

Rob Henderson:

Bonjour et bienvenue au balado BioTalent Canada présente : The Science of Talent. Ce balado fait partie d'une série et vise à parler à de nombreux intervenants de la bioéconomie canadienne qui sont responsables de la gestion des talents les plus compétents et les plus brillants. Il en va de même aujourd'hui. Nous accueillons un dirigeant dans son domaine, Manju Anand, chef de la direction et chef des technologies de CleanSlate UV. Manju, je connais un peu CleanSlate UV d'après votre site Web et votre réputation, je sais que vous exploitez la puissance de la lumière ultraviolette pour créer des solutions d'assainissement et de biosécurité novatrices. J'aimerais toutefois l'entendre de vos propres (rires) mots. Parlez-nous un peu de CleanSlate UV et de votre cheminement de carrière jusqu'à maintenant.

Manju Anand:

Bien sûr. Rob, tout d'abord, merci beaucoup de m'avoir invité. Je vous en suis très reconnaissant. Pour revenir à CleanSlate UV, l'entreprise a été fondée en 2014 par trois étudiants. L'un des cofondateurs était germaphobe. Il ne serrait jamais la main de personne. Un autre cofondateur était victime d'infections. Ce sont donc les deux principales raisons qui ont conduit à l'innovation d'une solution pour résoudre les infections de base dans le domaine de la santé. En 2014, notre principal objectif était de protéger les bébés dans les unités de soins intensifs néonataux. Au fur et à mesure que les appareils mobiles deviennent de plus en plus abordables, nous constatons qu'ils sont adoptés de façon exponentielle.

Le problème, c'est que si mon bébé se trouve en unité de soins intensifs néonataux, je veux apporter mon téléphone cellulaire pour passer un appel Skype ou Zoom afin de montrer à mes parents et à ma famille à quel point le bébé se rétablit. Ce faisant, nous transportons aussi les germes de l'extérieur. Or, ces bébés en unité de soins intensifs néonataux sont extrêmement vulnérables, même aux infections que nous pouvons tolérer en tant qu'adultes en bonne santé. C'est là que nous voulions résoudre le problème.

En 2014, notre mission consistait à protéger les bébés contre les germes et les virus de l'extérieur. Huit ans plus tard, notre entreprise a fait beaucoup de chemin. Aujourd'hui, nous sommes présents dans 13 pays, comptons plus de 500 clients, et nous sommes présents dans les cinq meilleurs hôpitaux pour enfants et les dix meilleures unités de soins intensifs néonataux.

Rob Henderson:

C'est incroyable. Quelle belle histoire (rires) que cette technologie et ces solutions soient nées du besoin de deux germaphobes. C'est vraiment drôle. J'adore le fait que vous vous catégorisiez en fait comme germaphobes. J'avais pensé que cela venait de personnes très soucieuses de leur sécurité (rires), de leur propreté. C'est formidable. Combien de membres compte votre équipe à l'heure actuelle, Manju?

Manju Anand:

À l'heure actuelle, notre équipe compte une vingtaine de personnes aux États-Unis et au Canada.

Rob Henderson:

Comme toutes les autres entreprises, nous avons navigué au cours des trois dernières années, deux années et demie, à l'aveugle, en essayant de comprendre (rires) comment nous adapter, comment nous réorienter. Ce mot est trop souvent utilisé depuis deux ans et demi. Donc, en ce qui concerne votre rôle, et pas seulement? Commençons par cela. Quand vous êtes-vous joint à CleanSlate UV?

Manju Anand:

Je me suis joint à CleanSlate en 2016.

Rob Henderson:

2016. C'est formidable.

Manju Anand:

Oui.

Rob Henderson:

Et vous avez fait votre chemin. Quel était votre poste en 2016?

Manju Anand:

J'étais ingénieur de fabrication à l'époque.

Rob Henderson:

Ingénieur de fabrication. Et maintenant?

