

3



Agfa gaat voor **Rationeel EnergieGebruik**

Nieuwe HR-organisatie



4

Agfa gaat voor
Rationeel EnergieGebruik



7

Agfa Graphics
vergroot omzet door
overname Pitman



10

Nieuwe HR-organisatie



12

Ecodur membranen op
IFAT 2010



13

Bad Boy(s)!



16

Plus/Minus



18

Door de ogen van
een amazone



21

De koers



22

Het kompas van Agfa
Thais Barbosa



24

Buiten dienst
Marc Van Landeghem

Colofon



nr. 3 – oktober 2010

REDACTIEADRES

Agfa-Gevaert NV – Redactie PLUS
Septestraat 27 – 2640 Mortsel
Tel. 03 444 89 30
e-mail: plus@agfa.com
www.agfa.com/plus

HOOFDREDACTEUR

Johan Jacobs (8015)

REDACTIESECRETARIAAT

Maria Dom (8933)

FOTOGRAFIE

Johan Jacobs, Agfa Photo Library
Jan Van Deuren, Geerhard Joos

WERKTEN MEE AAN DIT NUMMER

Ben Arickx, Thais Barbosa, Birgitte Baten,
Betty Broothaers, Ilse Joosen, Viviane Michels,
Els Neyrinck, August Horrevorst, Stephan Thys,
Guy Vandecraen, Hans Vandenbulcke,
Marc Van Landeghem

VORMGEVING, PREPRESS EN COÖRDINATIE

www.magelaan.be

DRUK

Artoos Communicatiegroep, Kampenhout
Gedrukt op Satimat Green 135 gr.,
FSC mixed sources gecertificeerd



VERANTWOORDELIJK UITGEVER

Pierre De Boeck – Durmelaan 5 – 2830 Willebroek



Beste collega,

Na een moeilijke periode van economische recessie vertoont de grafische markt in 2010 duidelijke tekenen van herstel. Vergeleken met 2009 verbeterde de omzet van Agfa Graphics in het eerste halfjaar met bijna 15%, terwijl de verhouding tussen omzet en winst, de brutowinstmarge, tot 31,9% steeg. De verkoop- en algemene beheerskosten doken onder de grens van de 20% en de EBIT verviervoudigde bijna tot 46,1 miljoen euro (11,8% van de omzet). Dit zijn zeer goede en vooral hoopvolle cijfers voor de toekomst.

Het eerste halfjaar was ook een goedgevuld jaar. Zo stonden er twee internationale vakbeurzen op het programma. Over het succes op IpeX, eind mei in Birmingham, kon u in de vorige editie van PLUS al lezen. Een maand later toonden we de wereld op Fespa in München onze inkjettechnologie, en meer in het bijzonder onze portfolio grootformaatprinters die door de recente overname van Gandi Innovations sterk uitgebreid werd. Agfa Graphics is ervan overtuigd dat inkjet op termijn heel wat bestaande druktechnologieën zal vervangen. We zien deze verschuiving nu al op het vlak van zeefdruk. In Australië verkochten we onlangs een tweede M-Press Tiger aan dezelfde zeefdrukker die slechts vijf maanden eerder zijn eerste pers had gekocht. Eén ding is zeker: Agfa Graphics staat met zijn inkjettechnologie duidelijk op de industrieradar.

In de voorbije maanden investeerden we ook in nieuwe markten. Onze joint venture in China, die op 1 september officieel van start ging, schraagt onze groeiestrategie in wat snel de grootste economie ter wereld zal worden. Ook daarover kon u al meer lezen in het vorige PLUS-nummer. In de Verenigde Staten rondde we begin augustus onze overname van Pitman Company af, de grootste verdeler van producten voor drukwerkvoorbereiding en druk in Noord-Amerika.

De integratie in ons bedrijf van deze icoon van de grafische industrie zal leiden tot een forse omzetsijging, een grotere diversificatie van ons productgamma en een verbeterde distributie van onze goederen. Meer hierover leest u verder in dit nummer.

Agfa Graphics ziet de komende jaren met vertrouwen tegemoet. We blijven de vruchten plukken van onze filmbusiness, een markt waarin we sinds het uittreden van Konica en Kodak de belangrijkste speler geworden zijn. Terwijl onze vernieuwende computer-to-plate-oplossingen de drukvoorbereidingsfase nog efficiënter en duurzamer zullen maken, zetten we ook de investeringen in inkjet verder, zowel in drukpersen voor verpakkingen en labels als in grootformaatssystemen voor uithangborden, *point of sales*-materiaal en billboards. Tot slot werken we verder aan de ontwikkeling van software die alle delen van het drukproces beheert en met elkaar verbindt.

Agfa Graphics gelooft zeer sterk in de *Power of Print* (de Kracht van Drukwerk). Niettegenstaande de revolutie in verschillende elektronische media zal drukwerk een krachtig en handig communicatie-instrument met toegevoegde waarde blijven. Ik ben er dan ook van overtuigd dat Agfa Graphics een mooie toekomst te wachten staat.

Met vriendelijke groeten,
Stefaan Vanhooren

Rationeel EnergieGebruik

Minder energie verbruiken is de beste vorm van groene energie!

