

29

Agfa

Focus op **waarde**

Agfa viert 150 jaar



4

Focus op waarde



7

Agfa viert 150 jaar



8

Het kompas van Agfa: PLUS praat met Cesar Campos



12

Medische zorg voor de 'bosmensen' van Sumatra



16

De leuning houdt je vast



17

Maak kennis met Mr. Agfa HealthCare



18

Tournée Minérale



19

FOD Financiën drukt nieuwe tabakszegels digitaal met Agfa Graphics' Arziro-software



21

Zeg maar 'goeiedag'...
... rather than 'hello'



26

Marc verheft Agfa tot kunst

Colofon



nr. 29 – april 2017



REDACTIEADRES

Agfa-Gevaert NV – Redactie PLUS
Septestraat 27 – 2640 Mortsel
Tel. 03 444 89 33
e-mail: plus@agfa.com
www.agfa.com/plus

WERKTEN MEE AAN DIT NUMMER

Bart Aertgeerts, Iris Bogunovic, Mark Darin, Eva De Herdt, Ben De Vilder, Maria Dom, Ilse Joosen, Marc Luyten, Anton Marin, Viviane Michels, Herwig Neefs, Marc Spiessens, Nany Spoelders, Frank Van Den Bogaert, Guy Vandecraen, Werner Vandevelde, Aernout Vandewalle, Peter Van Nuland, Peter Verschaeve

HOOFDREDACTEUR

Johan Jacobs (8015)

VORMGEVING, PREPRESS EN COÖRDINATIE

www.magelaan.be

REDACTIESECRETARIAAT

Maria Dom (8933)

DRUK

Albe De Coker, Hoboken
Gedrukt op Satimat Green 135 gr.,
FSC mixed sources gecertificeerd

FOTOGRAFIE

Johan Jacobs

VERANTWOORDELIJK UITGEVER

Viviane Dictus
Franselei 3 – 2950 Kapellen

PLUS nr. 30 verschijnt in juli 2017



Edito

Beste collega,

We mogen met zijn allen terugblikken op een succesvol jaar. De Agfa-Gevaert Groep slaagde er inderdaad in om meer dan bevredigende cijfers voor te leggen en voor elke financiële indicator een zeer aanzienlijke vooruitgang boeken. Alleen de omzet ging in 2016 nog achteruit, maar als we de wisselkoersimpact niet meerekenen, ging de daling minder snel dan in de twee voorgaande jaren en begon de omzettrend tegen het einde van het jaar te verbeteren.

Op Groepsniveau slaagden we er in de recurrente EBITDA-marge boven 10% van de omzet te brengen. Voorts stelde onze sterke focus op het genereren van kasstromen ons in staat om onze nettoschuld om te zetten in een nettocashpositie van 18 miljoen euro. Dankzij deze twee verwezenlijkingen kunnen we nu onze aandacht verleggen naar de omzetevolutie.

De voornaamste strategische doelstelling voor de volgende jaren is duidelijk: geleidelijk aan weer aanknopen met groei. Zoals we deden toen we ons vijf jaar geleden begonnen te concentreren op de verbetering van onze brutowinstmarge, hebben we verscheidene omzetprojecten op stapel gezet. Hierbij steunen we op vier pijlers. Ten eerste zullen we actief deelnemen aan de consolidatie van onze traditionele activiteiten. Ten tweede zullen we projecten opzetten die het succes van onze groeimotoren een duw in de rug moeten geven. We zullen ook strategieën uitwerken die ons moeten helpen de activiteiten te ontwikkelen die relatief nieuw voor ons zijn. Ten derde streven we naar doelgerichte en aangepaste overnames. Onze cashsituatie biedt ons de kans om opportuniteiten te onderzoeken ter aanvulling van onze bestaande technologieportfolio, vooral op het vlak van healthcare IT. Tot slot zullen we binnen onze

verkooporganisatie een cultuur ontwikkelen van op waarde gebaseerde verkoop, gericht op een hogere klantentevredenheid. We zullen nauw met onze klanten samenwerken om hun de meerwaarde te bieden waarnaar ze op zoek zijn.

In 2017 viert de Agfa-Gevaert Groep de 150ste verjaardag van de oprichting van de Aktiengesellschaft für Anilinfabrikation (Onderneming voor Anilineproductie) in Rummelsburg nabij Berlijn. Tijdens deze anderhalve eeuw bouwden we aan een indrukwekkende nalatenschap van expertise en knowhow, wat resulteerde in een sterke patent- en productportfolio. Dankzij ons vermogen om onze structuren en strategieën voortdurend aan te passen aan de steeds sneller veranderende economische realiteit, konden we met succes het hoofd bieden aan de vele uitdagingen die ons pad kruisten. Vandaag zijn we klaar om het volgende hoofdstuk in de geschiedenis van onze onderneming te schrijven. De laatste jaren hebben we getoond dat deze onderneming in staat was terug te keren naar een gezonde financiële situatie, zowel op het vlak van de rendabiliteit als op het vlak van het genereren van kasstromen. Gecombineerd met de vernieuwde, innovatieve en kwaliteitsvolle portfolio's van onze drie businessgroepen maakt dit dat we alle elementen in handen hebben om op de nalatenschap van onze 150-jarige geschiedenis aan een stralende toekomst voort te bouwen.

Naar aanleiding van deze verjaardag zullen er een aantal evenementen plaats vinden. Een daarvan is een personeelsfeest op het einde van dit jaar. In de volgende weken en maanden zal u hierover meer vernemen. Ik hoop alvast u dan te mogen ontmoeten!

Christian Reinaudo





Focus op waarde

In januari kregen alle Europese Prepress-verkopers van Agfa Graphics een driedaagse opleiding verkoopvaardigheden. Deze opleiding draaide volledig rond het verkopen van 'waarde' en het nog beter inspelen op de noden van klanten. De ultieme doelstelling: de aanhoudende prijs-erosie van ettelijke miljoenen euro per jaar tot halt brengen.

Met de recent geïntroduceerde nieuwe prepress-producten hebben de Agfa Graphics-verkopers weliswaar een uitstekende basis in huis om hun (potentiële) klanten te bedienen, maar goede producten alleen zijn niet genoeg. De juiste verkoopvaardigheden zijn even onontbeerlijk om de prijs zoveel mogelijk buiten de discussie te houden. Het verkoopgesprek van gisteren is niet dat van vandaag en morgen.

Ook de juiste mentaliteit speelt een grote rol in het verkoopproces. Soms zijn zelfs verkopers zo gefocust op de prijs dat ze vergeten aan te halen hoe goed we zijn in andere aspecten. Denk maar aan de service, of aan aanvullende producten die een klant tijd en/of geld kunnen besparen, zoals software of onze verbruiksmaterialen voor op de drukpers. Deze elementen moeten in de toekomst een grotere rol spelen in onderhandelingen. De focus moet op het ruimere plaatje van onze complete oplossingen liggen, en niet louter op de prijs per vierkante meter.

De juiste tools

Met de juiste producten en ondersteuning kom je al een heel eind. Tijdens de eerste dag van de *value selling training* kregen verkopers een update van de volledige, verbeterde prepress-portfolio, en werd de *value benefit tool* voorgesteld. Deze tool, ontwikkeld door Applicatie en ICS in samenwerking met Marketing en Sales, vergelijkt onze

drukplaatsystemen met die van de concurrentie en toont aan hoe onze oplossingen de concurrentie kunnen overklassen en (op termijn) kosten besparen. Hij geeft m.a.w. in duidelijke cijfers de waarde aan van onze oplossingen voor de klant. Daarbij wordt rekening gehouden met een groot aantal factoren. Hij toont bijvoorbeeld hoe de kosten op de drukpers veel groter zijn dan die in de drukvoorbereiding, of hoe Agfa Graphics' chemievrije en smart processing-technologie het wint van een traditionele werkwijze. Bovendien verenigt de tool waardevolle data over klanten en producten van concurrenten, die de teams in het hoofdhuis meer inzicht bieden in de prestaties van onze systemen en in de markttrends.

Klanten optimaal bedienen

De tweede dag van de opleiding was gewijd aan do's & dont's in de omgang met klanten:

- **Value wedge:** Leer de (potentiële) klant goed kennen en bied die producten aan die uniek en waardevol voor hem zijn.
- **Customer targeting:** Niet elk bedrijf is een potentiële klant. Dit kan aan de hand van een aantal criteria bepaald worden. Focus is belangrijk.
- **Decision making units:** Contact houden met meerdere personen die een beslissende of beïnvloedende stem hebben, van de operator tot de bedrijfsleider, leidt tot een betere relatie met potentiële en bestaande klanten.
- **Customer journey:** Ook bestaande klanten verdienen onze volle aandacht. We moeten erover waken een nauw contact met onze klanten te houden en hen te verrassen met updates over nieuwe producten of diensten, of hen op tijd en stond aanvullende interessante informatie aan te leveren.
- **Customer value chain:** Naast onze kernportfolio bieden we nog veel extra services aan. Denk maar aan plate support, stalenonderzoek, consulting... Deze toegevoegde waarde moet in de verf gezet worden.
- **SPIN (Situation, Problem, Implication, Needs pay off):** Een grondige kennis van onze klanten en hun noden is uitermate belangrijk voor een succesvolle relatie. Heeft de klant nieuwe machines, wil hij groeien, wat zijn zijn problemen, wat zijn de trends in de industrie...? En vervolgens uiteraard: "Hoe kan Agfa Graphics daarop inspelen?"

In de praktijk

Op de slotdag van de opleiding werd een toegepaste business case voorgelegd, waarbij de verkopers de problemen en noden van de klant moesten achterhalen en ze zo goed mogelijk beantwoorden. Er werd zowel tussentijds als na de oefening geëvalueerd en bijgestuurd.