Manju Anand:

Actuellement, je suis chef des technologies et président de l'entreprise.

Rob Henderson:

Jusque là. C'est une progression plutôt fulgurante en quelques années seulement. C'est fantastique, Manju.

Manju Anand:

Merci.

Rob Henderson:

Parlez-moi un peu de la période de la pandémie qui a frappé. Parlez-moi de l'odyssée de CleanSlate UV et de tout ce qui s'est passé avec votre équipe. Comment avez-vous réagi lorsqu'elle a frappé? Comment vous êtes-vous réorientés? Comment vos objectifs stratégiques ont-ils évolué pour vous amener là où vous êtes maintenant?

Manju Anand:

En fait, nous sommes peut-être un cas unique. Nous avons clôturé notre ronde de financement de série A de 2020 en février pour environ 7,5 millions de dollars et juste à ce moment, la COVID-19 a frappé l'Amérique du Nord. Le besoin de notre solution a donc augmenté de façon exponentielle. Nous avons donc dû passer d'une équipe de six personnes à l'époque à une équipe de 30 à 40 personnes en l'espace de huit mois. Pas seulement cela, mais nous avons aussi dû augmenter notre production de près de 20 fois. Nous avons dû faire tout cela tout en gardant l'équipe à distance.

L'année 2020 sera certainement l'année dont je me souviendrai pour le reste de ma vie, car d'un côté, nous avons dû recruter nos nouveaux employés à distance. D'un autre côté, nous avons dû augmenter notre production et notre expansion en fonction de la demande, surtout aux États-Unis et au Canada,

alors que de plus en plus d'hôpitaux voulaient trouver un moyen d'éviter les infections dans les hôpitaux. Nous avons en fait joué un grand rôle dans ce domaine.

Rob Henderson:

C'est très intéressant... J'imagine. L'ampleur de la croissance est incroyable. Votre histoire est évidemment unique par rapport à ce que vous faisiez, mais pas unique en ce qui concerne la croissance, car de nombreuses entreprises de la bioéconomie ont dû prendre de l'expansion. J'aimerais savoir exactement comment vous vous y êtes pris. Il est également intéressant d'entendre des récits au sujet de la biosécurité, évidemment, et surtout, la protection des enfants et des nourrissons contre les risques biologiques, wow. Quel alignement intéressant des planètes durant la COVID-19. C'est dommage que le fléau du XXI^e siècle soit celui qui amène le marché à votre porte. (rires)

En même temps, quelle occasion incroyable! Maintenant, comme la plupart des petites et moyennes entreprises, je suppose, et la bioéconomie est principalement composée de petites et moyennes entreprises comme la vôtre, avec moins de 40 personnes, souvent il n'y a pas une personne responsable des ressources humaines. C'est souvent une tâche partagée, ou alors le chef des finances, le chef de l'exploitation ou le chef de la direction s'en charge. Dites-nous ce que vous avez dû faire quand vous avez commencé à passer de quatre à 35 personnes, sans beaucoup de ressources humaines à l'interne.

Manju Anand:

Oui. Alors que nous commençons à agrandir notre équipe, il nous a fallu près d'un an pour avoir un spécialiste des RH à temps plein dans l'entreprise. Pendant ce temps, toute l'attention de notre équipe de direction a été centrée sur l'empathie, ou le fait d'être empathique, vous voyez? C'est à peu près l'approche que nous avons adoptée dans l'entreprise. C'est donc en grande partie la raison pour laquelle nous avons réussi à trouver les bons candidats et la bonne échelle avec les bonnes personnes qui sont motivées à résoudre le problème.

Rob Henderson:

Alors, comment avez-vous combiné le fait que vous essayiez de trouver et d'embaucher des personnes empathiques? Des personnes qui correspondaient aux valeurs culturelles de CleanSlate UV. En même temps, vous êtes un champion de la diversité et de l'inclusion. Nous savons que CleanSlate UV en a fait l'un de ses objectifs d'embauche, de recrutement et de maintien en poste. Comment ces deux aspects vont-ils de pair?