In het najaar start de dienst Energieën met een bewustmakingscampagne rond rationeel energiegebruik. Het doel van de campagne is om ieder van ons aan het denken te zetten over hoe we de beschikbare energie best gebruiken. Te lang was energie een vanzelfsprekend iets waar nonchalant mee omgesprongen werd. Tegenwoordig weten we beter.

Energie is een schaars goed geworden, één dat bovendien steeds duurder betaald wordt. Alle initiatieven om het traditionele (verspillende) patroon van ons energieverbruik te doorbreken zijn dus meer dan welkom. Het zijn trouwens niet alleen de volgende generaties, onze kinderen, die er baat bij zullen hebben. Ook onze eigen portemonnee, zowel die van u als die van het bedrijf, zullen er wel bij varen. Een win-winsituatie heet dat.



Even voorstellen: REGgie Megawatt, mascotte van de Rationeel EnergieGebruik-campagne.

Wist u dat in de periode tussen Kerstmis en nieuwjaar onze hoofdzetel in Mortsel tot twee jaar geleden continu 20 megawatt warmte verbruikte? Dat is evenveel als het verbruik van 2.000 doorsnee gezinnen in eenzelfde periode. Nochtans werd er deze periode niet of nauwelijks geproduceerd en waren de kantoren voor meer dan 90% onbemand. Vorig jaar kon het verbruik door allerlei ingrepen in de productie reeds teruggeschoefd worden tot 14 megawatt. Dit jaar willen we nog beter doen en hopen door de bewustmakingsactie het verbruik nog eens met enkele megawatt te verminderen. En niet alleen in de kerstperiode uiteraard. Want de energiebesparende maatregelen die we u zullen voorstellen kunnen uiteraard het hele jaar door worden gebruikt. U kan ze bovendien ook thuis toepassen, zodat het effect nog vergroot.



Agfa wekt sinds enkele jaren een groot deel van zijn eigen elektriciteit op met behulp van een moderne warmtekrachtkoppelinginstallatie. In 2011 zal een tweede, gelijkaardige installatie ingebruik worden genomen.

Tot en met de DikkeTruienDag op 16 februari 2011, zullen we u met allerlei informatie bestoken via PLUS, Info NV, intranet, affiches,... In de campagne zal er gefocust worden op het 8-puntenprogramma waarmee we heel wat onnodig energieverbruik kunnen vermijden. We gaan ook effectief meten wat het ons opbrengt. Verder gaan we een aantal handige energiemeters ter beschikking stellen waarmee u op uw arbeidsplek of

thuis kan nameten hoeveel energie er verloren gaat door toestellen die nodeloos blijven aanstaan, volledig of in stand-by modus. Aan de hand van die metingen kan u dan de nodige maatregelen nemen. Meten is weten!

Sensibiliseren en informeren is één ding. Anderzijds zal de onderneming zoals de voorbije jaren verder blijven investeren in energiebesparing. Zo zal er begin volgend jaar een tweede warmtekrachtkoppelinginstallatie worden geplaatst. Hierdoor zal Agfa in Mortsel voortaan zelf in 80% van zijn elektriciteitsbehoefte kunnen voorzien.

Heel wat plannen dus, en er kunnen er nog bijkomen. Ook u kunt immers uw steentje bijdragen. Centraal in de campagne staat het meldnummer **2121**.

Op dit nummer kan u technische problemen en energie-onvriendelijke toestanden melden.

Tot slot laten we Luc Delagaye, CEO Agfa Materials en pater van de campagne, aan het woord: "Bewust omgaan met energie wint elke dag aan belang. Om de energiebehoefte van de komende generaties veilig te stellen moeten we vandaag actie ondernemen door spaarzaam om te gaan met energie en door te blijven investeren in alternatieve bronnen. Elke inspanning om minder energie te verbruiken helpt ons een stap verder om deze doelstelling te realiseren. Dat geldt evengoed voor de industrie als voor de huishoudens. Ik hoop dan ook van harte dat ieder van ons zich voor het welslagen van deze campagne zal inzetten. Alleen zo kunnen we een verschil maken!"



2121 is het centrale meldnummer voor technische problemen en energie-onvriendelijke toestanden. Zijn er lokalen die niet meer gebruikt worden, dan kan je dit via dit nummer melden.

De energietoevoer voor dit lokaal kan dan op het minimum worden geplaatst. Merk je ergens een water- of een persluchtlek? 2121 is het meldpunt.

Een kraan die tien druppels water per minuut lekt, verspilt 5 tot 6 liter water per dag. Dat zijn twintig baden per jaar. Een toilet dat een kwart liter water per minuut verliest, verspilt dagelijks 360 liter water.

Het melden waard, lijkt ons.