Alle deelnemers waren na afloop duidelijk enthousiast en kijken uit naar de volgende sessies!

Opvolging

In een nieuwe reeks sessies in juni zullen de aangeleerde vaardigheden herhaald worden en zullen er nieuwe – zoals bijvoorbeeld goed onderhandelen – aan bod komen. Ondertussen zullen succesverhalen gedeeld worden, zal er nog meer coaching plaatsvinden in de landen, en zal de

voortgang van de verkopers gemonitord worden aan de hand van KPI's (Key Performance Indicators)', die op hun beurt zullen gekoppeld zijn aan de nieuwe CRM (Customer Relationship Management)-tool.



Enkele reacties van de deelnemers:



“De opleiding heeft ons ertoe aangezet grondig over onze dagelijkse business na te denken. Ze helpt ons onze verkoopvaardigheden aan te scherpen.”

Alex Puggioni, Zwitserland

“Dankzij deze training onderzoeken we nog meer wat écht van belang is voor de klant.”

Jan Hulsinga, Nederland



“We moeten de nieuwe vaardigheden beginnen te gebruiken. De wereld verandert, de klanten veranderen, de producten veranderen. En wij moeten ook veranderen.”

Javier Muñoz, Spanje



Agfa viert 150 jaar

Je las het al in het voorwoord van onze CEO, Christian Reinaudo: in 2017 viert de Agfa-Gevaert Groep de 150ste verjaardag van de oprichting van de eerste Agfa-fabriek in Rummelsburg, niet ver van Berlijn. In 1867 stond deze producent van verven en kleurstoffen inderdaad aan de wieg van wat later het grootste Europese beeldvormingsbedrijf zou worden, wereldwijd actief in verschillende markten zoals de foto- en speelfilmindustrie, de gezondheidszorg en het niet-destructieve materiaalonderzoek, de grafische industrie en verschillende industriële nichemarkten. De iets ouderen ons weten wellicht nog dat we ook actief waren in de wereld van de kopieertoestellen, van de magneetband, de geluidscassettes en videobanden,...



Tijdens deze anderhalve eeuw heeft de Agfa-Gevaert Groep een indrukwekkende schat aan expertise en know-how opgebouwd, wat heeft geleid tot een sterk patent- en productportfolio. Dat is een troef die ons vandaag nog steeds een zeer belangrijk competitief voordeel biedt. Dankzij ons vermogen om onze structuren en strategieën voortdurend aan te passen aan de steeds wijzigende economische realiteit, konden wij met succes het hoofd bieden aan de vele uitdagingen die ons pad kruisten. De digitalisering van veel van onze activiteiten is daarvan ongetwijfeld de meest ingrijpende geweest. Vandaag mogen we echter stellen dat we de moeilijke transformatieperiode voor het grootste deel achter de rug hebben en dat we ons mogen opmaken voor het nieuwe hoofdstuk in de geschiedenis van ons bedrijf.

De directie vond terecht dat dit mag gevierd worden en heeft dus een werkgroep in het leven geroepen die een aantal events naar klanten, overheden, onderwijsinstellingen, maar ook in de eerste plaats naar de werknemers van Agfa zal organiseren. In mei worden de festiviteiten op gang gebracht met een zogenaamde academische zitting. Het grootste event, dat waarop alle medewerkers in België worden uitgenodigd, zal in het najaar plaatsvinden. Tijd en locatie zullen u op een later tijdstip worden meegedeeld. Wat het juist wordt, blijft nog even geheim, maar dat het de moeite zal lonen om de datum vrij te houden staat buiten kijf.

In de communicatie die verband houdt met het 150-jarig bestaan hebben we teruggegrepen naar één van de vele oude Agfa-logo's, dat met de typische blauw oranje kleur. U ziet het nu op deze pagina en op de cover van PLUS. In de volgende weken en maanden zal u het ongetwijfeld nog vaak zien opduiken. Hou het dus goed in de gaten!



PLUS praat met Cesar Campos, de nieuwe Business Unit Manager Functional Foils van Agfa Specialty Products

'Agfa is una vera machina da guerra'



Cesar heeft een dubbele nationaliteit: hij is Braziliaan en Italiaan. Zijn loopbaan leidde hem naar verscheidene landen, waaronder China en Italië. In september 2016 kwam hij naar België als Agfa Specialty Products' Business Unit Manager Functional Foils. PLUS sprak met deze wereldburger over zijn ervaringen en zijn ambities met de portfolio waarvoor hij de verantwoordelijkheid draagt.

PLUS: *Kan je iets vertellen over je vorige jobs en de bedrijven waarvoor je werkte voor je Agfa vervoegde?*

CESAR: Ik begon mijn loopbaan vrij vroeg bij AmBev in Brazilië. Later ging dat bedrijf deel uitmaken van de Belgische groep Anheuser-Busch InBev. Na het volgen van een MBA-opleiding en een Executive MBA-programma, had ik jobs in verschillende industrietakken en bedrijven. Dankzij mijn meest recente jobs werd ik een specialist in fotovoltaïsche backsheet-producten. Ik werkte voor Coveme, Filmcutter en Jolywood, drie namen met aanzien in deze competitieve arena.

Toen ik er in 2008 begon te werken was Coveme was een kleine Italiaanse PET-filmverwerker. Ik kreeg de taak de backsheet-activiteiten te ontwikkelen. Twee jaar later was Coveme dankzij zijn volledig op PET gebaseerde backsheet een van de belangrijkste backsheet-bedrijven ter wereld geworden. Coverne was ook de eerste Europese backsheet-producent die investeerde in de veelbelovende Aziatische markt. In 2012 opende het de eerste Europese backsheet-fabriek in China.

In 2014 trad ik na mijn terugkeer uit China in dienst bij Filmcutter, ook een klein Italiaans bedrijf met een beperkte aanwezigheid in de backsheet-industrie. Om die activiteiten te doen groeien, stimuleerde ik de ontwikkeling van een oud projectidee waar ik van overtuigd was maar dat was afgeserveerd door Coverne. Zo kon Film-



cutter de meest innovatieve backsheet op dat moment op de markt introduceren: een eenlagige, gecoëxtrudeerde backsheet op basis van PET. Deze succesvolle introductie lag mee aan de basis van de overname van Filmcutter door Jolywood, een van de toonaangevende Chinese backsheet-bedrijven.

PLUS: Wat deed je beslissen om Agfa te vervoegen?

CESAR: Agfa bood me de kans om samen te werken met de bedreven en gemotiveerde teams van Agfa Specialty Products en het Materials Technology Center. Ik vond het interessant om deel uit te maken van deze teams die innovatieve en uitdagende projecten ontwikkelen op basis van een meer klantgerichte aanpak door het aanbieden van oplossingen. Ik vond dat ik een rol zou kunnen spelen in de overgang van een technologiegerichte naar een meer marktgerichte organisatie. Ik hield ook rekening met de geweldige kans om een nieuw land, een andere cultuur en andere industrietakken te leren kennen. Ik krijg de mogelijkheid om aan verschillende projecten tegelijkertijd te werken, met verschillende producten, als lid van een grote en complexe organisatie. Ik hou ervan mijn comfortzone te verlaten. Dat brengt nieuwe uitdagingen, nieuwe risico's en nieuwe mogelijkheden. Deze ervaringen zullen zeker bijdragen aan mijn persoonlijke ontwikkeling.

PLUS: Kan je je taken even omschrijven?

CESAR: Ik ben verantwoordelijk voor de activiteiten op het vlak van Functional Foils van Agfa Specialty Products: Print, PV Backsheet, Security en Industrial Foils. Het is mijn doel om bij te dragen aan de omzetgroei, met oog voor een goede rendabiliteit en kostenefficiëntie. We moeten onze aanwezigheid en ons marktaandeel in de verschillende industrietakken verbeteren en onze positie als betrouwbare aanbieder van oplossingen voor de verschillende activiteiten consolideren. Om dit te bereiken is het essentieel dat we een innovatiecultuur kweken, gericht op het bieden van meerwaarde aan onze klanten met specifieke oplossingen. Ik ben van plan om baanbrekende innovaties te stimuleren en te sturen. Die zijn nodig om de ontwikkeling van nieuwe producten te voeden en om hun succesvolle introductie en verkoop te verzekeren. Een van de uitdagingen is het managen van alle professionele disciplines die in Agfa aanwezig zijn en om hen als een hecht team te laten samenwerken.

PLUS: Wat is je mening over het Synaps-gamma van synthetische papieren?

CESAR: Synaps is een buitengewoon product. Het is ook een perfect voorbeeld van hoe Agfa's innovatiekracht

meerwaarde biedt aan de klanten. Het uniek verkoopargument ‘prints like paper’ vat de waarde van dit synthetische papier samen. Hiermee spelen we in op de bezorgheid van elke commerciële drukker wanneer hem gevraagd wordt om te drukken op een synthetisch substraat. Agfa stelt hen gerust door te zeggen dat hun proces hetzelfde zal verlopen als met papier. Dat is hun referentie voor de proces- en kostberekening. Het is mooi om Synaps organisch te zien groeien in de regio's waarin het al op de markt is. Om deze groei voort te zetten, maken we werk van het betreden van nieuwe regio's, het vinden van nieuwe verdelers/partners, het vinden van nieuwe toepassingen en het ontwikkelen van nieuwe producten. Zo ontwikkelen onze R&D- en Operations-teams bijvoorbeeld een dun, plooibaar Synaps-papier voor nieuwe toepassingen als handleidingen, boeken, kaarten en routegidsen.

PLUS: Wat denk je over Agfa's PV Backsheet, het gebied waarin je gespecialiseerd bent?