Manju Anand:

Oui. Cela remonte à l'une de mes entreprises précédentes, où j'ai vraiment vu cela en pratique, en 2008, quand je travaillais pour cette entreprise chez moi en Inde. Le chef de la direction a envoyé un courriel contenant nos statistiques indiquant que 87 % de la main-d'œuvre de l'entreprise à l'échelle mondiale était de sexe masculin et 13 % de sexe féminin. Il a déclaré que cela devait changer. J'ai eu la chance de faire partie du processus, et j'ai vu l'entreprise prendre les mesures nécessaires, et huit ans plus tard, elle a annoncé les résultats et nous étions passés de 87 % d'employés de sexe masculin à 55 %, et 45 % de sexe féminin. Cela représentait environ 100 000 employés dans le monde. Ce bagage et cette expérience ont certainement joué un grand rôle dans ma motivation à apporter ce changement une fois que j'occuperais un poste de direction. Une démarche intentionnelle était certainement le pilier du changement.

Rob Henderson:

Donc, vous avez vu cela dans votre passé, dans votre cheminement de carrière passé. Vous l'avez vu faire. Vous aviez un mentor ou un exemple. Pensez-vous que c'est la clé, Manju? En effet, actuellement, dans la bioéconomie, nous en avons déjà parlé, il n'y a pas beaucoup de diversité. C'est un grand défi. Et il n'y a aucune raison pour qu'il n'y ait pas (rires) une bonne diversité. Parmi la population active disponible, il y a des immigrants, des professionnels formés à l'étranger, des femmes, comme vous l'avez mentionné, des Canadiens handicapés et des Canadiens autochtones. Ils et elles sont tous sous-employés dans la bioéconomie canadienne. Manquons-nous de mentors? Est-ce qu'on manque de champions dans ces petites et moyennes entreprises, comme vous?

Manju Anand:

Je dirais qu'il y a certainement beaucoup de mentors. Cela commence par le fait que l'équipe de direction cherche intentionnellement à apporter des changements, puis cherche de l'aide. Même lorsque j'ai intégré CleanSlate en 2016, je ne savais pas par où commencer. Vous voyez? Mais grâce à ce que j'avais vu, j'avais vraiment l'intention d'apporter ce changement. Et puisque j'en avais vraiment l'intention, j'ai demandé de l'aide. J'ai parlé à un certain nombre de mentors et de personnes qui avaient fait cela, et ils et elles m'ont aidé à mettre cela en œuvre à petite échelle.

Rob Henderson:

Alors, quelles étaient les stratégies, et quelles ont été les réussites clés ou les stratégies fructueuses que vous avez mises en œuvre pour rechercher l'empathie tout en diversifiant votre main-d'œuvre en cette période de croissance exponentielle?

Manju Anand:

Oui. Pour ce qui est du processus d'embauche, la première étape est la description de poste. La description de poste est généralement rédigée par des gestionnaires de sexe masculin, n'est-ce pas? Il y a un parti pris. Et la beauté de ce parti pris, c'est qu'il y a un parti pris connu et un autre inconnu. Nous pouvons déployer des efforts considérables pour éliminer le parti pris connu, mais il existe toujours un parti pris inconnu.

Rob Henderson:

Hum.

Manju Anand:

J'ai découvert un outil appelé Gender Decoder, où vous pouvez en fait téléverser ou copier et coller la description de poste pour savoir dans quelle mesure elle est centrée sur l'homme, centrée sur la femme ou neutre. Il recommande en outre de changer certains mots clés afin que la description de poste soit aussi neutre que possible. C'est donc la première étape.

Rob Henderson:

La première étape. C'était à l'étape du recrutement, avant même que vous ne publiiez la description de poste sur un canal ou un autre pour la promouvoir.