Energie besparen doe je zo

1. Laat toestellen niet in stand-by staan, maar schakel ze volledig uit. Een gemiddelde kantoreenheid in stand-by verbruikt 20 euro elektriciteit per jaar. Maal 1.500 kantoreenheden maakt dat 30.000 euro per jaar.
2. Doof de lichten wanneer er niemand meer in de kantoorruimte is. Zeker 's avonds, maar ook overdag kan je dit doen. Na afloop van een vergadering 's morgens wordt het vergaderlokaal de rest van de dag vaak niet meer gebruikt.
3. Gebruik de zonnewering (indien aanwezig) om een ruimte koel te houden in de zomer. In de winter kan je ze openhouden om de ruimte op natuurlijke wijze te verwarmen.
4. Laat de airco niet te hard koelen. Het verschil tussen binnen- en buitentemperatuur bedraagt best niet meer dan 5 °C. De kostprijs voor koelen is driemaal hoger dan die voor verwarmen.
5. Zet de thermostatische kraan van de randverwarming in de winter niet hoger dan 3. Dit komt ongeveer overeen met 21 °C. Zet je de verwarming hoger, dan zal de koeling onnodig opstarten om de temperatuur te verlagen.
6. Meld water- en persluchtlekken en de leegstand van lokalen via het nummer 2121. Zie kadertekstje op de vorige pagina.
7. Hou ramen en deuren zo veel mogelijk gesloten om warmteverlies te vermijden. Is het te warm zet dan eerder de deur van de gang open. Is er tijdens een vergadering te weinig verse lucht in een lokaal, zet het raam dan op een kier tijdens de vergadering. Achteraf ventileren als niemand nog aanwezig is, heeft geen zin.
8. Gebruik indien mogelijk de trap in plaats van de lift. Goed voor de gezondheid en weer wat minder (elektrische) energie verbruikt.





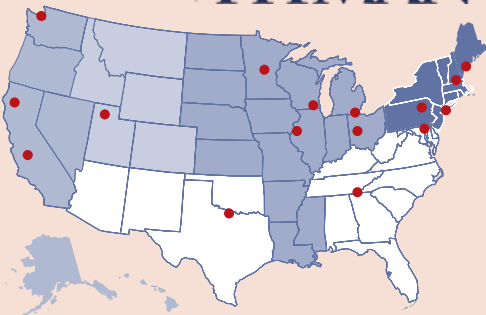

Agfa Graphics

vergroot aanbod en verdubbelt omzet in de Verenigde Staten met overname Pitman

Begin augustus ronden Agfa Graphics de overname van Pitman Company USA af. Door de overname van deze toonaangevende leverancier van producten en systemen voor drukvoorbereiding, industriële inkjet, drukpersen en verpakkingsdruk, versterkt Agfa Graphics zijn positie in de groeiende Amerikaanse drukindustrie.

De overname stelt Agfa Graphics in staat om zijn omzet in de VS te doen stijgen tot ongeveer 500 miljoen dollar. Aan de Agfa-portfolio worden verschillende nieuwe productlijnen toegevoegd. Voorbeelden hiervan zijn oplossingen voor de verpakkingsindustrie zoals flexografische drukplaten, inkt en media, en producten voor de drukpersen zoals inkt, rubberdoeken en chemie. Ook het industriële inkjet-aanbod wordt aangevuld met een groot assortiment media, nieuwe inkt en grootformaat-printsysteem. Al deze producten worden gemaakt door topproducenten: Esko Graphics, 3M, Du Pont, SunChemical,...





Profiel

Pitman Company USA werd in 1907 in Chicago opgericht door Harold M. Pitman. De onderneming is gevestigd in Totowa, New Jersey (VS) en telt ongeveer 500 medewerkers verspreid over 16 locaties in de VS. Agfa Graphics en Pitman waren al meer dan vijftig jaar strategische partners. Pitman opereert nu als een volledige divisie van Agfa Corporation, de Amerikaanse dochteronderneming van Agfa Graphics.

Agfa Graphics staat sterker in de VS

De Morgen

Agfa Graphics verdubbelt in omvang in de VS

Het Laatste Nieuws

Agfa Graphics versterkt positie in de VS

De Tijd

“Agfa betaalt zowat viermaal de bedrijfswinst die Pitman zal bijdragen. Dat maakt deze deal erg aantrekkelijk.”

Bank Degroof

“Agfa creëert een unieke kans om zijn inkjetprinters te verdelen in de VS.”

Bank Degroof

“Belangrijke versterking van distributie voor een goede prijs.”

Petercam

Door Pitman's sterke distributienetwerk, grote klantenbestand en kennis van de industrie enerzijds en de uitgebreide productportefolio anderzijds, krijgt Agfa Graphics onmiddellijke groeimogelijkheden. De markt die het nu zal kunnen bereiken, is substantieel groter. “Een van de belangrijkste beweegredenen voor deze beslissing was het feit dat we een unieke mogelijkheid hebben om onze inkjetactiviteiten aanzienlijk te doen groeien”, zegt Stefaan Vanhooren, President Agfa Graphics. “Net zoals bij de joint venture met Shenzhen Brothers in China voegen we ook hier onze toptechnologie samen met de distributie-expertise van een toonaangevende lokale speler. Dit zal ons in staat stellen om sneller en dieper in deze grote groeimarkten door te dringen.”

In de toekomst zal Agfa Graphics een ware *one stop shop* zijn voor zijn Amerikaanse klanten, met totaaloplossingen die het volledige drukproces beslaan. Daarenboven zullen er door de overname meer kansen zijn om partnerships aan te gaan met andere topproducenten.

