



CEO Christian Reinaudo
over het doelgerichte groeiproject

Agfa Mundo
U was een fijn publiek!





Edito - Over het doelgerichte groeiproject

3



Wanneer 1+1=3

6



Trustech 2017

7



HealthCare gebruikt Lego

8



Agfa Graphics VIP Kalender 2018

9



Synaps Distributor Conference

11



Laat je niet vangen!

12



De koers

16



Agfa Mundo

17



Beloof het!

25



Waar rook is, heb je best een rookmelder

26



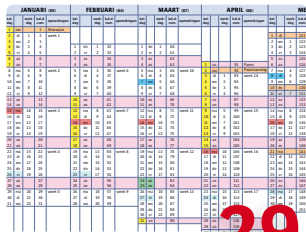
Alarm!

27



Agfa geeft het goede voorbeeld

28



Fabriekskalender

29



Dat kost Watt!

31



Buiten dienst Dieter Vandesande

32

Colofon



nr. 32 – december 2017



PLUS nr. 33 verschijnt in april 2018

REDACTIEADRES

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

HOOFDREDACTEUR

Johan Jacobs (8015)

REDACTIESECRETARIAAT

Maria Dom (8933)

FOTOGRAFIE

Johan Jacobs, Martimax en MP Productions (Agfa Mundo), e.a.

WERKTEN MEE AAN DIT NUMMER

Eva De Herdt, Ben De Crom, Lieven Dewulf, Rik Dirckx, Maria Dom, Bruno Gijs, Ilse Joosen, Anton Marin, Viviane Michels, Herwig Neefs, Ivo Tack, Guy Vandecraen, Dieter Vandesande, Werner Vandeveldde, Luc Van Uytvange

FORMGEVING, PREPRESS EN COÖRDINATIE

www.magelaan.be

DRUK

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

VERANTWOORDELIJK UITGEVER

Viviane Dictus – Franselei 3 – 2950 Kapellen



Edito



Beste collega,

Normaal leest u op deze pagina mijn commentaar over de voorbije maanden. Hoe waren de resultaten? Wat hebben we goed gedaan en waar moeten we in de toekomst aandacht aan geven? Soms is het echter nodig om wat dieper op de zaken in te gaan, zeker als er de voorbije maanden strategische beslissingen zijn genomen die voor ons allen van belang zijn. Vandaar dus dit ietwat langer voorwoord dan u gewend bent.

Zoals u zich herinnert heeft ons bedrijf tussen 2008 en 2010 een moeilijke periode beleefd. We moesten vanwege de economische crisis en de torenhoge grondstofprijzen vechten voor ons voortbestaan. Daarna volgde echter een

periode van versterking. Zo konden we in 2016 eindelijk onze doelstelling van 10% EBITDA op de omzet halen en konden we onze financiële schuld volledig elimineren.

Nu is het tijd om groei en waarde te creëren. Beide zijn met elkaar verbonden: er is geen waardecreatie zonder groei en er zal geen groei zijn als we geen waarde kunnen bieden.

Een paar maanden geleden lanceerden we daarom het doelgerichte groeiproject, gericht op zowel groei als op waardecreatie. ▶

Wat houdt dit project in?

Eenvoudig gezegd heeft dit project tot doel de twee basisvaardigheden van Agfa, namelijk fijne chemie en beeldverwerking aan de ene kant en HealthCare IT-oplossingen aan de andere kant, de mogelijkheid te geven om hun capaciteiten ten volle te ontplooien.

Hoe gaan we dat doen?

In de eerste plaats door ons op beide vaardigheden te focussen. We doen dit via twee afzonderlijke juridische structuren, twee managementteams en twee organisaties die aangepast zijn aan hun eigen specifieke businessmodellen. In de tweede plaats door – na verloop van tijd – ze allebei de middelen te geven om hun groei via financiering en innovatie te bewerkstelligen.

Hoe ver staan we in dit proces?

We hebben de technische aspecten van een opsplitsing in twee juridische structuren geanalyseerd. Dat hebben we vanuit verschillende invalshoeken gedaan: belastingen, systemen, vaardigheden van de medewerkers, ... Verder hebben we ook een eerste, ruwe analyse gemaakt van de eenmalige en de terugkerende kosten van een dergelijke splitsing.

In dit stadium hebben we met de Raad van Bestuur besloten dat de mogelijkheid om de splitsing succesvol te laten verlopen, groot genoeg is om nu de eerste stappen te zetten in vier landen, zijnde Chili - Colombia - Peru en de Verenigde Arabische Emiraten. De reden waarom we in deze landen beginnen is voornamelijk door praktische overwegingen ingegeven.

De acties die we in deze vier landen ondernemen zijn de eerste golf van een programma dat in vier golven zal worden uitgerold.

Ook hebben we een simulatie opgestart van hoe de meer dan 10.000 werknemers van de Agfa-Gevaert Groep zullen worden verdeeld over wat we MainCo noemen, de som van wat nu Graphics, Materials en HealthCare Imaging is, en ITCo wat nu HealthCare IT is.

Voor 85% van deze medewerkers is het zogenaamde 'T-shirt' dat ze in de toekomst zullen dragen overduidelijk. Ze werken nu al voltijds voor een activiteit die duidelijk bij ITCo ofwel bij MainCo ligt. De huidige analyse richt zich meer op de overige 15% van de mensen die nu zowel voor HE/IMG als voor HE/IT werken, of voor de medewerkers in de Global Shared Services.

Aangezien we een kostenallocatie willen vermijden en vervangen door een rechtstreekse toewijzing van personeel aan ofwel ITCo ofwel MainCo, moet deze oefening volledig, over heel de onderneming en op alle niveaus, uitgevoerd worden.

Dit is wat we op dit moment doen en ieder van u zal vóór 15 december worden geïnformeerd over uw 'T-shirt': MainCo of ITCo. Dit T-shirt geeft aan waar uw kosten naartoe gaan en vervangt de eerder gebruikte toewijzingen. Deze verdeling zal uiteraard in volledige afstemming met het management gebeuren, maar ook in overeenstemming met alle wettelijk vereiste processen in elk specifiek land. In dit stadium zal de organisatie niet veranderen. Tussen haakjes, indien u tegen midden december hierover nog geen uitsluitsel hebt gekregen, spreek dan zeker uw leidinggevende aan.

Dit is waar we vandaag staan en ik zal u in de komende weken en maanden op de hoogte blijven houden van de evolutie van het project.

Hiernaast wil ik u ook meer informatie geven over de totale draagwijdte van de beslissing die we genomen hebben.

Het opsplitsen van de Groep volgens de twee DNA's en de businessmodellen op zich zou niet volstaan om groei te genereren als ik niet overtuigd was van de mooie toekomst die beide entiteiten zullen hebben.

ITCo bevindt zich nu op een duidelijk groeipad. Zowel de business units Imaging IT als Hospital CIS zijn in staat om omzet- en EBITDA-groei te realiseren. En laten we zeker



de Integrated Care-business niet vergeten. Ook die is klaar voor een sterke ontwikkeling na verloop van tijd. Maar misschien zijn voor velen onder u de zaken aan de kant van MainCo minder duidelijk. MainCo heeft al groeimotoren: Inkjet presteert zeer goed en is nu echt klaar voor groei. Direct Radiography beleeft nog steeds moeilijke tijden, maar ik ben ervan overtuigd dat er een goed plan kan worden opgesteld om zowel de omzet als de winstgevendheid te verhogen: deze markt groeit en wij kunnen alleen maar meegroeien.

Specialty Products, ten slotte, heeft een groot aantal nicheactiviteiten, zoals Orgacon en Synaps, die spectaculaire resultaten boeken. Bovendien beschikt het ook over een sterke IP-basis van patenten en octrooien om zich verder te ontwikkelen in fijnchemicaliën en inkt voor tal van nieuwe toepassingen.

Natuurlijk, en ik ben daar niet blind voor, staan onze traditionele films, waaronder ook hardcopy film voor HealthCare, en drukplaten steeds meer onder druk. We zullen dan ook een echte strategie moeten ontwikkelen om

de achteruitgang het hoofd te bieden en te profiteren van de problemen die sommige van onze concurrenten hebben.

Belangrijker nog is onze ambitie om MainCo verder te ontwikkelen door middel van een slim investeringsplan dat meer flexibiliteit biedt voor gerichte groei. Daarom ben ik ervan overtuigd dat, wanneer we een goede strategie hebben uitgestippeld en we over de nodige financiering kunnen beschikken, MainCo de weg naar groei- en waardecreatie zal vinden.

Ik wil hier afsluiten met de nadruk op de absolute noodzaak om ook in 2018 al onze krachten aan te wenden om sterke resultaten neer te zetten. Sommige van onze activiteiten hebben het voorbije jaar niet goed gepresteerd, maar nu is het tijd om resultaten te boeken. Hiervoor reken ik op u allen!

Laat ons echter nu genieten van de komende feestdagen. Ik wens u en uw gezin alvast een gezond en succesvol 2018!

Christian Reinaldo



Wanneer 1 + 1 = 3

Elke ingreep op een productieproces vereist veel expertise, een goede planning en uitgebreide testen. Daarbij zijn partnerships met experts van cruciaal belang. Dit geldt ook voor de integratie van druktechnologie in een industrieel productieproces. Agfa Graphics toonde op de InPrint-beurs in München (14-16 november) zijn troeven.