Manju Anand:

Oui.

Rob Henderson:

D'accord.

Manju Anand:

La deuxième étape consiste certainement à encadrer les gestionnaires d'embauche. Vous voyez? Je suis un grand admirateur de la Harvard Business Review, qui a produit beaucoup d'études. Par exemple, un candidat de sexe masculin va présenter sa candidature à un poste qui lui correspond à 20 %.

Rob Henderson:

20 %?

Manju Anand:

Oui.

Rob Henderson:

Ce n'est pas beaucoup.

Manju Anand:

Non. La candidate...

Rob Henderson:

Oui?

Manju Anand :

... elle a besoin d'une correspondance de 80 %.

Rob Henderson:

J'ai entendu ces statistiques. Maintenant, par correspondance, voulez-vous dire que leurs compétences correspondent au poste, ou que la description de poste de l'entreprise correspond à leurs valeurs personnelles?

Manju Anand:

En fait, c'est les deux.

Rob Henderson:

Vraiment? D'accord.

Manju Anand:

C'est les deux.

Rob Henderson:

D'accord.

Manju Anand:

Vous voyez? C'est sur ce point que j'ai dû former les gestionnaires d'embauche pour qu'ils passent plus de temps à parler aux recruteurs, à parler à la communauté. Il s'agit vraiment de s'assurer que nous accueillons une bonne proportion d'hommes et de femmes dans un bassin de candidats.

Rob Henderson:

Est-ce que vous vous concentriez principalement sur la sous-représentation des femmes ou essayiez-vous de diversifier votre main-d'œuvre sur tous les fronts?

Manju Anand:

Sur tous les fronts.

Rob Henderson:

Sur tous les fronts, d'accord.

Manju Anand:

Oui. L'âge, l'origine ethnique et le genre.

Rob Henderson:

D'accord. Où avez-vous publié vos descriptions de poste? Est-ce que c'était sur LinkedIn, sur Indeed? Est-ce que c'était dans votre propre cercle (rires)? Est-ce que le canal de publication de votre annonce ou votre description de poste a semblé avoir de l'influence ou est-ce que cela a changé?

Manju Anand:

Oui, oui. Nous avons donc certainement utilisé LinkedIn et Indeed, mais surtout, nous avons utilisé des sites d'emplois communautaires.

Rob Henderson:

Intéressant. Par communautaires, voulez-vous dire des communautés géographiques ou des communautés ethniques ou sociodémographiques?

Manju Anand:

Sociodémographiques.

Rob Henderson :

Parfait. Qu'est-ce que vous ciblez dans ce genre de communauté et comment vous y êtes-vous pris?

Manju Anand:

Tout d'abord, l'Ontario a un grand bassin de talents, n'est-ce pas? Donc, pour être très précis, nous avons utilisé Mars.

Rob Henderson:

Mars.

Manju Anand:

Oui, oui.

Rob Henderson:

Bien sûr.

Manju Anand:

J'ai vraiment eu la chance d'avoir l'appui de l'équipe des ressources humaines. L'équipe a donc publié des offres d'emploi sur le portail de Mars, mais elle les a également affichées dans un certain nombre de communautés. Ensuite, nous avons ciblé un certain nombre de canaux communautaires Slack, vous voyez? Il y a des canaux Slack pour les gestionnaires de produits, il y a les canaux Slack pour les ingénieurs en matériel, il y a les canaux Slack pour les ingénieurs en logiciels.

Rob Henderson:

Intéressant.

Manju Anand:

N'est-ce pas? Nous avons été plus concentrés, plus intentionnels à propos des catégories sociodémographiques que nous devons atteindre.

Rob Henderson:

Et parce qu'il s'agissait d'un canal Slack, vous êtes-vous dit que cela vous permettrait d'atteindre un groupe démographique plus jeune, n'est-ce pas, qui se tourne vers ces canaux pour rechercher un emploi?