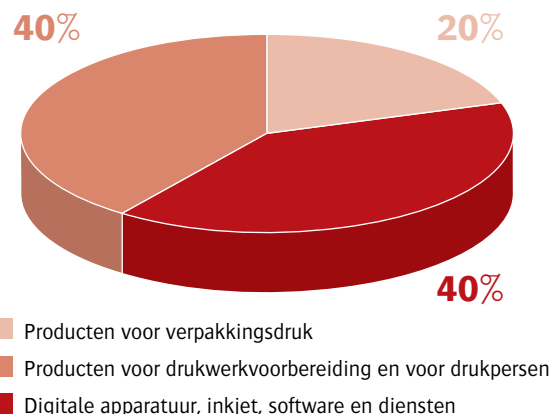
En er is nog meer. Ook de toegevoegde expertise van Pitman en hun ervaring met internetverkoop zullen de omzet ten goede komen. Daarenboven zal Agfa Graphics dankzij deze strategische zet minder afhankelijk worden van de grondstofprijzenevolentie.



De cijfers

- ◇ Met deze overname drijft Agfa Graphics zijn omzet in de VS op tot circa 500 miljoen dollar. Het wordt daarmee een van de grootste grafische spelers in de VS.
- ◇ De totale markt waarin we actief zullen zijn, verviervoudigt.
- ◇ Verwacht wordt dat de EBIT-marge van de overgenomen activiteiten overeen zal komen met de globale doelstelling van 7% van Agfa Graphics.

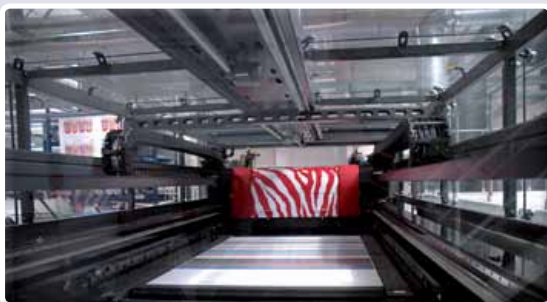
Agfa Graphics' productaanbod in de VS na de overname



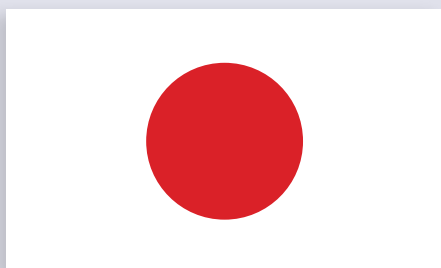
5 is het aantal maanden tussen de installatie van een eerste :M-Press Tiger en de aankoop van een tweede machine door de Australische onderneming StylePrint.

“Sinds we de :M-Press Tiger in huis haalden, vinden klanten de kwaliteit zo goed en is bijgevolg de vraag naar opdrachten zo gestegen dat we een tweede pers nodig hadden”, aldus Andrew Woodhouse, hoofd productie bij StylePrint. “Onze klanten vragen specifiek naar ‘Tiger Prints’!”

De :M-Press Tiger kan tot 700 m² per uur drukken op



substraten tot 10 mm dikte. Het beschikbare kleurengamma overtreft dat van een offsetpers. Ook variabele data drukken is mogelijk. “De :M-Press Tiger is de eerste echte productiemachine die de brug tussen snelheid en kwaliteit dicht. De printer is zuinig en biedt een onklopbare kwaliteit”, zegt Michael Woodhouse, mede-eigenaar van StylePrint.



Big in Japan

Onlangs stapten een aantal Fuji- en Kodak-klanten in Japan over naar de 8-up plaatbelichters van Agfa Graphics. Yoshiday Printing, de grootste gebruiker van de Pro-T-drukplaten van Fuji in Japan (en mogelijk in de wereld) en bovendien een van Fuji's referentiesites in Japan, schakelde onlangs volledig over op :Azura TS-drukplaten. Nichidai Printing, drukkerij van voornamelijk juridische boeken en documenten, Presstec, een drukker van krantenbijlages en direct mailings, en Takeuchi Printing uit Tokyo volgden hetzelfde pad. Allen kozen voor :Azura TS omwille van de ecologische voordelen.

Uitgebreide inkjetportfolio doet het goed op Fespa

Fespa, de jaarlijkse toonaangevende vakbeurs voor zeefdruk en digitale druk, vond dit jaar plaats van 22 tot 26 juni in München. Voor Agfa Graphics was dit dé plaats bij uitstek om zijn indrukwekkende gamma nieuwe inkjetproducten te tonen, inclusief de :Anapurna 2500 LED, de :Anapurna 2050 en de nieuwe :Jeti 1224 HDC (de snelste in zijn gamma, met Agfa Graphics-inkten) en de :Jeti AquaJet, die direct op textiel kan drukken.

Fespa zette Agfa Graphics' uitgebreide inkjetbusiness stevig op de kaart. Er kwamen zeer veel geïnteresseerden een kijkje nemen, en de beurs werd afgesloten met 47 verkoopdeals en nog veel meer nieuwe prospects. De :Anapurna Mw bleef de best verkopende printer, maar ook de bovengenoemde printers deden het goed.