“Partnerships gaan over het delen van de kennis en ervaring die nodig is om druktechnologie te integreren in om het even welk productieproces – onafhankelijk van de producten of materialen”, zegt Tom Cloots, Manager Marketing Industrial Inkjet bij Agfa Graphics. “De hoogwaardige inkjetinkten en -vloeistoffen van Agfa kunnen zowel ingezet worden voor functioneel drukken als voor de decoratieve afwerking van uiteenlopende industriële inkjettoepassingen. Samen met onze partners komen we tot oplossingen die beantwoorden aan de verwachtingen en vereisten van de markt. Tijdens deze InPrint hebben we opnieuw onze vele partnerships in de verf gezet waarmee we bedrijven ondersteunen bij de integratie van druktechnologie.”



Met een duidelijke boodschap en een waaier aan drukwerkstalen, evenals filmpjes van drukprocedures en een team van experts ter plaatse, viel de Agfa Graphics-stand op. Zowel nieuwe als bestaande relaties voelden zich aangesproken.



Tijdens InPrint konden bezoekers uit alle hoeken van het werkveld (systeemintegratoren, industriële producenten of brand owners) hun specifieke projecten of vereisten komen bespreken met Agfa's experts.

Netwerkevenement

Tijdens InPrint ontmoeten OEM-machinebouwers en leveranciers van o.a. inkten, inktkoppen, software en substraten, vertegenwoordigers van o.a. industriële bedrijven, brand owners en verpakkingsdrukkerijen. InPrint is in de eerste plaats een technologieplatform en netwerkevenement. Alles draait er rond op inkjet gebaseerde technologie die gebruikt kan worden om gelijk wat te drukken op gelijk welke onderlaag, van eenvoudige tekst en codes, over logo's of productinformatie, tot meer ingewikkelde toepassingen zoals een decoratieve afwerklaag. Wat de materialen betreft: denk aan verpakkingen of etiketten, hout en andere constructiematerialen, gereedschappen, auto-interieurs, stoelen...



Om zijn partnerships extra in de verf te zetten, plaatste Agfa Graphics rode designfiguurtjes op de standen van al zijn inktpartners op InPrint. De mannetjes werden enthousiast onthaald. Op de stand zelf waren ook 32 partnerpanelen terug te vinden.



SP toont innovaties in kaartbeveiliging en kaartproductie

Trustech 2017

Een betere kostenefficiëntie en een hoger beveiligingsniveau staan bovenaan het verlanglijstje van elke Security Card-professional. Tijdens de vakbeurs Trustech stelt Agfa Specialty Products daarom zijn laatste innovatieve materialen, technologieën en oplossingen op dit vlak voor.

In de eerste plaats denken we hierbij aan ABSOLUT-ID, de geïntegreerde kaartproductieoplossing van Agfa en zijn partner LCsys. Vergeleken met de conventionele, gedistribueerde aanpak levert de geïntegreerde productie van zeer veilige kaarten relevante kostenvoordelen. Ook de doorlooptijd van de productie vermindert op die manier drastisch.

Voorts zal Agfa zijn PETix Silver Laser Personalisation-technologie (SLP) introduceren als een innovatieve beveiligingsfunctie die waarde toevoegt aan het bestaande gamma van de PETix-kaart overlay-materialen.

Met behulp van standaard laserbeeldvormingsapparatuur maakt PETix SLP het mogelijk om de kaart te personaliseren met een zilverachtig effect wanneer de kaart gekanteld wordt. Agfa's PETix-kaartoverlayfilms dragen vandaag al bij tot de duurzaamheid van kaarten dankzij hun mechanische sterkte en hun weerstand tegen hoge temperaturen en chemicaliën.

Tot slot zal Agfa de nieuwste updates presenteren van zijn softwaretools voor de beveiliging van kaarten, identiteitskaarten en paspoorten.

Meer informatie over deze producten en services kan je lezen op www.agfa.com/idsecurity.



PETix overlay-filmen verhogen de levensduur van PVC-kaarten tot meer dan 10 jaar

Agfa en Bilcare werken samen aan veiligheidskaart

PVC staat bekend als een zeer concurrentieel materiaal voor de productie van kaarten. Zijn beperkte duurzaamheid is echter een obstakel om het te gebruiken voor hoogwaardige beveiligingstoepassingen zoals bijvoorbeeld ID-kaarten.

Om het gebruik van PVC te upgraden naar kaarttoepassingen met hogere veiligheidseisen, hebben Bilcare, een toonaangevende, wereldwijde producent van harde folies met hoofdkantoor in Italië, en Agfa Specialty Products samen innovatieve en duurzame kaartconstructies

ontwikkeld die gebruik maken van Bilcare's SICOSMART, een hoogwaardige Vicat-kern voor kaarten, SICOPLAST, een transparante PVC die met laser kan worden gegraveerd, en Agfa's PETix overlay-film.

Testen hebben aangetoond dat SICOPLAST zich uitstekend hecht op PETix, Agfa's polyester overlay-film met een gecertificeerde duurzaamheid van meer dan 10 jaar. Gebruikmakend van specifieke soorten PVC laat PETix het gebruik van PETix Silver Laser Personalisation (SLP) toe. Met behulp van standaard laserbeeldvormingsapparatuur kan met PETix SLP de kaart gepersonaliseerd worden met een zilverachtig effect wanneer de kaart gekanteld wordt. Door uitgebreide beveiligingsopties te combineren met duurzaamheid bieden de innovatieve kaartconstructies de kaartenproducerende industrie een zeer concurrerend alternatief voor de bestaande dure high-end veiligheidskaarten.





Agfa HealthCare steunt UNICEF Emergency Fund

Op dit moment leven 535 miljoen kinderen in gebieden die getroffen zijn door noodsituaties. Van de cycloon in Bangladesh, de hongersnood in de Hoorn van Afrika en de oorlog in Syrië hebben we allemaal al gehoord, maar er zijn nog veel meer noodsituaties die geen media-aandacht krijgen. UNICEF werkt zich elke dag uit de naad om de kinderen in de getroffen gebieden zo snel mogelijk te voorzien van de meest levensnodigste hulpgoederen zoals voeding, medicatie en water. De inspanningen gaan echter verder dan de basisbehoeftes. UNICEF staat ook in voor onderwijs, bescherming en de heropbouw. Onder het motto 'Building Back Better' wil de organisatie de kinderen de toekomst geven die ze verdienen. Om die hulp te kunnen bieden, rekent UNICEF op het Emergency Fund.

In België ging UNICEF daarom op zoek naar 30 bedrijven om samen 300.000 euro in te zamelen. Agfa HealthCare stapte met volle overtuiging mee in dit project.

Via deze link vind je meer uitleg en een filmpje over deze actie: <https://www.unicef.be/nl/bedrijven/30-bedrijven-supporteren-voor-kinderen-in-nood/>

Fruit voor een heel jaar!

Heel wat PLUS-lezers zullen 2018 ongetwijfeld starten met een goed voornemen. Meer groenten en fruit eten is één van de klassiekers. De collega's van Agfa HealthCare UK bedachten een unieke manier om dit goede voornemen het hele jaar niet uit het oog te verliezen. Ze maakten van allerlei soorten fruit een röntgenopname met Agfa HealthCare's DR 600. Met deze beelden stelden ze een bijzonder mooie bureaul kalender samen.

Heb je wel zin in zo'n fruitige kalender? Stuur dan voor 15 januari een mailtje naar eva.deherdt@agfa.com. Een onschuldige hand trekt uit de tijdige inzendingen vijf winnaars. Zij krijgen een kalender toegestuurd.



Agfa HealthCare gebruikt LEGO

Op radiologiebeurzen overal ter wereld pakken we graag uit met onze DR-systemen om indruk te maken op (mogelijke) klanten. Voor sommige evenementen is het echter te duur of te moeilijk om deze omvangrijke machines in te pakken, op te sturen, op te stellen en na een paar dagen alweer te demonteren. De oplossing? Lego! Op basis van foto's en filmpjes hebben de professionele Lego-bouwers van Amazings in Hoboken een complete set schaalmodellen van 'onze DR-systemen' gebouwd, compleet met bewegende onderdelen en andere toeters en bellen.



We zijn er van overtuigd dat de schaalmodellen heel wat aandacht zullen trekken op de volgende radiologiecongressen.

Van het nieuwste DR-systeem, de multifunctionele DR 800, zijn er bovendien kleine schaalmodelletjes gemaakt. Die dienen als unieke geschenkjes voor (potentiële) klanten. Ook die vallen heel erg in de smaak. Ze zijn al meer dan eens de aanleiding geweest voor een echte demonstratie en een commerciële onderhandeling.

Voor de Lego-fans onder de PLUS-lezers hebben we drie DR 800-bouwdoosjes. Stuur voor 15 januari een mailtje naar collega Caroline Burm (caroline.burm@agfa.com) en misschien ben je wel een van de gelukkige winnaars.