Manju Anand:

La jeune génération, c'est certain.

Rob Henderson:

Oui.

Manju Anand:

Mais vous seriez surpris de voir à quel point la diversité dans ces groupes se conjugue tant du point de vue de l'âge que de l'origine ethnique.

Rob Henderson:

C'est bon à entendre, parce que lorsque vous cherchez un emploi, vous devez étendre (rire) ce filet assez loin. J'espère donc qu'il y en aura beaucoup plus sur ces canaux également. Avez-vous constaté, au fur et à mesure de votre expansion, que les candidats et candidates issus de ces canaux, qu'il s'agisse de Mars ou de canaux communautaires Slack, etc., étaient d'un calibre et d'un ensemble de compétences suffisamment élevé pour que vous puissiez étudier leur candidature et les embaucher à partir de ce bassin également?

Manju Anand:

À 100 %. Pas seulement le bassin de candidats. J'ai aussi demandé aux gestionnaires d'embauche de passer plus de temps sur LinkedIn. D'y chercher des candidats et des candidates. Et nous savons que nous devons renforcer notre diversité. Encore une fois, le fait de chercher intentionnellement des candidats et des candidates de divers horizons était certainement un élément clé du processus. En fait, moi-même, entre mars 2020 et août 2020, j'ai passé beaucoup de temps à chercher des candidats et des candidates. Et certains n'auraient pas nécessairement posé leur candidature. Je leur ai demandé de nous donner une chance.

Rob Henderson:

Hum hum (aimable).

Manju Anand:

Discutons.

Rob Henderson:

Oui.

Le Programme de stages pratiques pour étudiants de BioTalent Canada est un programme très gratifiant à faible risque pour les employeurs. Il couvre 75 % du coût du salaire d'un étudiant, jusqu'à concurrence de 7 500 \$. Depuis sa création, le Programme de stages pratiques pour étudiants a placé plus de 6 500 étudiants auprès d'employeurs en bioéconomie partout au Canada. Alors, pourquoi les employeurs reviennent-ils après un an et demandent-ils plus de participants? Parce que l'impact que les étudiants ont sur une organisation, lorsqu'on leur donne des possibilités, s'est avéré important. Visitez biotalent.ca pour écouter des employeurs et des étudiants et en apprendre davantage sur le Programme de stages pratiques pour étudiants.

Maintenant, parlons un peu de ces jeunes candidats. Je sais que les étudiants et l'apprentissage intégré en milieu de travail font aussi partie de la stratégie d'embauche, d'intégration, de croissance et ainsi de suite de CleanSlate UV. Parlez-moi de cet aspect de votre entreprise. Comment avez-vous pu vous adapter pour attirer des stagiaires dans votre entreprise, tout en valorisant l'empathie et une plus grande diversité et inclusion au sein de l'entreprise?

Manju Anand:

Les étudiants représentent une part énorme de notre portefeuille d'innovation. La beauté de travailler avec les étudiants, c'est qu'ils et elles arrivent avec une expérience très impartiale. Ils et elles apportent leur premier point de vue. Et pour innover, vous en avez besoin. Tout ce que nous avons à faire, c'était de leur donner l'énoncé du problème et les ressources, et de les laisser faire. Nous avons vu des résultats étonnants de la part des étudiants. Un certain nombre de produits que nous avons commercialisés aujourd'hui ont été lancés à un moment donné par des étudiants. Je peux vous citer l'exemple de Jenna Storoschuk, qui a remporté le prix Catalyseur de BioTalent. Je l'ai embauchée pour la très bonne raison qu'elle s'est choisie elle-même comme modèle. C'est la seule raison pour laquelle je l'ai choisie. Les difficultés et les défis qu'elle a dû surmonter dans sa vie personnelle m'ont suffisamment persuadé qu'elle excellerait ici.