:Dotrix bekroond voor technologische innovatie

Agfa's industriële inkjetpers :Dotrix was een van de winnaars van de Chinese “Ringier Technology Innovation Awards 2010” voor de verpakkingindustrie. Ringier Trade Media Ltd, een in Hong Kong gebaseerde dochter van het toonaangevend Zwitserse media-bedrijf Ringier AG, lanceerde de Industry Innovation Awards in 2005 als een eerbetoon aan bedrijven in sleutelindustriën zoals voeding & drank, verpakking, plastic en metaalbewerking. Het doel van de Awards is het erkennen van bedrijven die de aanzienlijkste bijdragen leveren aan de verdere groei van de industrie door een toename in productiviteit, economische efficiëntie, het creëren van nieuwe mogelijkheden in de markt of het verbeteren van productieprocessen. Sinds de lancering vijf jaar geleden worden de bekroningen gezien als een van de meest invloedrijke in China.

De uitreikingceremonie werd gehouden op 14 juli in Sjanghai. Ronald Lai, Sales Director Industrial Inkjet voor Agfa Graphics in China, nam de prijs in ontvangst.

Half september kon u in een interne mededeling lezen dat de verschillende Human Resources-afdelingen samengebracht worden in één Global Shared Service. Dit gebeurt in het kader van het zoeken naar meer synergie in een aantal gelijklopende activiteitsgebieden van de businessgroepen. Deze nieuwe, groepsoverkoepelende personeelsafdeling wordt sinds 1 oktober geleid door Bert Lyssens. Voor de collega's van HealthCare is hij geen onbekende. De collega's van Graphics kennen hem misschien nog van zijn rol in het Graphics HR team ongeveer drie jaar geleden. Maar ook de collega's van Materials zijn ongetwijfeld benieuwd wie de nieuwe vice-president HR is.

'HR moet én efficiënt én dicht bij de businessgroepen kunnen werken'

PLUS: Een korte eerste vraag: wie is Bert Lyssens?

BERT LYSENS: Ik ben 41 jaar en ik heb psychologie gestudeerd. Na mijn studies heb ik altijd in een HR-omgeving gewerkt. Eerst deed ik de recruitering voor een headhunter. Daarna heb ik voor een aantal andere bedrijven, zoals CIMAD Consultants, IBM en AT&T, verschillende HR management functies gehad. Eerst op Belgisch niveau, later voor de Benelux en vervolgens voor heel Europa. Een van mijn opdrachten bij AT&T was trouwens het opzetten van een shared service center voor HR in Europa. Dit heeft me in elk geval vertrouwd gemaakt met een aantal basis HR-processen en hoe deze efficiënter te laten verlopen in een internationale context.

PLUS: Hoe bent u uiteindelijk bij Agfa aanbeland?

BERT LYSENS: Een zestal jaar geleden werd ik door de toenmalige HR-directeur Jan Van Acoleyen aangetrokken voor de functie van HR-directeur Europa. Dat was nog voor er sprake was van de opsplitsing van het bedrijf. In het scenario van de splitsing werd ik dan toegevoegd aan Graphics, waar ik in eerste instantie mijn rol voor Europa verder zette. Ik combineerde dit met

het leiden van het HR Process Office, dat zich bezig hield met een aantal internationale HR-tools en -processen zoals OCR. Daarna werd ik tevens de verantwoordelijke voor de andere regio's buiten Europa, met uitzondering van het hoofdkwartier. Uiteindelijk werd ik ongeveer drie jaar geleden aangetrokken in het vernieuwde managementteam van Christian Reinaudo als vice president HR HealthCare.

PLUS: Terug nu naar het samenbrengen van de verschillende HR-afdelingen. Waarom?

BERT LYSENS: Er zijn eigenlijk twee redenen. Ten eerste is een volledige splitsing van de onderneming niet langer aan de orde. In de tweede plaats willen we groeien als bedrijf. Hiervoor moeten we onze winstgevendheid kunnen verbeteren. Als we rendabel zijn, kunnen we immers meer investeren in onze toekomst. De HR-afdelingen werken vrij onafhankelijk van elkaar. Er zijn dus ongetwijfeld een aantal synergieën, gelijklopende activiteiten, die we efficiënter zullen kunnen organiseren. Efficiënter op het operationele vlak en op het vlak van de kosten.



Bert Lyssens: "In de drie businessgroepen zijn er heel wat gelijklopende activiteiten. Die gaan we samenbrengen en optimaliseren. Anderzijds zien we dat door de opsplitsing van de HR-afdelingen, deze diensten nu veel dichterbij de businessgroepen staan. Dat moeten we ook in de nieuwe organisatie kunnen behouden."

PLUS: *In de interne mededeling was er sprake van het vinden van een maximum aan synergie en het uitrollen van 'best practices'. Kan u een voorbeeld geven van wat hier juist mee bedoeld wordt?*

BERT LYSENS: Wel, als je bijvoorbeeld naar een aantal operationele activiteiten kijkt, zoals loonverwerking, administratie of recruitering, dan zie je dat die eigenlijk grotendeels gelijklopen. Dit soort van activiteiten gaan we samenbrengen en optimaliseren. Anderzijds zien we dat door de opsplitsing van de HR-afdelingen, deze diensten nu veel dichterbij de businessgroepen staan. Dat moeten we ook in de nieuwe organisatie kunnen behouden. Zo zijn er een aantal programma's ontwikkeld, bijvoorbeeld op het vlak van leidinggeven of op het vlak van opleiding en loopbaanontwikkeling, die hun deugdelijkheid hebben bewezen. Het zou dus niet verstandig zijn om die verworven kennis niet te gebruiken voor de rest van de Groep.