Geslaagde combinatie van veelzijdig ontwerp en zinnenprikkelend drukwerk

Traditiegetrouw maakt Agfa Graphics een wondermooie kalender voor haar VIP-klienten. De versie voor 2018 is geïnspireerd op haar nieuwe slogan: *We Embody Print*. De kalender prikkelt de zintuigen door een veelzijdig ontwerp te koppelen aan een uitstekende druk kwaliteit.



Agfa Graphics 2018 **VIP**-kalender



Veelzijdig ontwerp – To have and to hold

Ook dit jaar gaat de Agfa Graphics VIP-kalender een stapje verder dan de klassieke kalender. Dankzij zijn veelzijdige ontwerp kan hij ofwel als kunstboek ofwel als decoratief object in de vorm van een prachtige ster de koffietafel sieren. Uiteraard kan hij ook als praktische muurkalender dienstdoen. De voorzijde toont een gevarieerde fotoreeks van mensen, terwijl aan de achterzijde 365 hokjes kunnen aangevinkt worden naargelang de dagen verstrijken.

Zinnenprikkelend – De kracht van drukwerk

Zoals zijn voorgangers is de editie van 2018 een eerbetoon aan de kracht van drukwerk. Voor de productie gebruikte Agfa Graphics de meest geavanceerde drukvoorbereidingssystemen en -producten, inclusief de Apogee-workflowsoftware, Energy Elite Eco-drukplaten en de Avalon-drukplaatbelichter.

De voortreffelijke druk kwaliteit wordt nog versterkt door het gekozen pallet van milieuvriendelijke papiersoorten en door een reeks van veredelings technieken zoals foliedruk, vernis en reliëfdruk. De combinatie van al deze elementen levert een unieke kalender op die de zintuigen prikkelt. Drukwerk als kunstvorm.



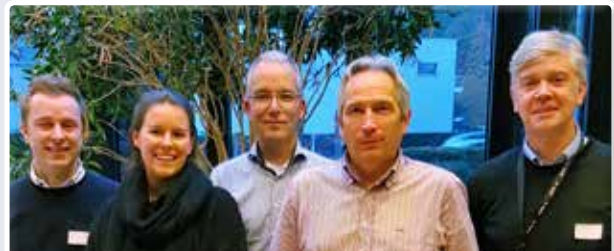


Integrated Care Autumn School in Mortsel

Integratie en coördinatie van alle zorgactiviteiten zijn essentieel voor een duurzame en kwalitatieve gezondheidszorg. Agfa HealthCare's platform voor zo een geïntegreerde gezondheidszorg is in volle ontwikkeling. Over de hele wereld lopen reeds verschillende pilootprojecten.

Om de business verder te ontwikkelen organiseerde de business unit Integrated Care in november de 'Integrated Care Autumn School'. Meer dan 30 collega's uit Europa, het Midden-Oosten en de Verenigde Staten namen deel aan de tweedaagse workshop. Aan bod kwamen de trends in de Integrated Care-markt, een uitgebreide update over het Agfa HealthCare-platform en de systemen van de concurrentie.

Veel tijd was er ook voor vraag en antwoord en het delen van ervaringen. De collega's rapporteerden over de geïntegreerde zorgprojecten in hun regio's en de uitdagingen die ze daarbij tegenkomen.



vlnr: Bart Vorsters, Silke Van Lishout, Joost Felix, Raf Philtjens en Richard Mangeolles van de Integrated Care Solutions Business Unit.

Een mooi compliment

Iedereen krijgt graag complimentjes en wanneer ze van een klant komen, zijn we helemaal blij. West Suffolk NHS Foundation Trust in Bury St Edmunds in het Verenigd Koninkrijk installeerde onlangs één Retrofit- en drie DR 600-systemen voor digitale beeldvorming. Van zodra ze in gebruik waren, regende het complimenten: "De beeldkwaliteit is fantastisch!", "Het gebruikscomfort voor zowel de patiënt als de zorgverstreker gaat er op vooruit", en "We besparen veel tijd, wat de patiëntenzorg ook weer ten goede komt."

Als je dan weet dat de West Suffolk NHS Foundation Trust een *Global Digital Exemplar* is, m.a.w. een internationaal erkende verstreker van excellente zorg door het gebruik van digitale oplossingen, dan klinken zulke complimenten dubbel zo goed.

Lees het hele persbericht over de West Suffolk Trust op de Agfa HealthCare Blog: blog.agfahealthcare.com en zoek op 'suffolk'.



Nieuwe video's!

Agfa HealthCare postte nieuwe video's op zijn website en de sociale mediakanalen.

Eén mooie video gaat over de lancering van Agfa HealthCare's laatste aanwinst in de DR-portfolio, de DR 800. Een hele reeks videosnippets tonen in enkele minuten de veelzijdigheid van deze veelzijdige machine aan. Kijk op www.agfahealthcare.com/youtube, en klik door naar Digital Radiography.

Een aantal andere video's geeft een update over de Enterprise Imaging-aanpak. Enterprise Imaging heeft namelijk een kantelpunt bereikt. Een snel groeiend aantal ziekenhuizen over de hele wereld kiest voor deze ziekenhuisbrede aanpak op het vlak van beeldvorming en beeldmanagement. In een reeks korte video's, met de toepasselijke titel *The Tipping Point*, krijgt de impact op de patiënt aandacht, maar ook de *return on investment* en de visie voor 2027. Zeker de moeite om even te bekijken!



Surf naar www.agfahealthcare.com/cycc

Synaps Distributor Conference

Op woensdag 22 november organiseerde het Synaps-team een eerste Distributor Conference voor hun productportfolio. Plaats van ontmoeting was het hoofdhuis in Mortsel. Liefst 27 deelnemers van 15 Synaps-verdelers uit Europa namen deel. Zij beleefden een leerrijke dag en gingen met heel wat informatie en nieuwe ideeën naar huis.



Een onuitputtelijke bron van ideeën

Synaps is onmiskenbaar een van de groeipolen voor Specialty Products. Jaar na jaar slagen onze collega's er in om de omzet van dit hoogwaardige synthetische papier te doen stijgen. Hiervoor rekenen zij op een uitgebreid dealernetwerk dat vertrouwd is met de grafische industrie.

Synaps is een uitstekende alternatief voor gelamineerd papier voor toepassingen met hoge eisen op het vlak van duurzaamheid. De sterkste troeven zijn een uitzonderlijk korte droogtijd en het bestand zijn tegen water, scheuren en UV-licht. De Synaps-papieren kunnen bedrukt worden met standaardinkten op offsetdrukpersen en door printers die werken met droge toners.

Tijdens de Distributors Conference maakten de dealers kennis met het Synaps-team, ontdekten ze de vernieuwde Synaps-website en kregen ze een rondleiding in de PET-productie en in de inkjet demoroom. Er was ook



Liefst 27 deelnemers van 15 Synaps-verdelers uit Europa namen deel aan de eerste Distributor Conference.

voorzien in een opfrissingstraining voor een correct gebruik van onze synthetische papieren. Verder staken ze met de hulp van de *Inspiration Box* heel wat op over de oneindige toepassingsmogelijkheden van de verschillende Synaps-soorten. Het overtuigende getuigenis van IXXI, een fervent Synaps-gebruiker voor creatieve wanddecoraties of fotocollages, versterkte dit alleen maar. De lancering van de jongste Synaps-telg, het Synaps OM 90 papier, maakt dat er trouwens weer heel wat nieuwe mogelijkheden aan het lijstje kunnen worden toegevoegd. OM 90 is een zeer dunne Synaps-soort die prima geplouwd kan worden. Met deze papierkwaliteit kunnen prima boekjes met verschillende katernen worden gemaakt of stevige en robuuste wandel- of fietskaarten die toch handig opgeplouwd kunnen worden.

Als deze Distributor Conference al een ding duidelijk maakte, dan is het dat het enthousiasme voor onze innovatieve Synaps-producten groter dan ooit is en dat er elke dag weer nieuwe mogelijkheden worden bedacht voor dit erg veelzijdige synthetisch papier. Met die wetenschap weten onze verdelers wat ze te doen staat: zorgen voor nog meer groei!

Een groeimeter was een zeer toepasselijk gadget dat onze Synaps-verdelers meekregen in de inkjet demoroom.





Laat je niet vangen!

Je kan tegenwoordig geen krant meer openslaan of je stuit op een artikel over cybercriminaliteit en internetfraude. Deze fenomenen vormen dan ook een echte bedreiging voor elk van ons, zowel in ons privéleven als op professioneel vlak. Om de Agfa-collega's te wapenen tegen phishing en andere louche internetpraktijken, lanceert Agfa ICS een opleidingscampagne.



Vroeger waren je PC of de software die je gebruikte de voornaamste doelen voor de cybercriminelen. Ze probeerden in je systeem binnen te dringen met malafide programma's, of malware. Tegenwoordig richten ze zich met zogenaamde phishing mails en andere methodes steeds vaker op de mens achter de computer, want die zien ze als de zwakste schakel. Een mens kan je immers misleiden met valse informatie en mooie praatjes.

Omdat het probleem stilaan pandemische proporties aanneemt, besliste Agfa ICS begin dit jaar om een Security Awareness Program uit te werken. Daarvoor ging ICS in zee met SANS, een organisatie die gespecialiseerd is in opleidingen op het vlak van informatiebeveiliging. SANS stelde een set van cursussen op die ons moeten helpen om ons te wapenen tegen cybercriminaliteit. De informatie in deze cursussen is trouwens niet alleen van toepassing voor de werkomgeving, je kan ze ook gebruiken om jezelf en je gezin te beschermen in je dagelijkse leven.