Rob Henderson:

Alors pensez-vous... c'est unique. Ou devrais-je dire, c'est très rare en bioéconomie parce que je pense, comme vous et moi le savons, Manju, que la plupart des personnes qui travaillent dans les ressources humaines, dans ces petites entreprises, sont des scientifiques. Ces personnes n'ont pas reçu de formation en ressources humaines. Un grand nombre d'entre elles, contrairement à vous, ne font pas appel à de grands réseaux de ressources humaines pour les organisations comme Mars ou d'autres canaux sur le marché, ou à des outils comme Gender Decoder... Parce qu'elles ne les connaissent pas, n'est-ce pas? C'est un autre monde.

Ce que font ces personnes, en revanche, c'est qu'elles ont tendance à embaucher en fonction des compétences. Elles ont tendance à embaucher en fonction des compétences techniques et tout le reste. Vous me dites que vous avez embauché cette jeune personne très dynamique, en grande partie en raison des difficultés qu'elle a dû relever et de l'adversité qu'elle a surmontée pour poursuivre son métier. Vous êtes-vous inquiété du risque que cela représentait? Étiez-vous inquiet, auriez-vous pu vous tromper? Qu'est-ce qui vous a poussé à vous fonder seulement sur ça?

Manju Anand:

D'accord. C'est une excellente question. Je devrais peut-être parler d'un principe que je respecte dans le processus d'embauche, comme le fait une bonne partie de notre équipe actuelle. C'est ce qu'on appelle une forme. Vous dessinez donc une courbe en cloche qui va de F à E avec le pic à A. A est l'attitude. Qui vous êtes en tant que personne, c'est difficile à changer.

Rob Henderson:

Oui.

Manju Anand:

Vous voyez? La façon dont vous avez grandi, votre environnement et les influences que vous avez subies définiront votre attitude. Les deux autres éléments importants sur lesquels je vais me concentrer sont le cœur et la personnalité.

Rob Henderson:

C'est donc le C et le P. Donc, le A est au sommet, ce qui est l'attitude, et puis il y a le cœur et la personnalité.

Manju Anand:

Le cœur et la personnalité sont les moteurs de l'empathie d'une organisation. Ensuite, il y a les points forts et les expériences. Il est important pour moi de trouver la bonne personne qui possède les bonnes compétences. Mais je ne pense pas que je vais faire des recherches extensives sur les expériences et les points forts, parce qu'ils peuvent être acquis. Si cette personne a la bonne attitude, je suis à peu près certain qu'elle trouvera un moyen de résoudre les problèmes.

Rob Henderson:

Manju, maintenant, tout d'abord, je vais vous demander, avez-vous trouvé cela dans la Harvard Business Review ou est-ce votre propre invention du petit triangle, de la pyramide, peu importe comment vous l'appellez?

Manju Anand:

En fait, je suis ce modèle depuis 2006.

Rob Henderson:

Hum hum (aimable).

Manju Anand:

Je travaille avec des étudiants stagiaires depuis 2006 parce que j'ai été étudiant stagiaire à un moment donné de ma vie. Et j'ai trouvé ce livre en 2018 intitulé *The Way of the Shepherd*. Quand j'ai vu le principe de la forme, j'ai su que c'était un moment révélateur pour moi parce que j'ai pu mettre un nom sur un principe que je suivais depuis longtemps.

Rob Henderson:

C'est fantastique. Vous avez dit *The Way of the Shepherd*?

Manju Anand:

The Way of the Shepherd.

Rob Henderson:

D'accord. C'est bon à savoir. Je suis en train de le noter frénétiquement pour l'ajouter à ma liste de lecture, parce que j'adore vraiment tout ce concept. C'était vraiment intéressant. Et le fait que vous mettiez l'attitude au sommet de cette pyramide, et les compétences et l'expérience sont là, mais elles sont au bas de la pyramide. C'est un peu...

Manju Anand:

Oui.