PLUS: *Zullen de verschillende afdelingen ook fysiek opnieuw één geheel vormen. Met andere woorden, komt er één centrale HR-locatie?*

BERT LYSENS: Het feit dat HR in de businessgroepen werd ondergebracht heeft duidelijke voordelen gehad. Anderzijds zullen er door de synergieën wel zeer bepaalde activiteiten zijn waarvoor een nauwere samenwerking nodig kan zijn. Voor België zullen we zoveel mogelijk trachten het nieuwe team terug zo veel mogelijk samen te brengen in Mortsel. Internationaal bekeken zijn er niet zo veel activiteiten die kunnen gecentraliseerd worden.

PLUS: *Zal dit programma naast kostenbesparingen ook gevolgen hebben voor de betrokken medewerkers?*

BERT LYSENS: Er zijn drie soorten van kostenbesparingen in dit programma. Zo zijn er de middelgrote Agfa-landen waar je een afzonderlijke HR-manager hebt voor HealthCare en voor Graphics. Daar zullen we deze twee functies samenbrengen. Dit is grotendeels al gebeurd met de aankondiging van de nieuwe organisatie. Ten tweede zullen er door het samenbrengen van een aantal activiteiten ook op de langere termijn, eens die activiteiten volledig geïntegreerd zijn, nog enkele banen kunnen verdwijnen. Tot slot zal er ook op het vlak van de 'tools' die we nu gebruiken heel wat bespaard kunnen worden. Waar we in het verleden voor heel wat zaken met twee of drie leveranciers werkten, zullen we dat voortaan met één leverancier kunnen doen.

PLUS: *Wat zijn de eerste stappen die u gaat ondernemen?*

BERT LYSENS: We hebben de structuur voor de nieuwe HR-organisatie uitgetekend, dat is het eenvoudigste deel van de job. Nu zullen we heel wat tijd en energie moeten steken in het tot stand brengen van de nieuwe samenwerking. Dat is niet eenvoudig, want we werken over de grenzen met verschillende nationaliteiten en culturen. Hieruit moeten we een global team kunnen vormen. En waar de afdelingen nu nog erg businessgroep-gericht zijn, zullen ze nu een shared service-mentaliteit moeten aannemen. Ook daar moeten we zorgen dat een hechte samenwerking snel tot stand komt. Een van de eerste prioriteiten wordt het opstellen van een gemeenschappelijke HR-agenda voor de komende maanden en dit samen met de Exco's van de verschillende businessgroepen.



Voor de collega's die op Gevaert 2 werken is hij al lang geen onbekende meer, maar ook als u op straat voorbij de ingang loopt kan u de blauwe container omringd door zandzakjes goed zien staan. Misschien heeft u uw nieuwsgierigheid nog niet kunnen bevredigen en vraagt u zich nog steeds af wat dit allemaal te betekenen heeft.



Ecodur membranen voorgesteld op IFAT 2010

Het antwoord is eenvoudig: de blauwe container is een industriële MBR-proefopstelling voor Agfa-membranen. MBR staat hier voor Membrane BioReactor. Met deze opstelling testen en verbeteren we de prestaties van Agfa's membraanmodules in de behandeling van industrieel vervuild water. De containeropstelling op Gevaert 2 staat model voor de nieuwe, in opbouw zijnde waterzuiveringsinstallatie op Gevaert 5.

Het behandelen van het industrieel vervuild water door de MBR-technologie biedt twee voordelen. Enerzijds kunnen we de recuperatie van het zilver in het afvalwater maximaliseren. Anderzijds kan het gezuiverde water opnieuw in het eigen productieproces worden gebruikt.



De door Agfa in Mortsel ontwikkelde Ecodur-membranen werden inmiddels voor het eerst aan de vakmensen voorgesteld op de IFAT 2010 beurs in München. Op de stand was er heel wat interesse voor de module die in samenwerking met A3 werd ontwikkeld. Eén module kan 58 van onze membraanplaten, goed voor een oppervlakte van 80 m², bevatten. Hiermee kan 25 m³ water per dag worden verwerkt.

ECODUR





Bad Boy(s)!

Agfa's Bad Boys van dienst: v.l.n.r. collega's Louis Thys, Jan Venneman en Eddy Michiels.

Eind juni was de vestiging in Mortsel het toneel van een regelrechte ramp wanneer een doorgedraaide man niet alleen Luc Delagaye, President Agfa Materials, had gegijzeld, maar nadien ook nog verschillende explosieven op Gevaert 5 tot ontploffing had gebracht. Dat was in twee lijnen het scenario van de grootschalige rampenplanoefening, Bad Boy, die toen door provincie, defensie, volksgezondheid, de stad Mortsel, politie, rode kruis en brandweer samen met het crisiscoördinatieteam van Agfa werd uitgevoerd.