De cursussen bestaan uit een basistraining, die verplicht zal zijn voor elke Agfa-collega die regelmatig met een PC werkt. De medewerkers die voor de basistraining in aanmerking komen, krijgen begin 2018 een mail met een link naar de cursus. Deze basistraining zal bestaan uit een

aantal delen die telkens ongeveer 5 minuten duren. Elk deel wordt afgesloten met een kleine quiz, zodat je kan nagaan of je de informatie onder de knie hebt. De quiz is uiteraard volledig anoniem.

Daarnaast werden cursussen opgesteld die specifiek gericht zijn op een doelgroep: HR-collega's, Service Desk-medewerkers,... Deze meer gerichte cursussen zullen in een tweede fase uitgerold worden.

Om de campagne te ondersteunen zal ICS ook posters en ander didactisch materiaal verspreiden.

Na verloop van tijd zal ICS zelf een fictieve phishing-campagne organiseren om te testen in hoeverre de trainingen geholpen hebben om de Agfa-medewerkers bewuster te maken van de gevaren van internet-criminaliteit. Maar wees gerust: ook dit gebeurt volledig anoniem. Wie toch nog in de phishing-val trapt, zal dus niet aan de schandpaal genageld worden.

Volg de trainingssessies met de nodige aandacht. Samen kunnen we de cybercriminelen een halt toeroepen. We laten ons niet langer vangen! Alle richtlijnen zijn te vinden op het intranet van Agfa Graphics. Meer informatie via graphics@agfa.com.



Wil je meer informatie over cybercriminaliteit of wil je didactische posters aanvragen om binnen je afdeling te verspreiden, stuur dan een mailtje naar ICS-collega Lieven Dewulf: lieven.dewulf@agfa.com.

Help ICS om de ICT-infrastructuur veilig te houden. Rapporteer verdachte e-mails via Lotus Notes. Dat doe je door onder de 'Acties'-knop de optie 'Report mail abuse' aan te klikken.

Enkele veel voorkomende vormen van internetfraude

Phishing: Het 'vissen' naar persoonlijke gegevens (vooral bankgegevens) via internet. Criminelen sturen een e-mail waarin ze de huisstijl en de logo's van bv. een bank nabootsen. Ze vragen je je bankgegevens door te mailen of om op een link naar een malafide site te klikken. Daar krijg je ook weer de vraag om gegevens in te vullen. De criminelen gebruiken deze gegevens bijvoorbeeld om in jouw naam betaalverrichtingen te doen of om je rekening te plunderen.

CEO-fraude: Criminelen sturen je in naam van je CEO een mail waarin je gevraagd wordt om een factuur onmiddellijk te betalen. Wanneer je daar op ingaat, gaat het geld uiteraard naar een rekening van de criminelen. Medio 2017 kregen heel wat collega's een valse mail van CEO Christian Reinaldo in hun mailbox. Gelukkig werd dit meteen aan ICS gemeld.

Social engineering: Beide voorgaande vormen van fraude zijn voorbeelden van social engineering. Criminelen richten zich op de mens achter de machine in plaats van op de PC of de software zelf. Ze proberen je gegevens te ontfutselen door je medelijden te wekken of door je nieuwsgierig of bang te maken.

Social networking: Om efficiënt aan social engineering te doen, grasduinen criminelen in je accounts op sociale media. Dat wordt ook wel social networking genoemd. Ze gebruiken de gegevens die ze vinden op Facebook, LinkedIn,... om de mail die ze naar je sturen zo persoonlijk en geloofwaardig mogelijk te maken. Hoe geloofwaardiger de mail, hoe sneller je geneigd bent om toe te happen. Sommigen gaan nog verder. Zij zoeken bruikbare gegevens in je brievenbus, je vuilzak, ...

Malware: Criminelen gebruiken verschillende technieken om schadelijke programma's op je PC te installeren. Soms komt malware binnen via een programma, een song of een video die je download, maar criminelen trachten je ook te overhalen om het programma zelf te downloaden door je onder valse voorwendsels op een link te laten klikken.

Nieuwe slagzin voor Agfa Graphics

WE EMBODY PRINT

Sinds begin oktober heeft Agfa Graphics een nieuwe slagzin. De vorige versie *Stay Ahead. With Agfa Graphics* werd vervangen door *We Embody Print* (*Wij belichamen/vertegenwoordigen drukwerk/druktechnologie*). De nieuwe slagzin zal gebruikt worden in een reeks van communicatietools, zoals brochures, advertenties, presentaties, films, websites...

We Embody Print was in het voorbije jaar al te zien op verschillende vakbeurzen. Omdat deze drie woorden perfect samenvatten waar Agfa Graphics voor staat, is het logisch dat ze nu worden overgenomen als overkoepelende slagzin. Drukken, en in het bijzonder de chemische kennis die er aan de basis van ligt, maakt immers een wezenlijk deel uit van het DNA van de businessgroep. Met 150 jaar ervaring ontwikkelt Agfa Graphics niet alleen duurzame oplossingen voor zowel offset- als inkjetdrukwerk, maar richt het zich ook naar nieuwe markten en toepassingen zoals intelligente verpakkingen en integratie van het drukprocedé in industriële productie-omgevingen.

Met de komst van de nieuwe slagzin werd ook de look & feel van de communicatietools opgefrist. Ook de dubbele punt voor de productnamen verdween.



Alle richtlijnen zijn te vinden op het intranet van Agfa Graphics. Meer informatie via graphics@agfa.com.

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. Klei – B. Minachtend – C. Broodnodig – D. Yankee – E. Minimaal – F. Egoïst – G. Bronstijd – H. Bommentapijt.

We zochten : Lady Linn.

De sudoku-cijfers die we zochten waren 8 en 9.

Winnen elk twee filmtickets: Tony Suykerbuyk (Agfa Materials) en Jan Vercammen (Agfa HealthCare). Proficiat!

Duiker gespot in Agfa's waterzuiveringsinstallatie

Het was geen alledaags zicht toen eind september een duiker onze biologische waterzuiveringsinstallatie inging voor de vervanging van een lagerpot.

De waterzuiveringsinstallatie is gevuld met een enorme biomassa. Eens de installatie gevuld is en de biologie is aangekweekt, kan ze eigenlijk nooit meer leeggemaakt worden. De grootste kuip van de installatie is het beluchtingsbekken. Hier wordt de biomassa voortdurend gemengd en belucht door middel van vier roerwerken. De roeders draaien op een taatslager waar constant water doorstroomt voor smering. Eén van deze taatsspoelingen was verstopt geraakt waardoor de lagerpot versleten was en vervangen moest worden. Zo'n lagerpot is echter vast



gemonteerd op de bodem van het bekken en dus ondergedompeld in de biomassa. Om het onderdeel vrij te maken, moesten we een beroep doen op een duikersteam. Eerst werd de roerder met een grote kraan verwijderd. Nadien is een duiker afgedaald in de biomassa. In volstrekte duisternis heeft hij vervolgens de lagerpot losgemaakt, de toevoerleiding van het spoelwater ontstopt en een nieuwe lagerpot gemonteerd en aangesloten. Het klinkt eenvoudig, maar dit was toch wel een (vies) karweitje dat enkele uren in beslag nam. Nadien kon echter alles terug normaal opgestart worden. Operatie geslaagd dus!



Wie is er bang voor de GDPR?

Nee, de GDPR is geen Grote Domme Prikelbare Reus. GDPR staat voor General Data Protection Regulation, een Europese verordening over de verwerking van persoonsgegevens en het vrije verkeer van die gegevens. We hadden het er al over in PLUS nr. 28.

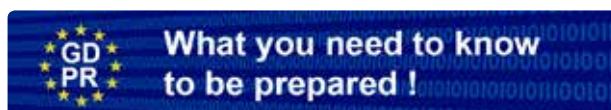
Eenzijds geeft deze *algemene verordening gegevensbescherming* alle inwoners van de Europese Unie meer mogelijkheden om hun persoonlijke gegevens te beschermen. Anderzijds krijgen bedrijven die deze gegevens gebruiken heel wat nieuwe verplichtingen.

Deze nieuwe regelgeving wordt van kracht op 25 mei 2018. Blijkbaar beseften veel bedrijven pas laat (of misschien wel te laat) dat dit grote gevolgen zou hebben, want tegenwoordig verschijnen er regelmatig artikels in de pers over de ongerustheid die de nakende invoering van de GDPR-regels in de bedrijfswereld teweegbrengt.

Agfa is gelukkig wel op tijd in gang geschoten. Recent werd er een intranetpagina gepubliceerd met een overzicht van de vooruitgang die we al boekten met het aanpassen van onze procedures en processen. Je vindt er ook algemene informatie over de GDPR-regels, een lijst met courante vragen over het thema en een aantal contactpersonen.

Wij zijn niet bang van de GDPR!

Alle informatie over de algemene verordening gegevensbescherming: tik GDPR in het zoekveld op de homepage van het Corporate intranet.



De koers

Eenmaal 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.