CESAR: Spelers in de zonnepanelenindustrie – onze backsheet-klanten dus – hebben af te rekenen met een zeer hoge kostendruk. Meer dan 75% van de markt wordt



gecontroleerd door Chinese bedrijven die een zeer agressieve prijzenslag leveren en die makkelijk nieuwe ontwikkelingen aankunnen. Europese bedrijven kunnen hier alleen tegen concurreren als ze voldoende creatief zijn en gericht op technologische innovaties. Dat verklaart waarom ons PV-team zo uitkijkt naar de SNEC-vakbeurs die in april in Shanghai gehouden wordt. Daar tonen we ons meest vernieuwende en performante product: een volledig nieuwe op water gebaseerde backsheet. Het wordt hier in Mortsel op machine 54 gecoat. Met zijn sterke eigenschappen voldoet het volledig aan de noden van de industrie. Omdat het via een geïntegreerd proces geproduceerd wordt, is het ook heel kostenefficiënt.

PLUS: Welke plannen heb je met de Security-activiteiten?

CESAR: Onze Security-activiteiten hangen nauw samen met de toenemende wereldwijde mobiliteit. Die voedt de behoefte aan betrouwbare methodes om personen te identificeren. Betrouwbaar betekent hier dat beveiligingsmensen personen moeten kunnen herkennen op basis van de foto op hun identiteitskaart en dat ze ook de echtheid van de kaart zelf moeten kunnen verifiëren.

Om ons aandeel in deze markt te doen groeien, zullen we blijven zoeken naar kansen voor onze PETix-producten. Hiervoor zullen we een actievere en meer proactieve verkoopmethode invoeren. We zullen ook de kosten die met deze producten verbonden zijn proberen te optimaliseren. In december introduceerden we ons nieuwe ABSOLUT-ID-project: een geïntegreerde oplossing op basis van onze DTR-technologie voor de productie van sterk beveiligde ID-kaarten. De oplossing werd ontwikkeld in samenwerking met het bedrijf LCSys. Ze integreert alle stappen van de kaartproductie: het drukken van gepersonaliseerde beelden en data, het lamineren, het stansen en het toevoegen van de chips. Tegenover de conventionele aanpak bespaart dit geïntegreerde proces tijd en geld en biedt het enorme voordelen op het vlak van de veiligheid. Traditioneel worden deze stappen immers afzonderlijk van elkaar en vaak zelfs op verschillende plekken uitgevoerd.

PLUS: Wat is de grootste uitdaging die je zal moeten overwinnen om je doelen te bereiken?

CESAR: In grote en complexe organisaties als Agfa weerspiegelen de structuur, de cultuur en de procedures vaak een hardnekkige en moeilijk te verwijderen afdrak van het verleden. Ik besef goed dat in zo'n organisaties pleiten voor verandering niet altijd makkelijk is. Met mijn

voorgeschiedenis in kleinere organisaties ben ik geneigd te streven naar meer wendbaarheid. Dat betekent niet dat ik ongeduldig zou zijn. Ik ben ervan overtuigd dat wendbaarheid noodzakelijk is om succesvol te zijn in de erg dynamische markten waarin we opereren. We zijn een erg gemotiveerd team en ik ben er zeker van dat we samen de juiste balans zullen vinden tussen wendbaarheid en de procedures en kwaliteitsbeheersystemen die nodig zijn om een gegarandeerde kwaliteit te leveren. Bovendien zullen we heel proactief te werk moeten gaan. Ik wil het team aanzetten tot acties die dingen echt veranderen. Samen zullen we alle interne en externe uitdagingen het hoofd bieden om onze doelen te bereiken.

PLUS: Heb je het gevoel dat je ons bedrijf begint te leren kennen?

CESAR: In de zes maanden dat ik hier nu werk, ben ik volledig in de organisatie ondergedompeld. Ik heb al aan verscheidene initiatieven en projecten gewerkt en ik ben al met heel veel mensen in contact gekomen. Op persoonlijk, professioneel en cultureel vlak is het al een zeer boeiende ervaring geweest.

Ik zie de meeste ervaringen in deze interactieve omgeving als kansen om te leren, te verbeteren en te groeien. Ik heb het gevoel dat ik op schema zit wat betreft het leren kennen van Agfa. Alle mensen binnen Agfa – en vooral binnen Agfa Specialty Products – steunen me en ik kreeg ook heel professionele en duidelijke richtlijnen van mijn VP en mijn President.

Wat me ook verbaast is de kracht van het productieapparaat, de flexibiliteit van engineering en van de arbeiders en de aanwezige expertise. In het Italiaans zouden ze zeggen dat het ‘una vera machina da guerra’ is, een echte oorlogsmachine! Het is mijn doel om deze kracht te laten renderen, om enkele bijkomende zakelijke vaardigheden en marktervaring toe te voegen aan de bestaande kennis, ervaring en flexibiliteit. Zo wil ik de toekomst van de productie verder ondersteunen.

PLUS: Mis je Brazilië niet?

CESAR: Ik zou geen echte Braziliaan zijn als ik hier ‘nee’ op zou antwoorden. In het Portugees bestaat er een heel beroemd woord dat dit gevoel uitdrukt: ‘saudade’. Alle Brazilianen ontwikkelen dit unieke gevoel van verlangen naar hun thuisland wanneer ze in het buitenland zijn. Ik ben ook Italiaans staatsburger en intussen vind ik het moeilijk om te zeggen of ik me nu meer Italiaans of meer Braziliaans voel. Alleen wat het voetbal betreft ben ik 100% fan van Brazilië.



Maar weet je, ik heb ik verschillende landen gewoond en ik heb de wereld afgereisd. Dat gaf me de kans om multiculturele omgevingen en diversiteit te ervaren. Daarom beschouw ik me als een wereldburger en daarom voel ik me overal thuis, waar ik ook ben. Dat gezegd zijnde mis ik soms wel bepaalde dingen, zoals wandelen over het strand van Ipanema, of luisteren naar mooie, rustgevende Bossa Nova-muziek terwijl de zon ondergaat achter een heuvel... Ook de vriendelijke en gelukkige glimlach van de Brazilianen is onvervangbaar.

PLUS: Begin je al te wennen aan het leven in België?

CESAR: België is een fantastisch land om in te wonen. En dat niet alleen omwille van de frietjes, de chocolade en het bier. Samen met mijn vrouw en mijn dochter heb ik al heel mooie plaatsen bezocht, zoals Brugge, Brussel, Oostende, Gent en Leuven. We hebben al heel wat slimme en vriendelijke mensen ontmoet. We hebben de onbevooroordeelde diversiteit van Antwerpen leren kennen... Maar één ding moet ik wel toegeven: de taal leren is een heel moeilijke taak. Ik zal echter toch moeten blijven proberen, want ik heb het team beloofd dat ik op het volgende nieuwjaarsentje een speech in het Nederlands zal geven. Dat is nog eens een uitdaging (lacht)!



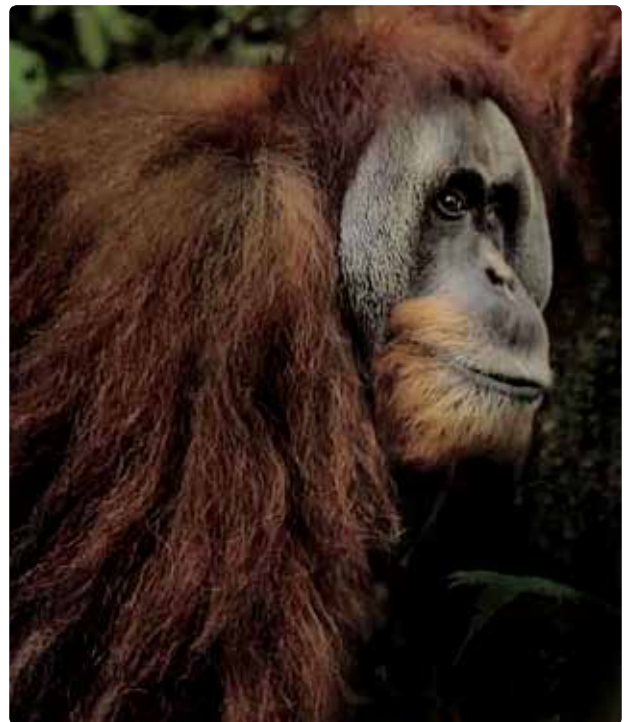
Nieuw-Zeelandse Agfa-distributeur Mark Darin helpt orang-oetans in Indonesië

Medische zorg voor de 'b

Mark Darin, General Manager van Cass Medical, Agfa HealthCare's distributeur in Nieuw-Zeeland, reisde de afgelopen jaren al drie keer naar Sumatra in Indonesië. Tijdens zijn eerste bezoek bezocht hij het Quarantine Centre of the Sumatran Orangutan Conservation Program, waar orang-oetans opgevangen en verzorgd worden. Hij was zo onder de indruk van de werking van het centrum dat hij een tweede en derde keer terugging en een geldinzameling opstartte. Met het geld kon het centrum onder meer Agfa HealthCare-systemen installeren.

Het opvangcentrum levert belangrijk werk. De jungle rondom het centrum wordt immers steeds meer ontbost om palmolie te kunnen produceren. De orang-oetans die in de jungle leven, verliezen zo hun thuis en komen in erbarmelijke omstandigheden terecht. Er wordt op hen gejaagd om hen uit de jungle te verdrijven. In het centrum komen dan ook heel veel gewonde dieren binnen.