Technology Center, hebben intensief meegewerkt aan de voorbereiding en het uitschrijven van het rampen-scenario. Dat is geen sinecure, want alles moet tot in de puntjes kloppen. Hun jarenlange Agfa-ervaring op dit vlak bleek ook nu weer een absolute meerwaarde. Onze collega's verwerkten in het scenario o.m. een brand in onze productie-installaties en een belangrijk milieu-incident, veroorzaakt door de explosies. Dit bood Agfa de kans om de eigen noodplannen en de samenwerking met de overheidsdiensten grondig te testen. Voor Jan Venneman was in het verhaal de echte hoofdrol weggelegd: met zijn legeropleiding als paracommando kon hij een overtuigende Bad Boy neerzetten.



Het betrof hier dan wel een 'zandbakoefening' – de verschillende acties werden dus niet echt op het terrein nagespeeld – toch was dit door de inschakeling van zowat alle mogelijke overheidsdiensten een vrij realistische test. Alle betrokken partijen hadden een waslijst van doelstellingen waarbij de communicatie, intern en tussen de verschillende partijen, en de snelheid en efficiëntie van handelen centraal stonden.

Collega's Eddy Michiels, manager zorgsystemen, preventie en milieu, Louis Thys, leider interventiedienst, en Jan Venneman, onderzoeksleider in het Materials



Agfa-Labs laat R&D renderen



Innovatie is uiterst belangrijk voor ondernemingen die willen blijven groeien, maar anderzijds is het ook een zeer kostelijke zaak. Daarom dat bedrijven vaak partnerships aangaan met universiteiten of onderzoekcentra. Een onderneming kan echter evenzeer als partner optreden en zo zijn eigen expertise laten renderen. Dat is de achterliggende gedachte van het open innovatieplatform voor materiaalonderzoek Agfa-Labs. Via dit platform biedt Agfa zijn onderzoek- en proces-expertise aan op het vlak van:

- ◇ de ontwikkeling van functionele chemische bouwstenen,
- ◇ de formulering ervan tot dispersies, inkten of gietoplossingen, en
- ◇ het aanbrengen (via giet- of druktechnieken) hiervan op geschikte substrata (roll-to-roll) voor de realisatie van nieuwe multifunctionele materialen.

Meer info vindt u op www.agfa-labs.com

Violen voor het goede doel

De ABN-personeelsvereniging steunt de Palliatieve Hulpverlening Antwerpen en Mechelen door haar schouders te zetten onder het unieke concert Stars of the Violin.

Op dinsdag 7 december 2010 om 20 uur speelt het Orkest der Lage Landen samen met drie solisten van wereldklasse, onder de leiding van Walter Proost in de Blauwe zaal van deSingel in Antwerpen.



Het programma:

Violconcerto nr. 5 in a, Op. 37 van Henri Vieuxtemps (solist: Andrea Obiso)

Violconcerto nr. 1 in D, Op. 6 van Niccolò Paganini (soliste: Kyoko Yonemoto)

Violconcerto nr. 1 in g met van Max Bruch (solist: Boris Belkin)

Presentatie: Katelijne Boon – Radio Klara & Koningin Elisabeth-wedstrijd.

Meer info over hoe u kaarten kan bestellen vindt u op de website van ABC

<http://abcvzw.be>

op de pagina ABN Lion club

of via e-mail maesronald@telenet.be

75

Op de zomeravond van 27 juni 1935 zaten 6 personeelsleden van het toenmalige Gevaert Photoproducten op het terras van een café op het gemeenteplein van Mortsel over hun hobby film te praten. Ze besloten in clubverband hun krachten en kennis te bundelen en de club te noemen naar de pas (op 2 februari 1935) overleden stichter van de firma Lieven Gevaert. Dit jaar viert de Koninklijke Cinéclub Lieven Gevaert bijgevolg haar 75-jarig bestaan. Daarmee is het meteen de oudste cineclub van België. Behalve heel wat feestactiviteiten binnen de club werd op zaterdag 2 oktober een opendeur in het clublokaal gehouden.

Op woensdag 13 oktober werd de club ontvangen voor een officiële huldiging op het stadhuis van Mortsel.



Wil je meer weten over de film- en video-activiteiten van de club, surf dan naar

<http://users.skynet.be/bk343304/kclg/>

Racen voor je job, Wat levert het op?

LA PLUS HAUTE TECHNOLOGIE ANTI CRASH? ROULER CALMEMENT.

JULIEN DE WILDE
PRÉSIDENT DU CONSEIL D'ADMINISTRATION
AGFA GEVAERT



FONCER VERS SON TRAVAIL
QU'EST-CE QU'ON Y GAGNE ?



Het Belgisch Instituut voor de Verkeersveiligheid voerde in het voorjaar een opgemerkte campagne tegen overdreven snelheid in het verkeer. Het instituut werkte hierbij samen met een aantal grote bedrijven en schakelde ook de CEO's of de Voorzitters van de Raad van Bestuur van die bedrijven in.