Rob Henderson :

... quelque chose que vous bâtissez ou que vous façonnez. Permettez-moi de vous poser une question, Manju. Donc chez CleanSlate UV, vous avez parlé du financement que vous avez obtenu, du succès que vous avez eu, de la croissance que vous avez connue. C'est une entreprise du secteur privé. Son principal objectif est la commercialisation, n'est-ce pas? Comme nous le comprenons. Je pense que beaucoup de gens se demanderaient : si tout ce que nous avons, ce sont des personnes empathiques, comment allons-nous faire des affaires et gagner de l'argent, et être rentables pour nos investisseurs et la réussite de l'entreprise? Trouvez-vous que ces deux aspects sont contradictoires?

Manju Anand:

Je n'ai jamais constaté de conflit entre ces deux variables. Je pense que nous devons simplement croire en ce que nous faisons et en l'impact que nous avons, et les chiffres suivront certainement. Mais si vous vous concentrez sur les chiffres, il y a de très bonnes chances que vous perdiez les valeurs de l'humanité. Nous devons donc choisir ce qui est le plus important pour une organisation. Fait intéressant, une grande partie de notre clientèle est composée d'infirmiers et d'infirmières. Vous voyez?

Nous avons cette grande possibilité de les servir, et l'impact profond que cela peut avoir sur une population plus grande motive l'équipe à résoudre les problèmes et à continuer de se battre chaque jour.

Rob Henderson:

Eh bien, il n'y a pas de profession qui a besoin de plus de soutien dans ce qui est, espérons-le, la fin d'un monde de COVID-19, où nous allons probablement restructurer complètement notre système de prestation de soins de santé, car nous avons réalisé que ce virus l'a tellement mis à l'épreuve. Je peux donc comprendre cela. C'est formidable que vous puissiez leur présenter ces idéaux.

Croyez-vous... Comme vous le savez, la diversité et l'inclusion chez BioTalent Canada ne sont pas une destination. C'est une odyssée. C'est un voyage. Vous pouvez franchir des étapes extraordinaires en cours de route, mais vous n'atteindrez jamais la terre promise. Il y aura toujours un prochain obstacle, un prochain objectif. Quel est votre point de vue, dans un monde post-COVID-19? Comment l'industrie a-t-elle évolué au cours des deux dernières années et demie? Croyez-vous qu'il y a des possibilités fantastiques, premièrement, de faire progresser vos produits au sein de cette industrie et, deuxièmement, de continuer à le faire comme vous le faites afin d'embaucher de nouveaux candidats et candidates en fonction de leur attitude et leur empathie et de favoriser un milieu de travail plus diversifié? Trouvez-vous que ces deux aspects sont compatibles pour qu'une entreprise soit prospère?

Manju Anand:

Absolument. En ce qui a trait à l'entreprise, fondamentalement, l'infection va rester. Aujourd'hui, c'est la COVID-19.

Rob Henderson:

Oui.

Manju Anand:

Demain, ce peut être autre chose. Vous voyez? Ensuite, l'adoption des appareils mobiles au fur et à mesure que de plus en plus d'hôpitaux passent au numérique, cela ne fera que croître. Enfin, ce que la COVID-19 a fait pour nous, c'est qu'elle a placé la prévention des infections au centre des préoccupations de chaque organisation.

Rob Henderson:

Oui.

Manju Anand:

Donc, les perspectives pour l'avenir vont certainement être un parcours extraordinaire et nous avons beaucoup plus de défis à relever. Du côté de l'entreprise, je suis assez convaincu que nous sommes sur la bonne voie et que l'avenir ne fera que s'améliorer. Pour en revenir à l'aspect humain, je crois fermement qu'il faut trouver la bonne personne avec la bonne attitude. Donnez-leur l'énoncé du problème, donnez-leur les ressources et laissez-leur le champ libre.