Tijdens zijn tweede bezoek bracht Mark een DX-D 40G detector van Agfa HealthCare mee. Samen met een laptop biedt de detector alle voordelen van digitale radiografie. Mark heeft het systeem geïnstalleerd en het dierenartsteam opgeleid om het te gebruiken. De voordelen waren onmiddellijk duidelijk: de digitale beelden kunnen nu via het web gedeeld worden om zo advies van experts te vragen.



osmensen' van Sumatra



Sitio, de eerste orang-oetan waarvoor de DX-D40G gebruikt werd, is Darin het meest bijgebleven van die tweede reis. Sitio was net in het centrum binnengebracht met een gebroken rug, schade aan zijn ruggenmerg en geplette vingers. Bovendien zat hij vol kogels, waarvan één in zijn oog. Toen Mark dat zag, besloot hij om nog meer te doen. Hij startte een geldinzamelingsactie om onder meer een echografiesysteem aan te kopen. Daarmee zou het centrum nog meer aandoeningen op een effectieve manier kunnen opsporen.

Toen Mark in februari 2017 een nieuw bezoek bracht aan het centrum, had hij het echografiesysteem bij zich. Hij had verwacht te horen dat Sitio aan zijn verwondingen overleden zou zijn, maar de vrijwilligers vertelden hem dat hij weer helemaal beter was. Op 2 maart 2017 is de

orang-oetan zelfs weer vrijgelaten in een veiliger deel van het nationale park.

“Wij zijn allemaal voor 97% orang-oetang. De overige 3% geeft ons eerder verantwoordelijkheid dan superioriteit.”

Mark Darin heeft heel veel bewondering voor het team van het Sumatran Orangutan Conservation Program, voor hun medische expertise, hun waardigheid en de liefde die ze elke dag geven. Hij roept iedereen op om het centrum te

steunen en hij herinnert ons eraan dat het onze onverzadigbare vraag naar palmolie is die voor de ontbossing van de weinige regenwouden zorgt.



Meer informatie over het Quarantine Centre of the Sumatran Orangutan Conservation Program:
<http://www.sumatraorangutang.org>



400

ReklameTryk Herning uit Denemarken bedrukt 400 ijshockeypucks tegelijk met een Jeti Titan-grootformaatprinter van Agfa Graphics. Naar eigen zeggen is dit een opdracht waarmee ze een mooie winst kunnen maken. Het is in elk geval een originele toepassing voor onze inkjettechnologie en het bewijs dat je met de Agfa-printers werkelijk op alles kan printen.

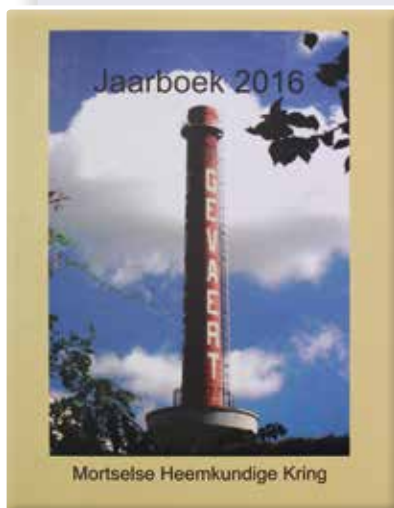


Jaarboek 2016

Het jaarboek van de Mortselse Heemkundige Kring is uit en staat weer vol interessante informatie over de stad van onze hoofdzetel. In de 34ste jaargang wordt heel wat aandacht geschonken aan Agfa-Gevaert. Oud-collega en medewerker Lieven Gevaert Archief, Willy Van Leemput blikt terug op de werking van het archief onder de leiding van dr. Laurent Roosens. Jan Kuypers levert dan weer een bijdrage over zijn grootvader Hendrik

Kuypers, de eerste werknemer van Lieven Gevaert. En of dit alles nog niet genoeg is, volgt er nog een bijdrage over onze inmiddels geklasseerde fabrieksschoorsteen.

Het jaarboek telt dus meer dan 80 bladzijden Agfa-geschiedenis (van de 280 bladzijden). Stuk voor stuk interessante verhalen. Het boek kost 27,50 euro en is te verkrijgen bij boekhandel De Boekuil in Mortsel.



4 Belgische bedrijven eren Prof. Dr. Paul Parizel

Agfa HealthCare, Qaelum, Barco en Materialise zijn Belgische bedrijven die het voortouw nemen in de ontwikkeling van de nieuwste radiologietechnologieën. Daarbij werken ze samen aan innovatieve oplossingen waar zowel zorgverstrekkers als patiënten beter van worden.

Alle vier waren ze begin maart aanwezig op het Europese RadiologieCongres in Wenen. Dat congres werd voorgezeten door een Belg, Prof. Dr. Paul Parizel van het Universitair Ziekenhuis in Antwerpen. Bovendien wordt het congresvoorzitterschap voor het eerst gecombineerd met het voorzitterschap van de European Society of Radiology.

Zo'n unieke gebeurtenis vraagt om een klein feestje, en de vier bedrijven organiseerden daarom op de openingsdag van ECR een gezellige Belgische 'Let's Get Together' op de Agfa HealthCare-stand.

Een selectie Belgische bieren mocht daar uiteraard niet ontbreken. Een verfrissing die zeer gesmaakt werd, te zien aan de grote opkomst van klanten en contacten uit België, maar ook uit de rest van Europa en de wereld. Hans Vandewyngaerde, Vice President EMEA van Agfa HealthCare ziet het zo: "We zijn zeer tevreden dat dit nieuwe, verenigde voorzitterschap door een Belg wordt uitgeoefend, aangezien België het thuisland is van veel bedrijven die in het gebied van de gezondheidszorg innoveren. We grijpen deze kans om te benadrukken hoe samenwerking in de gezondheidszorg niet alleen bij bedrijven in de sector zelf gebeurt, maar ook tussen leveranciers zoals Agfa HealthCare, Barco, Materialise en Qualum, vier bedrijven waarvan het hoofdkwartier in België gevestigd is."



De koers

Enmaals per kwartaal geeft PLUS u een kort overzicht hoe ons aandeel het in de voorbije periode gedaan heeft. We doen dat onder meer aan de hand van wat de analisten van de Agfa-resultaten vinden.



10 november 2016

4,083€

-1.15%

8 maart 2017

4,036€

Tijd om van wagen te veranderen

In de lovende commentaren die volgden op de publicatie van onze jaarresultaten had men het over een nieuwe fase die voor Agfa is aangebroken. En dat klopt ook. Na een aantal zware jaren waarbij hard werkt gewerkt aan het verminderen van de kosten, het verhogen van de winstgevendheid en het wegwerken van de schulden, stellen de financiële markt en de pers vast dat Agfa zijn beloftes is nagekomen en dat de doelstellingen die een goede vijf jaar geleden werden aangekondigd nu gerealiseerd zijn.

Stefaan Genoe (Degroof Petercam) onthoudt een sterk vierde kwartaal met een recurrente EBITDA iets beter dan verwacht. Hij stelt vast dat Agfa nu bewezen heeft dat de onderneming ook in moeilijke economische omstandigheden zijn slag kan trekken. De moeilijke taak die ons nu wacht is volgens hem op zoek gaan naar de nodige omzetgroei. Guy Sips (KBC Securities) deelt de mening van zijn collega-analist grotendeels. Hij had vooral veel waardering voor het behalen van de EBITDA-doelstelling en voor het feit dat we onze nettoschuld konden omzetten in een nettocashpositie van 18 miljoen euro. Samen met de aangekondigde groei-initiatieven redenen genoeg voor Sips om het koersdoel voor Agfa-Gevaert te verhogen van 4,20 naar 4,80 euro bij een ongewijzigd Opbouwenadvies. Emmanuel Carlier (ING) is gewoontegetrouw wat gematigder in zijn oordeel. Enerzijds is hij tevreden met de verbeterde omzettrend, de recurrente EBITDA en de nettocashpositie, anderzijds vindt hij dat de hoge herstructureringskost bewijst dat Agfa nog steeds in een transformatieproces zit.

Tijd dus voor omzetgroei. Dat is nodig, maar niet eenvoudig, stelde CEO Christian Reinaudo onlangs in een interview met De Tijd. “We hebben de voorbije jaren voortdurend op de kosten, de brutomarge en de rendabiliteit gehamerd. Dat maakt ondertussen deel uit van ons ondernemings-DNA. Nu moeten we er ook in slagen om Agfa vanuit een ander perspectief te bekijken. Naast de problemen ook de opportuniteiten vastpakken. Dat is gemakkelijker gezegd dan gedaan. Je moet maar rondkijken naar de concurrenten Kodak en Carestream, om te zien dat omzetgroei dé uitdaging is voor iedereen. Wel stel ik vast dat wij momenteel degene zijn die het minste omzet verliezen. Maar groei is wel degelijk mogelijk. We hebben vaak de beste producten ter wereld. Dat zeggen we zelf niet, dat zijn onze klanten en onafhankelijke researchbedrijven die het voor ons zeggen. En je merkt dat zoiets de ronde doet. We zijn op dat vlak vaak te bescheiden en niet fier genoeg over wat we in huis hebben. We zijn niet in alles nr.1, maar waar we dat wel zijn, mogen we en moeten we dat ook zeggen. Ook dat is belangrijk, als we willen groeien. Wij moeten onze klanten duidelijk kunnen maken dat we hen meerwaarde verkopen. Als je bij BMW binnenkomt om een wagen te kopen, dan is de prijs het laatste wat ter sprake komt. Omdat het product zo'n kwaliteit heeft dat de prijs ondergeschikt wordt. We moeten ernaar streven om ons meer te verkopen als een BMW in plaats van als een Opel.”





De leuning houdt je vast

Tenzij je op een appartement of in een bungalow woont, heb je wellicht een trap in huis. Op het werk hebben we ze ook in overvloed. En hoewel de trap vaak gebruiken goed is voor de gezondheid, komt het er vooral op aan om voorzichtig te zijn op de trap. Zelfklevers met de titel van dit artikel vindt je op heel wat trappen in onze Agfa-gebouwen. Je hoort mensen er wel eens mee lachen, maar het stijgend aantal ongelukken op trappen geeft aan dat wat meer aandacht best mag.

