. “Daarnaast staan er nog projecten op stapel rond innovatie en diversiteit”, vertelt Johan Petit.

Focus op mobiliteit

JTI besteedt heel veel aandacht aan training en ontwikkeling. “Ondanks de crisis van de laatste jaren hebben we ons opleidings- en trainingsbudget verhoogd. Twee maal per jaar wordt met elke medewerker zijn of haar persoonlijk ontwikkelingsplan besproken. Daar vloeit dan een duidelijk actieplan uit voort. Een ontwikkelingsplan bestaat uit bedrijfs- en ontwikkelingsobjectieven. Aan het begin van het beoordelingsjaar worden alle opleidingen in het persoonlijk ontwikkelingsplan vastgelegd en geboekt. Zo zijn we er zeker van dat de trainingen die afgesproken zijn ook daadwerkelijk uitgevoerd worden. In het ontwikkelingsplan wordt een balans gemaakt tussen de individuele opleidingsbehoeften van de medewerkers en de strategische ontwikkelpunten van de afdeling en/of organisatie”, legt Johan Petit uit. Daarnaast organiseert JTI ook trainingen zoals Diversity, Objective Setting en Innovation workshops die aan alle personeelsleden worden aangeboden.

»



“We zijn heel divers in de verschillende culturen die we vertegenwoordigen.

Die diversiteit is overigens één van onze sterke punten.”

Naast training kunnen medewerkers hun competenties en vaardigheden ontwikkelen via jobrotatie, deelname aan projecten, job shadowing en kortetermijn development assignments.

De doorgroeimogelijkheden zijn talrijk. Het tabaksbedrijf ontwikkelde verschillende carrièrepaden. “Zo is er een stappenplan om van de commerciële buitendienst over te stappen naar de binnendienst. Daarnaast zijn er ook tal van internationale doorgroeimogelijkheden, bijvoorbeeld naar het hoofdkantoor in Genève of naar andere markten waarin we actief zijn”, schetst Johan Petit.

Om medewerkers te stimuleren internationaal mobiel te zijn, ontwikkelde JTI het ‘MORE Program’, een internationaal management traineeship. “Dit programma loopt over twee jaar waar deelnemers kunnen proeven van drie verschillende functies in drie verschillende landen en markten. Daarna zijn ze klaar om een internationale managementfunctie op te nemen.”

Het tabaksbedrijf kent een zeer laag personeelsverloop. “Ons retentiebeleid is gebaseerd op een sterk en competitief loonbeleid en een eigen uitgebreid ontwikkelingsbeleid. Dit gekoppeld aan een dynamische werksfeer, een informele cultuur en aangename werkomstan-

digheden zorgen er voor dat het verloop klein is. Als medewerkers toch het bedrijf verlaten is het omwille van persoonlijke carrièreaspiraties”, zegt Johan Petit. JTI staat dan ook bekend als een uitstekende beloner. “We hanteren de P75 norm, wat inhoudt dat slechts 25 procent van vergelijkbare internationale bedrijven nog beter betaalt dan wij”, verklaart hij. Naast een competitief salaris zijn ook de secundaire arbeidsvoorwaarden uitstekend. Zo kunnen medewerkers onder meer rekenen op een groepsverzekering, maaltijdcheques en een bijdrage in de transportkosten. “Al onze arbeidsvoorwaarden worden jaarlijks gebenchmarked met vergelijkbare ondernemingen in de FMCG-branche.”

JTI hanteert een systeem van flexibele werkuuren, waarbij een medewerker binnen een bepaalde tijdspanne zelf zijn start- en eindtijd kan bepalen. Ook deeltijds werken behoort tot de mogelijkheid, al is daar volgens de human resources director weinig vraag naar. Tot slot genieten medewerkers bovenop de twintig wettelijke vakantiedagen van nog eens twaalf extra vakantiedagen.

Maatschappelijke rol

JTI beseft zeer goed dat aan roken risico's verbonden zijn. “Wij willen niemand tot roken aanzetten en zijn absoluut gekant tegen roken

voor minderjarigen. Roken moet een bewuste keuze zijn van volwassen mensen. We verkopen echter producten waar behoefte aan is en die volslagen wettelijk zijn. Dit neemt niet weg dat we extra gevoelig zijn voor onze maatschappelijke verantwoordelijkheid. Tabaksproducten behoren tot de meest gereguleerde producten. Via interne communicatiemiddelen houden we onze medewerkers continu op de hoogte van de reglementeringen en of verwikkelingen rond onze producten", zegt Johan Petit.

Daarnaast draagt JTI op een duurzame manier bij tot de omgeving waarin ze actief is, onder meer door het steunen van lokale maatschappelijke en culturele projecten. "In dit kader zijn

we onder meer een van de structurele partners van United Fund for Belgium. Een organisatie die jaarlijks voor meer dan één miljoen euro lokale liefdadigheidsprojecten ondersteunt. Ook stimuleren we medewerkers om peter of meter te worden van deze projecten. Zij kunnen twee dagen per jaar als vrijwilliger meewerken aan van de ondersteunde projecten zonder dat ze daarvoor extra vakantie moeten voor opnemen."



Tim De Geyter (35),
field force manager

"In ben het levende bewijs dat de interne door-groeimogelijkheden reëel zijn. In 2000 ben ik gestart als trade marketeer in de buitendienst om vervolgens een interne sprong te maken naar program development associate op de marketingafdeling. Sinds augustus 2010 ben ik als field force manager verantwoordelijk voor Brussel en alle nachtwinkels in België. De door-groeimogelijkheden in combinatie met de ontwikkelingskansen zijn groot. Ook de competitieve omgeving werkt zeer stimulerend. Het zorgt voor de juiste drive."