Rob Henderson :

(rires)

Manju Anand:

C'est vraiment important. Aujourd'hui, même si je pars en vacances pendant deux ou trois semaines, l'entreprise va bien aller. L'aspect le plus important, selon moi, c'est que, dans toute réunion où je participe avec mon équipe, mon postulat de départ, c'est que tout le monde est plus important et plus intelligent que moi. Et que valoriser les membres de l'équipe pendant la réunion leur donne assez de courage pour prendre des risques encore plus grands.

Rob Henderson:

C'est fantastique. Je pense que c'est un excellent conseil pour tout entrepreneur (rires) qui fait face au genre de croissance que vous avez eue. Avant de nous quitter, avez-vous d'autres réflexions? L'une des choses que nous avons constatées avec CleanSlate UV, l'une des raisons pour lesquelles vous êtes ici, c'est que vous n'êtes pas représentatif de beaucoup d'entreprises de la bioéconomie. Vous êtes en mesure de stimuler la croissance, vous l'avez fait grâce à la diversité et à l'inclusion, grâce à l'implication et à l'adoption de vos valeurs d'entreprise. Beaucoup d'entreprises de la bioéconomie ne savent tout simplement pas comment s'y prendre. Beaucoup de PDG dans votre situation sont au point mort. Ils et elles sont très hésitants. Quels conseils leur donneriez-vous pour assurer le succès de leur entreprise en matière de gestion du personnel?

Manju Anand:

Bien sûr. Avant de donner mon avis, j'aimerais peut-être donner quelques chiffres.

Rob Henderson:

Hum hum (aimable).

Manju Anand:

Hum.

Rob Henderson:

Oui.

Manju Anand:

Aujourd'hui, chez CleanSlate, nous sommes environ 55 % d'hommes et 45 % de femmes. En mars 2020, je dirais que nous étions une entreprise entièrement masculine.

Rob Henderson:

Oh wow.

Manju Anand:

Vous voyez? Je suis vraiment fier des progrès que nous avons réalisés dans ce cheminement, ou dans ce changement. Ensuite, au cours des deux dernières années, deux années et demie, nous avons embauché plus de 36 stagiaires.

Rob Henderson:

Wow!

Manju Anand:

En tout, 70 à 80 % de ces stagiaires sont en fait des femmes. Donc, la question fondamentale que je veux poser à chaque dirigeant ou gestionnaire est, qu'est-ce que nous faisons aujourd'hui pour que nos filles aient une place dans le monde de la technologie ou de la bioéconomie d'ici 10 ou 20 ans? Nous devons commencer à apporter des changements aujourd'hui pour en voir les résultats dans 10 ou 20 ans. Le conseil que je veux donner aux dirigeants et aux entrepreneurs, c'est d'être intentionnel. Croyez au changement qui va se produire à long terme. Pas à court terme. Cela prend du temps. L'empathie prend du temps. La diversité, le changement prennent du temps. L'inclusion prend du temps. N'est-ce pas? Nous devons avoir la volonté de donner du temps et de voir les changements progressifs.

Rob Henderson:

Fantastique. Nous allons nous arrêter là, Manju. C'est un excellent conseil. Je vous en suis très reconnaissant et je tiens à vous remercier, Manju Anand, président et chef des technologies de CleanSlate UV, de vous être joint à nous aujourd'hui pour le balado Biotalent Canada présente : The Science of Talent. Je m'appelle Rob Henderson. Je suis le président-directeur général de BioTalent Canada. Je tiens à vous remercier de vous être joints à nous aujourd'hui. Joignez-vous à nous la prochaine fois que nous discuterons avec un autre chef de file de la bioéconomie canadienne au sujet de l'odyssée de la gestion des personnes et de la promotion de la réussite et de l'inclusion, de la diversité et de la gestion du changement au sein de son entreprise. Merci beaucoup, Manju, de vous être joint à nous aujourd'hui.

Manju Anand:

Merci beaucoup de m'avoir invité, Rob. Merci beaucoup.