Een val van een trap kan ook ernstige gevolgen hebben: breuken, hersenletsels en in het ergste geval zelfs de dood. Er sterven jaarlijks een paar duizend mensen na trapongevallen. Het is dan ook geen wonder dat de trap op plaats 8 staat in de Top 10 van dodelijkste voorwerpen in huis.

Een goed ontwerp van je huis en de bijhorende trappen kunnen ervoor zorgen dat het aantal ongelukken vermindert. Belangrijk daarbij is dat de verplichte standaardnormen en -maten gerespecteerd worden. Gebruik optimale verlichting op de trappen, voorzie een trapleuning – indien mogelijk aan beide zijden – en gebruik ze ook, controleer de trappen op rommel en vochtige plekken en bevestig eventueel klevende matjes tegen het vallen. Op een ‘gladde’ trap (marmer, gladde beton, metaal,...) bevestig je best antislip-strips. Een houten trap kun je best niet boenen. Een matje onderaan de trap is ook geen goed idee als het niet goed vastligt.

Ongevallen gebeuren meestal doordat je je evenwicht verliest, bijvoorbeeld door te snel te lopen, onaangepast schoeisel of spullen die niet op de trap horen.

Laat kinderen nooit hollen op trappen of erger nog ervan springen of verschillende treden tegelijk nemen.

Geef hiervoor zelf het goede voorbeeld. Voor de kleinste kinderen is een veiligheidshekje geen overbodige luxe.

En zoals steeds geldt ook hier de regel, voorkomen is beter dan genezen.





Maak kennis met Mr. Agfa HealthCare

Vorig jaar publiceerden we een infographic die de Agfa HealthCare-collega's in kaart bracht. Uit de statistieken bleek toen dat de gemiddelde Agfa HealthCare-medewerker een man is, in de veertig, in IT werkt en... Michael heet.

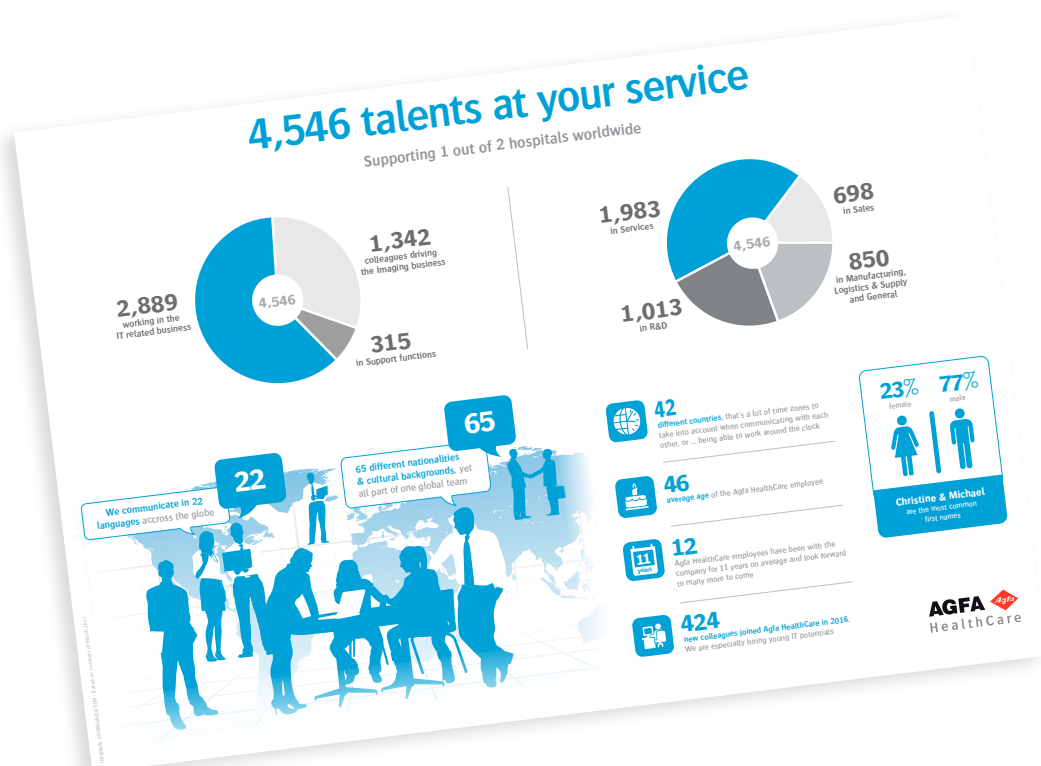
En ja hoor, enkele weken geleden hebben we hem gevonden. Bij de meer dan 400 collega's die in 2016 bij Agfa HealthCare begonnen, zat ook Mr. Agfa HealthCare: Michael Stone. Michael is pre-sales IT consultant en woont en werkt in de Verenigde Staten. Hij tikt heel wat Agfa HealthCare-karakteristieken af: man, in de veertig, werkt in IT, zijn voornaam is dus Michael en hij is 42.

Gevraagd om een reactie zei Michael: "Het was wel een beetje een verrassing toen bleek dat ik zo'n 'gemiddelde' Agfa HealthCare-collega was. Net zoals het me opviel en verraste dat er toch veel werknemers al meer dan vijftien,

zelfs vijftientig jaar bij Agfa werken. Dat is erg bijzonder en het zegt volgens mij ook veel over het DNA en de cultuur van het bedrijf. Tegelijkertijd denk ik ook dat het bedrijf de toekomst omarmt, want naast de 'oude rotten' is er toch ook een jongere generatie aan de slag."

Onze Mr. Agfa HealthCare is nog maar enkele maanden bij Agfa in dienst. Michael: "Ik koos voor Agfa HealthCare omdat ik voor een bedrijf wilde werken dat een maatschappelijke impact heeft. Bij Agfa HealthCare heb ik dat gevonden. Het doel van ons team is eenvoudig: ziekenhuizen en zorgverleners helpen met medische technologie zodat zij zich kunnen concentreren op het behandelen en genezen van hun patiënten. Met ons aanbod van diensten en producten dragen we met Agfa HealthCare indirect bij aan de verbetering van de levenskwaliteit van de patiënt."

Op de vraag of hij nog altijd van zijn keuze voor het bedrijf is overtuigd, antwoordt Michael: "More than ever."



Een geslaagde samenwerking

De collega's van Agfa HealthCare waren al een tijdje op zoek naar een handig on-line platform om alle communicatietools op een eenvoudige manier ter beschikking te stellen van de verkoopteams. De oplossing kwam van dichterbij dan je zou denken, in de vorm van de Eversify-app van de collega's van Agfa Graphics.

Als de meeste grote kranten overal ter wereld gebruik maken van de Eversify-app om on-line content ter beschikking te stellen van hun lezers, dan zou die app ook wel geschikt kunnen zijn voor Agfa HealthCare.

En dat bleek te kloppen... Na kort overleg stond de app binnen een paar dagen klaar om getest te worden: brochures, filmpjes, white papers... werden via een overzichtelijke en eenvoudig navigeerbare structuur toegankelijk gemaakt. Op alle mogelijke mobiele toestellen kan je ze allemaal bekijken en downloaden. Ook het Agfa HealthCare-nieuws kan je via de app lezen. Wanneer er een nieuwe publicatie verschijnt, krijgen de app-gebruikers een berichtje.

De app werd klaargestoomd voor gebruik tijdens het Europese Radiologiecongres. De eerste reacties zijn alvast veelbelovend. Onze internationale collega's hebben interesse om ook lokale versies van de app te maken.

Agfa HealthCare dankt de collega's van Agfa Graphics voor deze geslaagde samenwerking!



Jeti Ceres RTR3200 LED: snelheid, soepelheid en kwaliteit in één

In januari voegde Agfa Graphics een 3,2 meter brede roll-to-roll-grootformaatprinter met UV LED-droogtechnologie toe aan zijn assortiment. De Jeti Ceres biedt een verbluffende beeldkwaliteit op uiteenlopende flexibele materialen. Dankzij de robuuste bouw kan met een hoge verwerkingssnelheid gedrukt worden.

Dankzij de geavanceerde UV LED-droogtechnologie kan de Jeti Ceres op warmtegevoelige materialen drukken, zoals zelfklevende vellen en pvc, zonder dat ze krom trekken of kreuken. Dit schept nieuwe mogelijkheden terwijl de kosten drastisch dalen.

De witte inkt-optie maakt het mogelijk levendige backlit en dubbelzijdige beelden te drukken. De primeroptie zorgt voor extra duurzaamheid en productiviteit bij het bedrukken van moeilijke materialen.

Asanti, de workflowsoftware voor breedformaatdruk, wordt met het Jeti Ceres-systeem meegeleverd. De Jeti Ceres is ook compatibel met de op de cloud gebaseerde PrintSphere-software van Agfa Graphics. Deze service stroomlijnt het delen van bestanden tussen klanten, collega's, freelancers... en beveiligt de gegevens in de geautomatiseerde workflow.



“De Jeti Ceres is een echt werkpaard voor roll-to-roll-toepassingen. Hij biedt de nodige snelheid, precisie en efficiëntie voor intensief drukwerk. En het UV LED-droogproces drijft de efficiëntie ten top.”

Reinhilde Alaert, Marketing Product Manager, Sign & Display High-End

Fedopress, de drukkerij van de Belgische federale overheidsdienst Financiën, drukt als eerste tabakszegels volledig digitaal. Voor het ontwerp van de zegels wordt Agfa Graphics' Arziro-ontwerpsoftware gebruikt. In januari van dit jaar werd Fedopress bekroond met een prestigieuze prijs voor innovatie op het vlak van tabakszegels.