Wat is dat met die koers?

'Agfa heeft last van euro en aluminium' kopte De Tijd op de dag na de publicatie van onze kwartaalcijfers. Dat een stijgende aluminiumprijs ons vandaag en in de toekomst parten speelt, is nogal logisch. Veel van onze drukplaten bevatten aluminium. Wat wij meer betalen wanneer de aluminiumprijs stijgt, kunnen we niet zomaar integraal doorrekenen aan onze klanten. Maar hoe zit dat met die euro?

Wel, de euro is op dit moment duur tegenover de dollar en andere munten. Voor één euro moest op 8 november afgerond 1,16 dollar neergeteld worden. In de loop van het derde kwartaal piekte de euro zelfs tot boven 1,2 dollar. Eind 2016 was de euro nog gezakt tot 1,03 dollar. President Trump klaagde toen dat de goedkope euro nadelig was voor de Amerikaanse bedrijven. Analisten dachten zelfs dat het een kwestie van tijd was vooraleer de dollar en de euro evenveel waard zouden zijn. De Amerikaanse economie draaide toen immers beter dan de Europese en Trump beloofde er nog een schepje bovenop te doen door grote investeringen.

Waarom is de voorspelling van de analisten dan niet uitgekomen? Allereerst laten de investeringen van Trump op zich wachten. Het duwtje in de rug van de Amerikaanse economie is vooralsnog nauwelijks voelbaar. Voorts kreunde de VS onder een hele reeks politieke en bestuurlijke problemen, waardoor het monetaire beleid van de Amerikaanse centrale bank in de war gestuurd werd. De onzekerheid die met deze problemen gepaard ging, zette bovendien een rem op de economie in de VS, maar ook in Azië. Daar zien ze met name het gekissebis tussen Trump en Kim met lede ogen aan. In Europa, daarentegen, sloeg de economische motor intussen aan. En een sterke economie vertaalt zich doorgaans in een sterke munt. De euro werd dus duurder, niet alleen tegenover de dollar,

maar ook tegenover andere munten, zoals de Japanse yen, de Chinese yuan, de Braziliaanse real,...

Voor mensen die een citytrip naar New York plannen, is dat goed nieuws. Zij krijgen voor hun euro's immers meer dollars dan een goed jaar geleden. Voor Europese bedrijven die veel uitvoeren, daarentegen, is een dure euro niet zo'n goed nieuws. Hun producten worden voor Amerikaanse (en Chinese, Braziliaanse,...) klanten immers duurder. Stel, een Amerikaan wil één Belgische praline invoeren, die van de Belgische pralineboer een prijskaartje van één euro gekregen heeft. Eind 2016 betaalde de Amerikaanse klant voor die praline 1,03 dollar. Op 8 september was dat 1,2 dollar, of zo maar eventjes 13,5% meer! Hetzelfde geldt natuurlijk voor drukplaten, hardcopy-film, softwarepakketten... Met andere woorden: een dure euro benadeelt Europese bedrijven. Het is slecht voor onze concurrentiepositie.

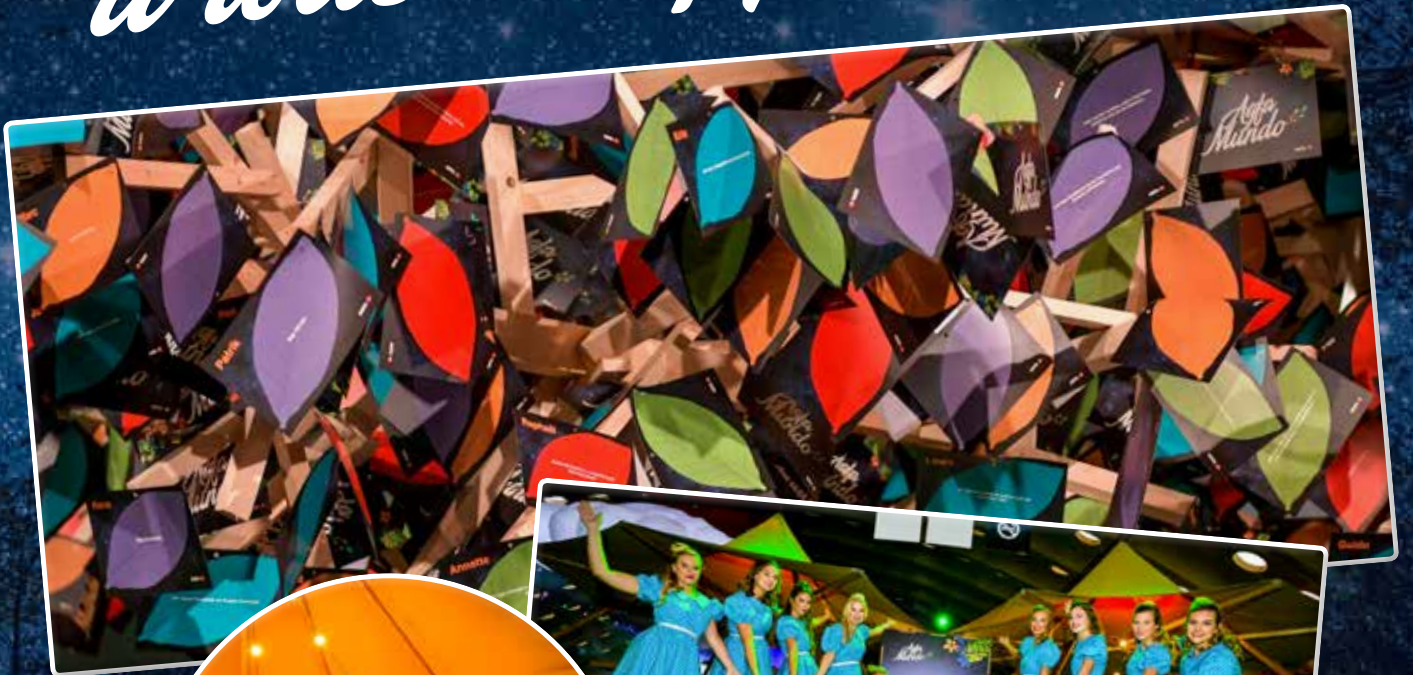
Verkoop je als Europees bedrijf dan toch producten in pakweg de VS, dan heeft de dure euro nog een vervelend effect. Je krijgt in de VS dollars voor die producten, maar Europese bedrijven rapporteren hun resultaten in euro. De vertaling van de verkoopcijfers in goedkope dollars naar dure euro's valt nadelig uit. Stel, je krijgt in de VS 100 dollar voor een uit de kluiten gewassen doos pralines. Als de dollar exact evenveel waard zou zijn als een euro, schrijf je dus 100 euro bij op de omzetzijlijn. Is een euro 1,2 dollar waard, dan is dat slechts 83 euro...

Voor Agfa was dit 'vertaaleffect' in het derde kwartaal aanzienlijk. De omzet daalde met 5,1% tegenover het derde kwartaal van 2016. Maar zonder 'vertaaleffect' (of wisselkoerseffect) zou de daling beperkt zijn tot 2,9%. Dus ja, we hadden last van de euro.



Agfa Mundo

u was een fijn publiek!



150 $\frac{1867}{2017}$



Donderdag 26 oktober 2017 was het dan eindelijk zover. Om 18.00 uur stipt gingen de deuren van de Nekkerhal in Mechelen open en konden de 1.500 collega's die zich ingeschreven hadden voor Agfa Mundo de indoor festivalweide betreden. Was het buiten maar een druilerige dag, dan was binnen alles in gereedheid gebracht om er een mooi feest van te maken. Verspreid over de festivalweide (met echt gras uit Werchter) stonden sfeervolle tipi's en de mooiste food trucks met heerlijke snacks te wachten op de gasten. Verschillende animaties, zoals de tattooshop, het kleinste caféetje, de steltlopers en de lantaarnman, zorgden ervoor dat er overal wel iets te beleven viel.

Om 19 uur werd het epicentrum van het feest echter verlegd naar het grote podium wanneer CEO Christian Reinaldo de feestelijkheden officieel opende. Het was het teken voor de food trucks om hun luifels op te trekken en de hongerige gasten te bedienen. Zij deden dit onder begeleiding van de enige echte Agfa Party Band die met een set ijzersterke covers meteen een eerste muzikaal hoogtepunt van de avond neerzette. Na een uurtje nam headliner Lady Linn & her Magnificent Seven over. Haar optreden was een mooie mix van swingende, jazzy nummers uit haar laatste cd, uiteraard aangevuld met haar bekendste hits.





Inmiddels was het 21.30 uur en MC Marcel Vanthilt die heel de avond professioneel aan elkaar praatte, nodigde Christian Reinaldo nogmaals uit op het podium voor de onthulling van die grote imposante boom waarvan de bonte Synaps-blaadjes de vele mooie verjaardagswensen en herinneringen van de aanwezige collega's droegen.

Een mooi moment, maar onder het motto 'the show must go on' nam DJ Sven Ornelis het roer over. In geen tijd werd de dansvloer gevuld met een dansende bende die hevig meesprong en luid meezong (of indien nodig meebrulde) met de foute nummers van Sven.