FOD Financiën drukt nieuwe tabakszegels digitaal met Agfa Graphics' Arziro-software

De Belgische tabakszegels waren sinds meer dan 40 jaar niet meer veranderd. Elke week werden vervalste tabakszegels gevonden. Toen het contract met de bestaande leverancier verviel, besloot Fedopress, de drukkerij van de FOD Financiën, om de tabakszegels zelf te produceren. Het doel was om de veiligheid te verhogen en om efficiënter en goedkoper te werken.

Fedopress werkte nauw samen met Agfa Graphics en gebruikt nu de Arziro Design-software om de tabakszegels te ontwerpen. Andere partners zijn Xeikon (de leverancier van de drukpers en digitale workflow), Lake Image System (leverancier van de QR-code-herkenningscamera) en Drewsen (papierleverancier).



De oude tabakszegels werden in typografie gedrukt. De nominale waarde werd er achteraf opgedrukt. Met meer dan 4.000 referenties waren er dus steeds 4.000 drukplaten in stock. Nieuwe accijnzen betekenden ook nieuwe platen/referenties en de vernietiging van reeds gedrukte stock. Met de invoering van Arziro worden de tabakszegels nu digitaal en op afroep gecreëerd, wat hen uniek maakt. Het aantal formaten zegels en papieren werd teruggebracht van respectievelijk zeven en vier tot twee en één. Het nieuwe ontwerp is volledig op maat van de digitale pers. Jaarlijkse worden er tot een miljard tabakszegels gemaakt voor België en Luxemburg samen. De Arziro Design-software maakt regelmatige updates van het ontwerp mogelijk om zo veiligheidsrisico's te verkleinen. Het stelt de overheid ook in staat om de lat qua beveiliging in de opmaak hoger te leggen bij ander beveiligingsdrukwerk.

Best New Innovation Award

Fedopress werd door *Tax Stamp News* bekroond met de 'Best New Innovation Award', een jaarlijkse prijs voor oplossingen die uitblinken op het vlak van ontwerp, innovatie of implementering van projecten voor tabakszegels die ongeoorloofde handel bestrijden en belastinginkomsten vrijwaren. Deze oplossingen kunnen betrekking hebben op nieuwe materialen, inkten, coderingstechnieken, lezers of software. De jury bestaat uit vijf onafhankelijke experts. *Tax Stamp News* is een publicatie gewijd aan programma's met betrekking tot tabakszegels in de hele wereld.



10 Miles

Run **Agfa**, run!

Inschrijven voor de Antwerp 10 Miles of Marathon zal waarschijnlijk niet meer lukken. Wat wel kan is op zondag 23 april langs het parcours de talrijke Agfa-delegatie aanmoedigen. Zoals elk jaar zal er aan de Thonetlaan 165 op Antwerpen Linkeroever bij de Zeescouts een Agfa-stand opgesteld worden waar onze atleten zich kunnen omkleden en hun spulletjes in bewaring achterlaten in de veilige

handen van collega's Ronald Hermans en Frank van Den Bogaert en dit de hele dag tot de laatste Agfa-loper aangekomen is. Wil je een handje helpen bij het opzetten of het afbreken van de tent mag je altijd contact opnemen met Frank van den Bogaert op het nummer 0498 16 1694. Supporters op post!



AGFA *Agfa* **RUN**

23 APRIL 2017
ANTWERP 10 MILES

AGFA MEETINGPOINT

LOPERS EN SUPPORTERS WELKOM - AGFA MEETINGPOINT
BEVEILIGDE BEWARING AAN START EN AANKOMST

10 MILES-ANTWERP MARATHON-LADIES RUN -KIDS RUN

INFO : INFO PLUS 223, ABC@AGFA.COM ,TEL: 3318

Zeg maar 'goeiedag' rather than 'hello'

Agfa-Gevaert is een echt internationaal bedrijf. In onze Belgische vestigingen werken collega's met een veertigtal verschillende nationaliteiten. Velen onder hen volgen een door Agfa georganiseerde cursus Nederlands. Zo hopen ze makkelijker te kunnen communiceren met hun Nederlandstalige collega's en met de mensen in hun dorp of stad.

Onze anderstalige collega's willen niets liever dan hun kennis te toetsen en uit te breiden in alledaagse situaties. Je leert een taal immers het best door ze te gebruiken. Hier botsen ze echter vaak op de flexibiliteit en de uitgebreide talenkennis van de Vlaming. In een gesprek met een anderstalige collega zal de hulpvaardige Vlaming heel snel overschakelen op het Engels.

Collega Iris Bogunovic, afkomstig uit Servië werkt al zeven jaar bij Agfa. Sinds kort is ze Product Manager voor Commercial Printing bij Agfa Graphics, heeft het al vaak ondervonden. Daarom had ze in haar vroegere functie bij R&D een bordje op haar bureau gezet met 'Ik spreek Nederlands' om haar collega's er op te wijzen dat het OK is om haar in het Nederlands aan te spreken. Alleen zo kan ze de taal echt onder de knie krijgen.

Onthoud dus: onze anderstalige gesprekspartners zijn ons dankbaar voor onze inspanningen, maar toch vragen ze ons om hen in het vervolg de kans te geven zich in het Nederlands uit te drukken. Zo zullen ze veel sneller de finesses van onze taal onder de knie krijgen. Zeg dus maar 'goeiedag' in plaats van 'hello', en 'gezondheid' in plaats van 'cheers'.



Cursus volgen?

Informatie over de cursussen en inschrijvingen zijn te verkrijgen bij Nancy Spoelders, **8952**.

Instappen kan in september en in januari voor de beginnersgroep. Wanneer iemand al een basiskennis heeft, wordt er een gesprek georganiseerd met Dominique Van Opstal, de leraar Nederlands van Eurospeak. Aan de hand van dit gesprek, wordt men aan een groep van de vijf verschillende niveaus toegewezen.

De beginnersgroepen krijgen vier uur les per week, daarna wordt het drie uur per week.



Leraar Nederlands Dominique Van Opstal (2de van links): "Het moeilijke is dat de meeste Vlamingen Engels spreken en dat de expats dat ook gemakkelijker vinden, maar een taal leren doe je door uit je comfortzone te treden en niet de gemakkelijke weg te kiezen. Dit vergt een inspanning van beide kanten: wij zouden misschien meer geduld en tolerant moeten zijn als een expat Nederlands wil spreken en de expats zouden meer initiatief moeten nemen om Nederlands te spreken"



Tournée Minérale

In de maand februari was heel België in de ban van Tournée Minérale, het initiatief van Stichting tegen Kanker en De DrugLijn.

Liefst 122.460 mensen deden mee en gingen de uitdaging aan om een maand lang geen alcohol te drinken. Er deden ook heel wat teams mee en een daarvan was Team Agfa met 330 leden. Daarmee was Team Agfa het op een na grootste team.

Doel van het initiatief was om de deelnemers even stil te doen staan bij hun alcoholverbruik. Door een maand lang geen alcohol te gebruiken, krijgt je lichaam de tijd om te recupereren van je gebruikelijke alcoholconsumptie.

Er werd beloofd dat – zeker als je geregeld alcohol gebruikt – je zal merken dat je slaapkwaliteit verbetert. Hierdoor zal je je ongetwijfeld fitter gaan voelen. Eén maand neen zeggen tegen alcohol kan ook betekenen dat je wat overtollig gewicht kan verliezen. Een ander argument was dat je ook heel wat geld kan besparen door geen alcohol te drinken. Geld dat je eventueel kon schenken aan het goede doel. Op een maand tijd werd er zo'n 240.000 euro ingezameld voor het kankeronderzoek!

In InfoPLUS deden we een oproep naar ervaringen van deelnemers. Hieronder lees je een aantal getuigenissen van bereidwillige collega's en lees je of ze het volhielden of niet. Los daarvan bedanken we alle deelnemers en wensen we hun een gemeente proficiat!

Marc Luyten,
research and development operator
bij HE/Consumables

PLUS: Waarom heb je meegedaan?

ML: Vanuit het CPBW HealthCare hadden wij het idee om een alcoholvrije maand te lanceren naar aanleiding van het Jaaractieplan 2016 onder het thema 'gezondheid'. Deze actie zou 'Sober door oktober' heten. Het idee werd al gauw opgemerkt en men vond het de moeite om het breed over heel het bedrijf uit te rollen, gelijktijdig met de nationale actie Tournée Minérale. Omdat ik als CPBW-lid ook in de werkgroep van het JAP actief meewerk, vond ik het dus logisch dat ik mee deed aan deze actie.



PLUS: Heb je het volgehouden?

ML: Ik heb het volgehouden van de eerste tot de laatste dag. Er waren nog vrienden van mij die meededen en met dat in het achterhoofd was het een soort stimulans om niet te versagen.

PLUS: Wat heb je ervaren?

ML: Als je een maand geen alcohol drinkt, ben je natuurlijk veel attenter en je reactievermogen is veel sneller doordat je je minder moe voelt. Het is echter wel lastig om deze gewoonte, die vrijwel overal als sociaal bestempeld wordt, eventjes opzij te zetten. In het verleden heb ik het eens een volledig jaar gedaan en mijn ervaring was dat pas na drie maanden de gewoonte om een pintje of een cava te nemen in plaats van water, een fruitsap of een frisdrank, weg was. Maar dit hangt natuurlijk van persoon tot persoon af, bij welke gelegenheden je terecht komt en de frequentiegraad.

Aernout Vandewalle, Voorman Garage & Werk aan derden bij Materials



PLUS: Waarom heb je meegedaan?

AV: Ik heb mezelf eens willen uitdagen. Het feit dat je er, zeker tijdens de eerste dagen, wel eens aan denkt en zin hebt in een glas, is voor mij al een doordenkertje...