Die dansvloer zou nooit meer leeg zijn, want toen de slotact van de avond, DJ Mathy De Vos van Agfa HealthCare, overnam, ging het feestje gewoon door. Hij zorgde voor een stevige beat en zeer dansbare muziek. De vele feestgangers waanden zich niet ten onrechte op Tomorrowland. Het zoveelste hoogtepunt van de avond werd afgesloten met een vuurwerk op het grote scherm. Met een luide knal en de bijpassende confettislingers in onze vertrouwde huiskleur werd Agfa Mundo waardig afgesloten.

Voor herhaling vatbaar was zowat de meest gehoorde waardering voor deze mooie avond! Op de volgende pagina's kan je nog eens nagenieten. Deze foto's en een video filmpje vind je trouwens ook terug op de micro-intranetsite Agfa 150: <http://intranet.agfa.net/150years>.



Agfa Mundo

Agfa Mundo





*Agfa
Mundo*



150 $\frac{1867}{2017}$



Agfa Mundo



Zogezegd



"I therefore declare officially the party open!"

Kortste en dus beste openingspeech ooit op naam van CEO Christian Reinaudo.

"Echt, het is genoeg, het is genoeg!"

Marcel Vanthilt na bijna een uur foute muzieknnummers van DJ Sven Ornelis.

"Het is niet genoeg!"

Reactie van DJ Sven Ornelis op de lichtzinnige uitspraak van Marcel Vanthilt.



"Agfa Materials is eigenlijk het DNA van Agfa."

Luc Delagaye, President Agfa Materials, na het onthullen van de Agfa Mundo-boom.



"Great party, great people, great company!"

Eén van de vele lovende commentaren die u liet noteren in de 'exit poll' van Agfa Mundo.



"Blij dat ik dit na 24 jaar Agfa nog mag meemaken. Voor herhaling vatbaar!"

Het anonieme eindbesluit van een geslaagde avond.

Gsm'en aan het stuur houdt levensgrote risico's in. Niettemin geven maar liefst 2 op de 3 Vlaamse automobilisten toe dat ze tijdens het rijden wel eens berichtjes lezen of verzenden, of bellen met de gsm in de hand. 1 op de 6 doet dat zelfs zeer regelmatig. Bij bestuurders van bedrijfswagens is dat 1 op 3. Dat blijkt uit nieuwe cijfers van de Vlaamse Stichting Verkeerskunde (VSV).

Beloof het!



“Gsm-gebruik aan het stuur is geen onschuldig iets. Berichtjes lezen en verzenden leidt niet alleen je aandacht af, maar zorgt er ook voor dat je letterlijk blindelings rijdt. De paar seconden waarin je je ogen niet op de weg richt, kunnen fataal zijn voor jezelf of andere weggebruikers.”
Werner De Dobbeleer (VSV)

Beloof het ook!

Op de website van de campagne ‘Beloofd!’ kan je plechtig aan je dierbaren beloven om nooit meer te gsm'en als je rijdt. Wees een voorbeeld voor je kinderen, je naasten, je collega's en vrienden. Doe het, vandaag nog (maar niet tijdens het rijden!) op www.beloofd.be.

De Vlaming is verslaafd aan de smartphone, ook in de wagen. We weten dat dit gevaarlijk is, maar kunnen er blijkbaar niet aan weerstaan. Nochtans geven Vlaamse automobilisten niet-handenvrij gsm-gebruik tijdens het rijden een gevaarsscore van gemiddeld 8,5 op 10, waarbij 10 staat voor heel gevaarlijk. Bestuurders van bedrijfswagens schatten met 7 op 10 de gevaren iets lager in, maar weten evengoed dat er een probleem is.

Bijna 6 op de 10 bedrijfswagenbestuurders vindt het moeilijk om binnengekomen berichten te negeren, het gemiddelde voor alle bestuurders is 1 op 4. Iets minder dan 1 op 3 bedrijfswagenbestuurders voelt ook sociale druk om altijd bereikbaar te zijn tijdens het rijden: 31% geeft aan dat de werkgever dit verwacht, 29% meent dat de klanten dit verwachten. 26% vindt het zelf ook belangrijk om altijd bereikbaar te zijn voor klanten.

Uit deze cijfers blijkt dat bedrijfswagenbestuurders een risicogroep zijn inzake gsm-gebruik aan het stuur, maar er zijn ook nuances. De grote meerderheid van de bedrijfswagens is immers uitgerust met een handsfree systeem (85%). Bij privé-wagens is dit een pak lager (56%). Een kwart van de bedrijfswagenbestuurders heeft bovendien met zijn werkgever afspraken rond gsm-gebruik in de wagen. Dit betreft voornamelijk de afspraak dat er enkel handsfree kan gebeld worden (70%). Agfa is zich al langer bewust van deze problematiek. Het wil dan ook een voorbeeldfunctie uitoefenen op het vlak van veiligheid bij het gebruik van de gsm in de wagen. Daarom is voor een werknemer die een gsm-toestel wordt toevertrouwd, een handsfree kit in de lijst verplichte opties voor de bedrijfswagen opgenomen.



Op een avond in december gaat bij een collega plots het rookalarm af. Hij vermoedt vals alarm want hij ziet geen rook en ruikt niets. Hij reset het alarm en nestelt zich opnieuw lekker onder de dekens. Even later gaat het alarm weer af. Iets minder gehaast dan de eerste keer begeeft onze collega zich naar het alarm om het opnieuw te resetten. Ditmaal ruikt hij echter een lichte brandgeur. Afgaande op de geur vindt hij even later op de tussenverdieping een omgevallen halogeenlamp van 300 watt op de grond. Hij raapt ze op en merkt dat de lamp nog aan stond. Het parket onder de lamp was reeds volledig verkoold en smeulde zelfs lichtjes. De brandgeur was vier weken later nog niet volledig verdwenen uit het huis, maar het huis stond er gelukkig nog wel.



Waar rook is, heb je best een rookmelder

Bovenstaand verhaal had heel anders kunnen verlopen, mocht onze collega geen rookmelder in huis gehaald hebben. Dan was hij waarschijnlijk niets vermoedend in slaap gevallen en moest hij gered worden uit een brandend huis. Het belang van een rookmelder thuis kan dus niet genoeg benadrukt worden. Tegen 2020 moeten alle woningen in Vlaanderen verplicht uitgerust worden met minstens een rookmelder op elke verdieping. Wacht echter niet tot 2020, maar doe het nu reeds! Nu is deze verplichting reeds gedeeltelijk van kracht voor huurwoningen (gebouwd voor 1945) en sociale woningen, net als voor nieuwe en verbouwde woningen. Ook alle studentenkamers moeten uitgerust zijn met een rookmelder.

Er zijn verschillende soorten rookmelders. Enkel de foto-elektrische of optische melders voldoen aan de wettelijke vereisten. De rookmelder moet bovendien ook voldoen aan een norm (NBN EN 14604). Op een goede rookmelder staat dit duidelijk vermeld. Gebruik nooit oplaadbare batterijen voor een rookmelder. Dit soort batterijen scoort veel minder goed wat betreft het afgeven van een constante kleine stroom over langere tijd. Met oplaadbare batterijen krijg je dan ook vaak heel vlug lege batterijmeldingen. Soms krijg je zelfs helemaal geen lege batterijmelding en dat is natuurlijk gevaarlijk. Heb je verschillende brandmelders in huis, dan is het belangrijk dat die met elkaar kunnen communiceren, zodat het alarm op één melder meteen ook alle andere melders activeert. Het is op de Belgische markt nog wel goed zoeken naar dit type. Op de Nederlandse (online) markt zijn ze wel al vlot te vinden.

Lees ook goed de installatie-instructies. Een rookmelder die ergens in een nok verstopt zit of te laag tegen de grond geplaatst is, zal veel later alarm geven dan een correct geïnstalleerd exemplaar. Vergeet ook niet ze

regelmatig te testen, zo blijf je verzekerd van een goede werking wanneer je ze nodig hebt. Uiteraard kan je de batterijen bij sommige types blijven vervangen, maar besef ook dat detectiesystemen steeds beter worden. Om de tien jaar een nieuwe set aanschaffen kan geen kwaad. Bovendien hoopt er in het binnenste van een rookmelder beetje bij beetje vervuiling op. Ook daarom kan je maar beter detectoren op tijd vervangen door nieuwe.

Rookmelders zijn niet alleen zaligmakend. Een andere voorzorg die je thuis kan nemen is het opstellen van een vluchtplan. Oefen dit plan ook regelmatig met de andere huisbewoners. Alleen dan weet iedereen hoe ze snel het huis kunnen verlaten voordat een dikke zwarte, verstikkende rook slachtoffers kan maken. Een achtergelaten wasmand in de traphal kan een dom maar dodelijk obstakel worden. Vergeet ook niet dat het in een noodgeval te laat is om de sleutels van de voordeur te gaan zoeken: steek ze er dus elke avond op. Of misschien evacueer jij beter via een raam en een aanpalend dak. Bekijk dan of je geen touwladder nodig hebt.

Niemand heeft ooit geweten hoe die staande lamp uit het voorbeeld een liggende lamp is geworden. Feit is wel dat onze collega ze nu vervangen heeft door een LED-straler. Deze lampen zijn zuiniger en worden ook nauwelijks warm. Dat is echte preventie: niet alleen detectiesystemen installeren, maar er ook voor zorgen dat ze zo min mogelijk moeten werken.

INFO

Meer informatie over rookmelders en vluchtplannen vind je op www.brandwonden.be, www.speelnietmetvuur.be of op www.vlaanderen.be/nl/publicaties.

Grootscheepse oefening
van Agfa's interventiedienst
en lokale brandweerkorpsen

Alarm!

Het is zaterdag 16 september, 9 uur in de ochtend. Een collega wordt in gebouw 84 bevangen door een ammoniakwolk. Zijn zicht geraakt aangetast. Hij tracht te vluchten, maar hij struikelt en raakt bewusteloos. Het ammoniakalarm treedt in werking en de brandweer komt ter plaatse.



Incident met gevaarlijke stoffen

Hoe maakt die collega het nu, vraag je? Wel de oefenpop is ongedeerd en weer volledig operationeel. De bovenstaande scène was immers het startschot voor een IGS-oefening van de interventiedienst van Agfa en de brandweerkorpsen van Edegem, Wommelgem, Borsbeek en Kontich. IGS staat voor 'Incident Gevaarlijke Stoffen'.

Er mocht ook een 'echt' slachtoffer figureren. In het scenario van de oefening stond immers dat een tweede slachtoffer bevangen door de ammoniak moest vluchten naar het terras aan de kant van gebouw 76. Daar werd hij gered door een ladderwagen.



Rookgordijn

Bij de oefening werden de grote middelen ingezet. Er kwamen niet minder dan negen brandweerpompen en een dertigtal brandweerlui aan te pas. Een aantal onder hen droeg een speciaal gaspak. De ammoniakwolk werd gesimuleerd door een rookmachine.



Verscheidene duurzaamheidsinitiatieven van Agfa krijgen aandacht in het nieuwe duurzaamheidsverslag van essencia, de Belgische federatie van de chemische industrie en life sciences. Agfa geeft dus het goede voorbeeld aan zijn sectorgenoten.

Agfa's duurzaamheidsinitiatieven in het jaarverslag van essencia

Agfa geeft het goede voorbeeld

Oog voor de planeet

In het hoofdstuk 'Planeet' belicht het duurzaamheidsverslag een aantal initiatieven die essencia-leden namen ten gunste van het milieu. In dit hoofdstuk kwamen niet minder dan vier projecten van Agfa aan bod.

Dankzij onze waterzuiveringsinstallatie kan de fabriek in Mortsel meer dan 50% van haar afvalwater hergebruiken. Onze koelinstallaties stoten gefluoreerd gas uit, een broeikasgas. Dankzij verscheidene aanpassingen aan de installaties konden we de uitstoot en de milieu-impact van de koelinstallaties drastisch verminderen.

Ook de initiatieven op het vlak van energie-efficiëntie worden onder de aandacht gebracht. Zo zorgden onder meer projecten voor het hergebruik van restwarmte ervoor dat we onze CO₂-uitstoot in een decennium met 30.000 ton konden verminderen. essencia looft ook andere energiebesparende inspanningen, zoals de overschakeling op LED-verlichting en het optimaliseren van de ventilatie in gebouwen. Je leest meer over onze warmtekrachtkoppelingsinstallaties in Plus nr. 6.

De circulaire supply chain die Agfa Graphics samen met een aantal grote klanten en leveranciers opzette, wordt genoemd als een voorbeeld op het vlak van duurzaam gebruik van grondstoffen. Dankzij dit project kan het hoogwaardig aluminium in onze drukplaten duurzaam hergebruikt worden. Meer informatie hierover vind je in Plus nr. 25.

Oog voor de mens

Het hoofdstuk 'Mensen' heeft het over initiatieven die bedrijven nemen voor hun werknemers, voor studenten en voor de maatschappij in het algemeen. Ook in dit hoofdstuk springen de projecten van Agfa in het oog.

Zo wordt ons Huis van Werkvermogen onder de aandacht gebracht. Onder deze naam bundelt Agfa zijn inspanningen om het werk werkbaar te houden. Hierover lees je alles in Plus nr. 27.

Agfa Materials wordt genoemd als één van de ondertekenaars van het STEM-charter. Met dit charter slaan overheid, kennisinstellingen, sociale partners, sectororganisaties, de onderwijssector en de bedrijfswereld de handen in elkaar om jongeren te inspireren om voor STEM-studies te kiezen. STEM staat voor Science (wetenschappen), Technology (technologie), Engineering (ingenieurswetenschappen) en Mathematics (wiskunde).

Ook de burenrade krijgt een vermelding in het duurzaamheidsrapport. Agfa organiseert sinds 1995 in Mortsel minstens één keer per jaar een vergadering waarin vertegenwoordigers van de omliggende straten en wijken in gesprek kunnen gaan met vertegenwoordigers van ons bedrijf en van de lokale overheid. De burenrade wordt voorgezeten door de directeur van de Mortselse vestiging en door de burgemeester.



essencia?

essencia groepeert bijna 750 ondernemingen, die samen goed zijn voor meer dan 95% van de totale omzet die de sector van de chemie en de life sciences in België haalt. De federatie biedt haar leden informatie, diensten en advies op maat. Bovendien staat ze in voor de vertegenwoordiging en de verdediging van de belangen van haar leden.

<http://www.essenciaforsustainability.be/>

Agfa rapporteert ook zelf over zijn duurzaamheidsinspanningen. Het duurzaamheidsverslag maakt deel uit van het jaarverslag. Dat vind je in de Investor Relations-sectie van agfa.com.



In het vorige nummer vroegen we je om even stil te staan bij je energieverbruik. Door middel van een kleine test wilden we te weten komen of de PLUS-lezer een goede kijk heeft op zijn of haar energiegebruik. Hieronder vind je de juiste oplossing van de test en ontdek je wie de twee filmtickets heeft gewonnen. Bovendien krijg je nog wat gratis tips om te besparen op je energiefactuur. Zo zijn we allemaal winnaars. Toch?



Dat kost Watt!

Het energieverbruik van een gemiddeld Vlaams gezin kan je procentueel als volgt verdelen: twee derde gaat naar verwarming en ruim een tiende naar warm water. De overige huishoudelijke energienoden schommelen elk rond de vijf procent (zie taart) of samen ongeveer twintig procent.

Als je wil besparen dan lijkt het voor de hand te liggen om in de eerste plaats naar de verwarming te kijken, maar ook in de andere elementen van ons energieverbruik zijn er heel wat quick wins te realiseren.

Verwarming

Als je de verwarming één graad lager zou zetten bespaar je al gauw tot 7% op je verwarmingskosten. Dit komt in ons voorbeeld overeen met een besparing van zo'n 60 euro per jaar.

Door het plaatsen van thermostatische kranen aan de radiatoren kan je voor elke ruimte een aparte temperatuur instellen. Hierdoor bespaar je zo'n 5 euro per kraan per jaar. De aanbevolen temperaturen voor de verschillende kamertypes zijn: Woonkamer: 21°, badkamer: 23°, slaapkamers: 18°, keuken: 18°, eetkamer: 20°. Vermijd bijverwarmingen op elektriciteit. Dit zijn echte energievreters!

Warm water

Plaats je een spaardouchekop, dan bespaar je twee keer! Minder water en warmteverbruik bij hetzelfde comfort. Dit brengt je weer eens 47 euro per jaar op.

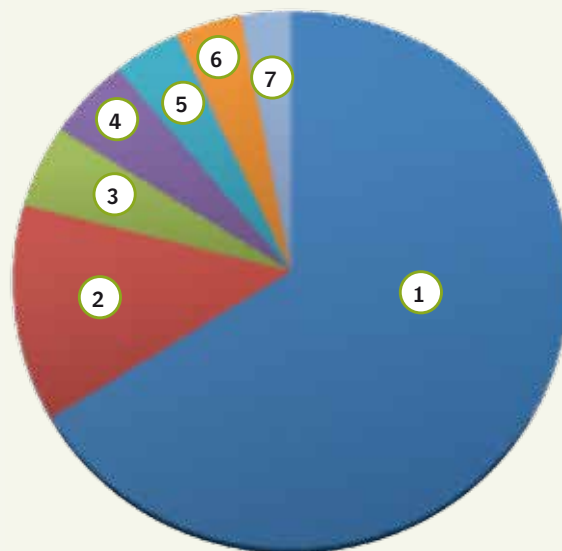
Verlichting

Vermijd halogeenlampen en spots. Die kosten je al snel 9 euro meer per lamp per jaar dan LED-varianten.

Koelen en vriezen

Om te weten of je koelkast nog goed afsluit, doe je het volgende testje. Sluit de koelkast met een papiertje tussen de deur. Als je bij het wegtrekken van het papiertje wat weerstand voelt, dan sluit de koelkast nog goed af. Anders kan je best de dichting vervangen of ineens een nieuwe koelkast plaatsen.