Het doet je wel bezinnen over het feit dat we allemaal wel eens wat overdaad

plegen. Ik denk ook dat het dikwijls een gewoonte is om op bepaalde momenten iets te drinken: na een vermoeiende dag, een zware inspanning, ... Maar na verloop van tijd besef je dat een glas water om je dorst te lessen, ook aangenaam kan zijn. Ik vergelijk het soms met stoppen met roken. Ik denk dat je daar ook – naast een lichamelijke verslaving – vooral met een mentale verslaving kampt.

PLUS: Heb je het volgehouden?

AV: Ja! De aanmoedigingsmailtjes waren leuk. Voor mij was het vooral de wil, en de uitdaging voor mezelf, om het vol te houden. Jezelf eens testen en dan aangenaam

verrast zijn dat je het volhoudt en beseffen dat je het meer en meer ‘normaal’ begint te vinden. Ik denk dat deze periode je lichaam ook wel deugd zal doen.

PLUS: Wat heb je ervaren?

AV: Ik ervaar dat ik al eens wat meer zal snoepen, een koekje tussendoor... . Ik ben dus niet vermagerd. Ik voel me wel fitter. Naar het schijnt zou ik ook minder snurken... Ik denk dat door hieraan deel te nemen je voor jezelf aangekweekte gewoontes gemakkelijker kan doorbreken.

Ben De Vilder van EUREST, het personeelsrestaurant



PLUS: Waarom heb je meegedaan?

BDV: Men zegt dat het laten van alcohol de slaap bevordert, je gewicht kan verliezen en meer energie hebt. Tournée Minérale was voor mij de aanzet en het hulpmiddel om eens na te gaan of dit effectief zo is.

Het was ook een uitdaging om te zien of ik wel het karakter had om eens een maand geen alcohol te drinken. Ik drink toch graag mijn duveltje of een glaasje wijn bij het eten. Bovendien heb ik ook beroepsmatig dagelijks met eten en drinken te maken.

PLUS: Heb je het volgehouden?

BDV: Ja. Het toffe van heel dit opzet was dat er toch veel vrienden, kennissen en collega's waren die ook meededen zodat je er makkelijk met iemand over kon praten zonder dat er mee gelachen werd.

PLUS: Wat heb je ervaren?

BDV: Voor mij persoonlijk was er geen gewichtsverlies te noteren, misschien snoep ik daar te graag voor. Qua slaap: daar heb ik nooit problemen mee. De energie: daar moet ik wel van zeggen dat je je minder snel vermoeid voelt en minder snel 's avonds in de zetel in slaap valt. Dus al bij al, vond ik dit toch wel een toffe ervaring. Ik denk zeker opnieuw mee te doen aan een volgende editie.



Peter Van Nuland, Verification & Validation Engineer bij HealthCare



PLUS: Waarom heb je meegedaan?

PVN: De stap om mee te doen was niet zo moeilijk. Ik drink al een paar jaar een maand per jaar geen alcohol. Ik beken, dat is bijna altijd februari. Het helpt de goede voornemens van het nieuwe jaar een eind op weg, want ik ben dan snel een paar kilo kwijt. Ik vind zelf niet dat ik teveel drink, maar moet daar eerlijkheidshalve wel aan toevoegen dat ik hierover durf van mening te verschillen met mijn (t)huisdokter. Dus ik doe het deels om mijn geweten te sussen en toch vooral voor de gezondheid.

PLUS: Heb je het volgehouden?

PVN: Een sapje in plaats van een aperitief lukt best. Het viel me wel op hoe vaak ik moest nadenken over een alcoholvrij alternatief. Zou ik dan toch teveel alcohol drinken? Valt mee denk ik, want het Tournée Minérale-gebeuren lukt perfect en zonder ‘ambetant’ te worden. Ik denk dat het dikwijls een gewoonte is en – misschien vooral – een sociaal gebeuren. Het is dan ook op een receptie waar ik, als gastheer, zondig. Ik breng een toast uit en koop drie glazen wijn af met de belofte een week langer ‘droog’ te staan.

WAT heb je ervaren?

PVN: Wat me hier op Agfa echt verwonderd heeft, was de reactie van sommige collega’s. Ik kan me niet herinneren dat ik over andere acties zo ben aangesproken. “Waar haalde Agfa het recht om zich daar mee te moeien?” of “Die registratie op de website is schending van de privacy” tot en met slaande deuren, ik overdrijf niet. Straf, mensen confronteren met hun drankgewoonte, het ligt blijkbaar gevoelig. Maar we werken voor HealthCare, dus wij mogen dat.

Peter Verschaeve, Director SH&E & Product Regulations



PLUS: Waarom heb je meegedaan?

PV: Tot voor de TM-actie laste ik willekeurig een drie tot vier maal per jaar een week zonder alcohol in. Gewoon om aan mezelf te bewijzen dat het automatisme om in de week bij het avondeten en om tijdens het weekend een glas te drinken geen ‘onmisbare’ gewoonte wordt. Dit nu eens een hele maand doen, leek me wel interessant om het effect te zien.

PLUS: Heb je het volgehouden?

PV: Volhouden was niet zo moeilijk, de reactie van de omgeving was de interessantste ervaring: van OK tot onbegrip, maar weinig mensen in mijn omgeving zijn mee op de boot gestapt. Op de dag waarop mijn echtgenote 60 jaar geworden is, heb ik wel een uitzondering gemaakt. Niet uit sociale druk, maar om ten volle mee te gaan in de feeststemming. De dag nadien voelde ik het lichamelijk effect dat ik – zij het matig – gedronken had, weer heel duidelijk. Dus eigenlijk heb ik het niet voor de volle 100% volgehouden. Maar dat ik op de verjaardag van mijn echtgenote niet zou deelnemen aan TM was van in het begin gepland.

PLUS: Wat heb je ervaren?

PV: Wat vooral opviel, was enerzijds de hoeveelheid energie die ik ‘s morgens en overdag heb als ik geen alcohol gebruik en anderzijds dat ik tijdens de week ‘s avonds na het avondeten meer initiatief neem om iets extra te doen. Normaal drink ik een tweetal glazen wijn bij het avondeten.



XERO Viewer: De beste van de KLAS

Begin februari viel Agfa HealthCare in de prijzen: De XERO Viewer werd door de organisatie KLAS uitgeroepen tot beste in de categorie 'Universal Image Viewer'. De webgebaseerde XERO Viewer-toepassing maakt het mogelijk om medische beelden waar en wanneer dan ook te bekijken en te delen.

James Jay, vice-president van Imaging IT Solutions bij Agfa HealthCare verwoordt het zo: "Deze bevestiging door KLAS toont aan dat de markt de veelzijdige en krachtige XERO Viewer heeft omarmd. Bij alles wat we doen, houden we in ons achterhoofd dat de patiënt zich aan de andere kant van elk beeld bevindt dat de clinici via XERO aangeboden krijgen. Een toepassing als XERO helpt om medische beelden met de grootst mogelijke klinische waarde te voorzien. Alle relevante gegevens worden meteen ter beschikking gesteld, wat uiteraard bijdraagt tot een grotere patiententevredenheid. De tool vergroot de toegevoegde waarde van de zorgverlening".

De erkenning door KLAS bevestigt de kracht en de marktpositie van de XERO Viewer. Ook het feit dat Agfa HealthCare de oplossing voortdurend verbetert en tijd en middelen investeert in verdere ontwikkelingen wordt zowel door de markt als door KLAS sterk geapprecieerd.

Meer dan ooit kijken organisaties in de gezondheidszorg naar Agfa HealthCare voor dit soort oplossingen, maar ook voor complete enterprise imagingstrategieën en -oplossingen.

De HIMSS-conferentie, de jaarlijkse hoogmis van de Healthcare IT, brengt in Orlando Florida meer dan 40.000 professionals uit de hele wereld samen voor vormingssessies en voor uiteenzettingen van sprekers van wereldklasse. De conferentie is voor KLAS de ideale gelegenheid om de prijzen uit te reiken.



Lenny Reznik, James Jay, Luc Thijs en Paul Lipton: trotse ontvangers van de KLAS category leader award

Prijs!

Hier vind je de oplossingen van de puzzels uit het vorige nummer en ontdek je misschien ook of jij een van de prijsbeesten bent die twee filmtickets aan de haak slaat.

De antwoorden op de cryptopuzzel waren:

A. Noodsignaal – B. Interim – C. Voorzitter – D. Vliegenzwammen – E. Stationsroman – F. Luisterapparaat – G. Herfst – H. Mandarijn – I. Levensles – J. Rampzalig – K. Belle – L. IJsberen – M. Onwezenlijk – N. Streekgerecht – O. Brexit.

De namen die we zochten luidden: Gizzie en Embeeke.

De sudoku-cijfers die we zochten waren 8 en 5.

Winnen elk twee filmtickets: Bieke Boeckx (Corporate Centers) en Eugenie Icart (Agfa Materials). Proficiat!

In deze rubriek gaan we op zoek naar collega's die zich ook in hun vrije tijd op een bijzondere manier laten opmerken. Dat kan bijvoorbeeld met een opmerkelijke hobby of door een uitzonderlijk sportief exploit. Deze keer kwamen we terecht bij kunstschilder **Marc Spiessens**.

Marc's leven speelt zich af in twee verschillende werelden. Bij Agfa zorgt hij er als projectleider binnen ICS voor dat de uitwisseling van elektronische gegevens vlot verloopt. De IT-wereld is uiterst rechtlijnig. Er gelden strikte regels en procedures. Na de werkuren leeft Marc in de vrije wereld van de kunst. Aan zijn schildersezels krijgt zijn creativiteit de bovenhand. In zijn werken weet Marc beide werelden op meesterlijke wijze te verenigen.