Gemiddeld energieverbruik



1	66%	verwarming	15.000 kWh	= 900 euro
2	13%	warm water	3.000 kWh	= 180 euro
3	5%	verlichting	1.200 kWh	= 300 euro
4	5%	koelen en vriezen	1.200 kWh	= 300 euro
5	4%	wassen en drogen	1.200 kWh	= 250 euro
6	4%	koken	1.200 kWh	= 250 euro
7	3%	overige	600 kWh	= 150 euro

Bron: www.eandis.be

Wassen en drogen

Als je je wasgoed de helft van de tijd buiten te drogen hangt in plaats van de droogmachine te gebruiken, bespaar je al snel 40 euro per jaar.

Ziezo, met de tips in dit artikel kan je heel wat euro's besparen.

Kurt Lapere van Agfa HealthCare kan nog meer besparen. Hij wint immers twee filmtickets: een avondje minder energieverbruik in huis en gratis naar de film!

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 **Dieter Vandesande**, vrijwillig hulpverlener bij het Rode Kruis-Vlaanderen.

Bij Agfa HealthCare helpt Dieter Vandesande klanten die problemen hebben met hun radiologie-informatiesysteem. Ook in zijn vrije tijd is Dieter actief in de medische sector. Dan werkt hij als vrijwillig hulpverlener bij het Rode Kruis-Vlaanderen. Hij vervoert zieken en gewonden in de ambulance en op evenementen dient hij ongelukkigen de eerste zorgen toe.

PLUS: *Hoe ben je bij het Rode Kruis-Vlaanderen terechtgekomen?*

DIETER: Mijn engagement is begonnen toen ik mijn studiekeuze moest maken. Ik twijfelde tussen IT en verpleegkunde. Het werd uiteindelijk IT, maar ik besliste ook om een kleine cursus EHBO te volgen. Dat lag me ook wel en daarna ben ik bij het Rode Kruis opleidingen gaan volgen om hulpverlener op evenementen te kunnen worden. Van het een kwam het ander. Ik volgde ook een opleiding niet-dringend ziekenvervoer en daarna een opleiding dringende geneeskundige hulpverlening. Die laatste heb je nodig om met de ziekenwagen te rijden.

PLUS: *Wat heeft je ertoe gedreven als vrijwilliger aan de slag te gaan?*

DIETER: Ik ben altijd al geïnteresseerd geweest in hulpverlening. Dat is voor de meeste vrijwilligers de voor-



“De voorn Kruis-vrijv

naamste drijfveer: mensen helpen. Als dat niet op de eerste plaats komt, moet je er niet aan beginnen. Intussen heb ik bij het Rode Kruis veel mensen leren kennen waar ik graag mee optrek. Dat is ook mooi meegenomen.

PLUS: *Wat doe je zoal bij het Rode Kruis?*

DIETER: Ik zit op de Rode Kruis-afdeling van Oevel en sinds anderhalf jaar rijd ik met de ziekenwagen in Berlaar en af en toe in Lier. Daar kan je mij dus tegenkomen wanneer je de 100 of tegenwoordig de 112 belt. Dat is nu mijn voornaamste bezigheid, maar af en toe ga ik ook nog helpen in de hulpposten op evenementen. Dat kan gaan van de plaatselijke Chirofuij tot het kinderfestival Yourin of een megafestival als Graspop.

PLUS: *Een vraag die iedereen zich wel zal stellen: hoe is het om met de sirene aan naar het ziekenhuis te racen?*

DIETER: De eerste keer is dat heel spannend. De tweede keer ook nog. Maar het went. Je moet weten dat een ziekenwagen zo'n 3,5 ton weegt. Heel hard rijden we dus meestal niet. Zeker wanneer we de patiënt opgepikt hebben, rijden we eerder voorzichtig. Het heeft geen zin om onnodige risico's te nemen. De patiënt is nog veel slechter af wanneer ik tegen een paal zou knallen. Elke interventie gaat om een mens, maar het gaat niet altijd om een leven redden. Zeker bij de gewone huis-, tuin- en keukenongevallen is het niet nodig om toeren uit te halen. Bij een zware interventie gebeurt het wel eens dat we het gas extra induwen, maar je mag niet denken dat het er aan toegaat zoals in de film. Aan 250 km/uur over de autostrade vlammen doen we niet. Daar kan ik dus ook geen zotte verhalen over vertellen.



naamste drijfveer voor Rode willigers? Mensen helpen.”

PLUS: *Heb je het wel eens moeilijk na een zware interventie?*

DIETER: Dat hangt sterk af van de situatie. Wanneer je iets ingrijpends meemaakt, is het belangrijk dat je daar achteraf met je collega's over kan praten. Dat helpt wel om dingen een plaats te geven. Af en toe wat galgenhumor kan ook helpen. Ik heb uiteraard wel een aantal interventies meegemaakt die ik nooit zal vergeten, maar ik heb er geen trauma's aan overgehouden.

PLUS: *Welke problemen kom je zoal tegen op evenementen?*

DIETER: Dat is heel uiteenlopend. Op een fuif zijn er vaak drank en drugs in het spel. Op het kinderfestival vallen er al eens kinderen uit het springkasteel. Op Graspop staan we op de camping, niet op het festivalterrein zelf. Zo'n camping is een dorp op zich. Daar krijgen we van alles binnen, ook heel alledaagse dingen. Een evenement brengt wel eens welgekomen afwisseling. Op de dienst 100 is het vaak heel druk. Werken op een evenement is veel minder stresserend.

PLUS: *Nooit last van dronken 'patiënten'?*

DIETER: Dat valt wel mee. Als mensen echt agressief zijn, roepen we onze blauwe vrienden. Ik zal nooit mezelf in gevaar brengen. Bij elke interventie volgen we een stappenplan. De allereerste stap is: zorg voor je eigen veiligheid. Als wij zelf gewond raken, kunnen we niemand meer helpen.

PLUS: *Hoeveel tijd steek je in je werk voor het Rode Kruis?*

DIETER: Ik probeer gemiddeld drie à vier keer per maand een 100-shift te doen. Zo'n shift duurt normaal tien tot twaalf uur, maar soms loopt dat wel uit. Ik werk alleen in

het weekend voor het Rode Kruis. Zo is het goed te combineren met mijn job bij Agfa.

PLUS: *Heeft het Rode Kruis nog nood aan nieuwe vrijwilligers?*

DIETER: Ik krijg regelmatig een bericht dat er de volgende nacht of het volgende weekend nog mensen nodig zijn voor een 100-shift. Ook voor bijstand op evenementen komen we eigenlijk altijd volk te kort.

PLUS: *Je krijgt een paar regels om mensen te overtuigen vrijwilliger te worden. Begin maar!*

DIETER: Werken als Rode Kruis-vrijwilliger geeft vooral heel veel voldoening. Je kan echt het verschil maken. Daarnaast is het ook echt tof werk. Ik kan na een dag vrijwilligerswerk nooit zeggen dat ik me niet geamuseerd heb. Zelfs op dagen dat er weinig te doen is, geniet ik van de sfeer onder de collega's. Geen twee dagen zijn dezelfde. Je kan een 100-shift meemaken waarin niks gebeurt, maar voor hetzelfde geld rij je de hele dag van hier naar daar.



Wil je meer informatie over het Rode Kruis-Vlaanderen of denk je er aan om net als Dieter vrijwilliger te worden? Dan kan je terecht op de website van het Rode Kruis-Vlaanderen: www.rodekruis.be/

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.



Plant een boom!

Hét ondernemingsdoel voor de volgende jaren is groei. Dat thema werd op een subtiele wijze ook in het Agfa Mundo feest binnengesmokkeld. Nu ja, subtiel. Het is maar hoe je een boom van zo'n 4,5 meter hoog en 6 meter breed noemt! In elk geval zou het jammer geweest zijn om dit fraaie monument, met op zijn gekleurde Synapsblaadjes de verjaardagswensen en herinneringen

van alle collega's, niet te bewaren. Beslist werd dus om de boom te splitsen in drie nieuwe, kleinere exemplaren. Deze werden eind november als blijvende herinnering aan dit feestjaar van 150 jaar Agfa op de verschillende vestigingen in België 'geplant': Mortsel (in de wintertuin), Heultje en Gent (beide in de eetzaal). Ze kunnen elk voor zich opnieuw voor groei gaan!





Opnieuw een 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 28 februari 2018 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. Let op: de 'ij' telt ook nu weer voor één letter. Succes!

- A Gewapende hond.
- B Schotse straatnaam.
- c Klok die drukte maakt in de Kempen.
- d Gaat niet naar de gevangenis. Is...
- E Aan woorden geen gebrek.
- F Arbeid aan de balie.
- G Oefening voor amfibieën.
- H Het diepste van de nacht.
- I Filosofisch oorlogstuig.
- J God in de keuken.
- K Terreinverantwoordelijke.
- L Beleefd wapen.
- M Leeghoofdig?
- N Pantoffeldiertje.
- o Kind dat geen snoepjes deelt.
- P Dood insect.

A	1	3	10				2				
B	4	10				10	4				
C	5						3				
D	7			1		7			6		
E	9		8		14						
F	4			13	15		2				11
G	11		11			2		2			3
H	5		3								
I	6				15		8	11			
J					8						
K	7					5					
L	12	14				8			12		
M			2	13			6			6	
N	5		8				4			3	
O	9				15		14				2
P	7		14			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 28 februari 2018 per e-mail naar plus@agfa.com, of per binnenpost naar **8933**. Succes!

Laborieus

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

DifficIEL

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