PLUS: *Hoe ben je ertoe gekomen om te gaan schilderen?*

MARC: Na mijn studies ging ik bij ATEA als computer-operator aan de slag. Dat was ploegenwerk, dus had ik vaak vrije tijd als mijn vrienden moesten werken. Om deze 'eenzame' vrije tijd te doden ben ik toen begonnen te tekenen. Toen ik twee jaar later in een job met normale kantoren stapte, verdween het tekenen helemaal van het toneel. Het bloed kruipt echter waar het niet gaan kan. Mijn buurman volgde vroeger beeldhouwkunst aan de kunstacademie in Herentals. In 2010 nodigde hij me uit op de opendeurdag van de academie. Ik kreeg er een rondleiding van Nick Andrews, een leraar schilderkunst. Het enthousiasme van Nick en zijn leerlingen heeft me onmiddellijk over de streep getrokken. Ik heb me direct ingeschreven in de richting schilderkunst.



Marc ver

PLUS: *Ging dat meteen goed?*

MARC: Ik was vooraf al wat bang. Ik moest immers van nul beginnen. Ik dacht dat Nick de leerlingen van het eerste leerjaar van naaldje tot draadje zou uitleggen hoe ze moesten werken. Maar niets was minder waar. De eerste dag moesten we al meteen een plantenbak natekenen. Nu kon ik wel wat tekenen, maar we moesten rechtstaand aan een schildersezels werken. Ik had dus geen steun voor mijn pols. Ik slaagde er dan ook niet in rechte lijnen, laat staan vormen, te tekenen. De eerste opdrachten liepen echt niet zoals verwacht. Dat was een domper. Naderhand begreep ik uiteraard waarom we direct voor de leeuwen geworpen werden. Nick wilde zien wat voor vlees hij in de kuip had. Hij wees ook altijd op positieve punten, ook al zag ik er zelf geen. Dat heeft er voor gezorgd dat ik toch doorgebeten heb. Nu is schilderen een echte passie. Hoewel ik volgend schooljaar mijn schilderopleiding afrond, betekent dit alles behalve het einde van mijn parcours aan de academie. Misschien krijgt mijn passie wel een vervolg in de tekenopleiding...

PLUS: *Welke zijn je grote voorbeelden?*

MARC: Ik moet toegeven dat ik eigenlijk amper schilders kende toen ik aan de academie begon. Ik ging zelden naar musea. Daar schaamde ik me in het begin ook wel voor. Een van de eerste schilders die mijn toenmalige leraar noemde, was Rik Wouters, een Mechelse schilder van eind de 19de, begin de 20ste eeuw. Zijn rijke kleurenpalet, zijn spontane penseeltoetsen en zijn authentieke, simpele, ontroerende onderwerpen zijn me altijd bijgebleven.

PLUS: *Hoe zou je je eigen stijl en methode omschrijven?*

MARC: Mijn huidige werken zijn eerder realistisch en figuratief, maar niet fotorealistisch. Ze geven een indruk



heft Agfa tot kunst

weer van de werkelijke situatie. Mogelijk is dit onder invloed van de impressionistische stijl. Wanneer ik schilder, vertrek ik van een abstractie van een foto. Ik zet eerst enkele kleurvlakken op het doek. Van daar uit ga ik steeds meer details en eventueel eigen elementen toevoegen om te eindigen in een figuratie van een meer complex beeld.

PLUS: Welke onderwerpen komen zoal aan bod?

MARC: Vroeger kreeg ik vooral vanuit de academie onderwerpen aangereikt, waarmee we groepstentoonstellingen organiseerden. Maar gaandeweg ben ik ook thema's gaan behandelen die dichterbij mijn eigen leven aanleunen. Daarmee houd ik nu ook soms persoonlijke exposities. Als eindwerk voor de academie ben ik nu bezig aan een reeks werken rond Agfa-thema's. Mijn job is immers een groot deel van mijn leven. Ik sluit er ook twee periodes mee af: binnenkort ga ik met pensioen en eindigt mijn verhaal op de academie, althans in de richting schilderkunst. Ik heb me zelfs laten inspireren door PLUS. Jullie schrijven telkens een artikel over de hobby van een werknemer. Ik wilde het tegenovergestelde doen: met mijn hobby Agfa in de verf zetten. Ik zou het trouwens schitterend vinden als ik ooit de kans zou krijgen om deze reeks binnen de muren van Agfa tentoon te stellen!

PLUS: Kan je iets zeggen over de schilderijen in die reeks?

MARC: Ik gebruik foto's die ik vond in de fotodatabank van Agfa en tracht deze op mijn eigen manier weer te geven. Intussen heb ik vier werken klaar. Op een ervan is het vroegere management in de rotonde te zien bij het bezoek van Koning Albert. Toen mijn jongste dochter dat zag, deed het haar denken aan een beeld uit de film Dr. Strangelove van Stanley Kubrick. In die film is een vergadering in een 'war room' te zien. Ik heb dan een

aantal figuren uit de film bij in het schilderij geplaatst. Het zijn de figuren op de voorgrond die op de rug te zien zijn. Een ander werk in de reeks heet 'Control Room'. Het is gebaseerd op een foto van de controlekamer van machine 54. Het beeld en de weergave ervan laten ruimte voor verbeelding en zetten de toeschouwer aan om zich af te vragen wat er eigenlijk gebeurt en waar het zich afspeelt. Het derde schilderij is gemaakt met als voorbeeld een foto in een ziekenhuis. Die foto heb ik geselecteerd omwille van de uitzonderlijke kleuren die erg verschillen van het 'steriele' kleurpalet dat je meestal aantreft in andere ziekenhuisfoto's. Het laatste schilderij toont een inkjetmachine. Op de originele foto komt er uit de machine een testblad. Dat heb ik vervangen door een werk van mijn huidige leraar Tom Liekens. Ik heb me voor dit schilderij laten inspireren door een promotiefilmpje van Agfa Graphics dat 'The Eye of the Master' heet. In mijn schilderij reproduceert de machine een werk van mijn 'meester'. Het leuke eraan is dat zijn werk op zich ook al een reproductie is van een schilderij van Van Gogh, één van de grootmeesters van de schilderkunst.

Volgend jaar zal het werk van Marc in april en mei te bewonderen zijn tijdens een tentoonstelling in 't Hofke van Chantraine in Oud-Turnhout. Wil je meer informatie over Marcs werken of de tentoonstelling? Je kan hem contacteren via spmarc170854@hotmail.com



Heb je zelf een verhaal dat de moeite waard is of heb je een collega met een bijzondere hobby of die van plan is een wereldrecord (het mag ook iets minder zijn) te breken? Laat het ons weten: plus@agfa.com.

Prolongitudine, een nieuw geneesmiddel?

Infosessie over
kanker, preventie en behandeling...

20 april 2017 — Cinemazaal — 12u30 tot 13u30

Iedereen welkom! Schrijf in via deze link:
<http://bit.ly/HVWG002>



Ook op zoek naar een efficiënte manier om uw kans op kanker met meer dan een derde te verminderen?

Prolongitudine® is de naam van een doosje met tips voor een gezonder en langer leven. Deze campagne van de Belgische Stichting tegen Kanker werd opgezet om de Europese Code tegen Kanker bekend te maken. Dr Mathijs Goossens, woordvoerder van de stichting, komt onder andere deze actie graag aan ons toelichten in een één uur durende talk. Iedereen is welkom op dit leermoment, kaderend in het Huis van Werkvermogen, verdieping Gezondheid. Aansluitend zal er aan de spreker vanuit het Steunfonds Agfa een cheque overhandigd worden, dit mede ook als dank voor de geslaagde campagne Tournée Minérale van de stichting, waar Agfa enthousiast aan participeerde.



Een nieuwe lente, een nieuwe cryptokwis. In het rooster vul je de antwoorden op de **cryptische omschrijvingen** in. Heb je alles goed ingevuld dan lees je een naam of een begrip dat aan bod komt in dit nummer van PLUS. De cijfertjes in het rooster zijn er om je indien nodig wat te helpen. Hetzelfde cijfer staat voor dezelfde letter. Het antwoord kan je inzenden voor 30 mei 2017 per e-mail: plus@agfa.com of naar **8933** met de binnenpost. Uit de juiste inzendingen trekken we een gelukkige winnaar die twee filmtickets ontvangt. Succes!

Let op: de 'ij' telt ook nu weer voor één letter.

- A Huisdier op een boot.
- B Uitstapje van vissen?
- c Met vier man maak je een Belgische oldtimer.
- D Deze sportman maakt een vuist?
- E Smaken zoet bij dageraad.
- F Geen zwartkijker.
- G Nobel metaal.
- H Rechtstreekse wintertrek.
- I Vier huishoudhulpjes?
- J Woeste amfibie.
- K Instemmend vastmaken.
- L Kapers in de straten.
- M Die houdt van veel drukte.

A			5		2	6			8					
B	5	6				1			10					
C						4								
D	6		11			7	7							
E	9				9									
F	6		7	8					11	8				
G					7	10	2				7			
H	4		3		7		7		5		2			
I		2	1			9	9				2		2	
J	8	1							9	9				
K			4		10			3						
L			3				1		2			11		
M	7		4		11	10			11			2		1

Om de sudoku op te lossen moet je op elke horizontale en op elke verticale lijn de cijfers van 1 tot 9 invullen, maar ook in elk van de 3x3-vierkantjes. Heb je beide sudoku's opgelost, dan maak je kans op twee filmtickets als je de twee cijfers in de lichtgekleurde vakjes inzendt. Je oplossing stuur je voor 30 mei 2017 per e-mail naar plus@agfa.com, of per binnenpost naar **8933**. Succes!

Waar een wil is,

3		6		7				
2	8		1					9
6							2	
				3				4
7							8	
	4							3
				9		7		
		5		1	9	4		

is een weg

								4
8	4		2		9			6
		1		4			2	
			8		7	9		
4								8
3	5					2		
			9					3
1	5		4		6			
				5				