Voorzitter Julien De Wilde verleende graag zijn medewerking. Hij prijkte dan ook op een van de vele affiches langs de autosnelwegen in het voorjaar. Het BIVV besliste echter om een of ander reden om van de Agfa-affiche alleen een Franstalige versie te maken. De kans dat u de affiche echt gezien heeft is dan ook niet zo heel groot. Daarom drukken we de affiche graag nog eens af in PLUS. Vrij vertaald klinkt de slogan: 'De beste spits technologie om ongelukken te vermijden? Rustig rijden!'

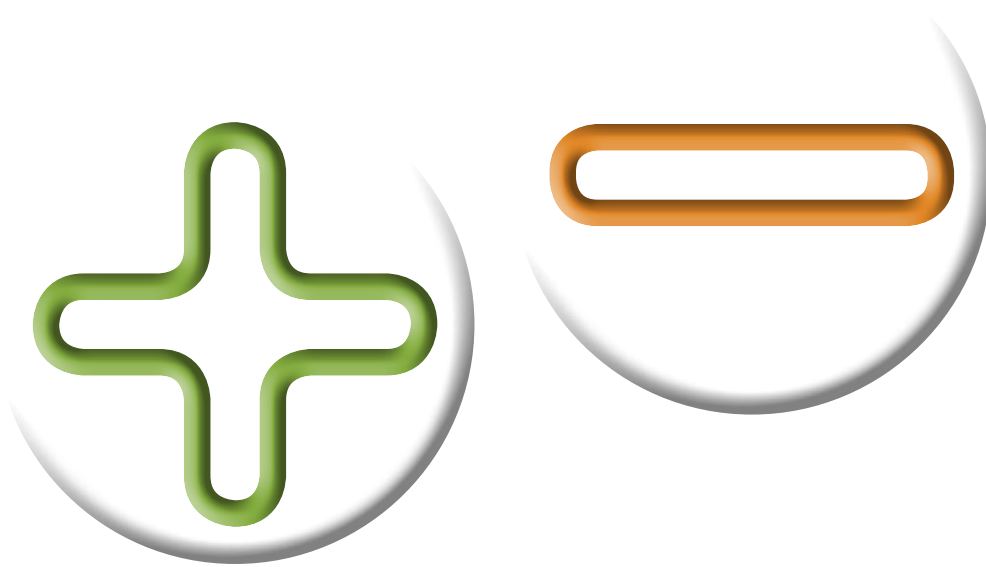
Gelijktijdig met de affichecampagne liepen ook een aantal spotjes op de radio. Van het Agfa-spotje was wel een Nederlandse versie. De tekst luidde als volgt. "Agfa-Gevaert heeft een techniek ontwikkeld waardoor auto's minder vaak geflitst worden. De techniek is eenvoudig en zeer veilig en heet: rustig rijden. Samen met het BIVV strijden bedrijven tegen te hard rijden. Want racen voor je job, wat levert het op?"

Wist je dat...

- ◇ Eén op twee arbeidsongevallen verkeersongevallen zijn?
- ◇ Overdreven snelheid jaarlijks 300 dodelijke ongevallen veroorzaakt?
- ◇ Eén dodelijk ongeval op drie te wijten is aan een overdreven snelheid?
- ◇ 20 km/u sneller rijden tussen Oostende en Brussel u slechts 7 minuten 'tijdswinst' oplevert?
- ◇ Bestuurders die voor beroepsdoeleinden rijden de toegelaten snelheid het vaakst overschrijden?
- ◇ En dat terwijl ze 50% meer kans hebben op een verkeersongeval!
- ◇ Je aan 80 km/u al 20 keer meer risico loopt om bij een ongeval om het leven te komen dan aan 30 km/u?

Voor meer info over dit onderwerp en de campagnespotjes kan u terecht op www.roadsafetyatwork.be





Plus/Minus

In deze rubriek vragen we naar uw mening over een bepaald, meestal actueel, onderwerp. Dat onderwerp zal vaak in de arbeids sfeer te vinden zijn, maar een noodzaak is dat niet. Heeft u een mening over het onderwerp dat we aansnijden, dan willen we die graag horen. Schrijf ze neer in maximum 300 woorden en stuur ze ons via e-mail naar plus@agfa.com of via de fabriekspost naar PLUS-8015. De redactie zal dan een selectie maken van twee (of meer) standpunten die elkaar misschien tegenspreken, misschien ook aanvullen, maar die in elk geval interessant genoeg zijn om met de andere lezers te delen.

Eind januari lazen we in de kranten het toch wel vreemde nieuws dat sinds de invoering van de ecocheques in 2009, nauwelijks 10% van de 1,1 miljoen Belgen die ze ontvingen er daadwerkelijk iets mee gekocht had. Hebben de Belgen geld te veel? Of zijn ze slordig en hebben ze hun cheques verloren? We weten het niet. Misschien wordt het allemaal wat veel om volgen: maaltijdcheques, sport- en cultuurcheques, ecocheques,...

We vroegen u dan ook wat u van het toekennen van al die verschillende vormen van cheques vindt. Maakt het u niet uit of vindt u in tegendeel dat het uw keuzemogelijkheden beperkt? Heeft u bepaalde cheques niet gebruikt? Of vindt u het een goede manier om bepaalde zaken – zoals sport, cultuur, ecologie – te promoten?

Voor het volgende nummer wil PLUS graag weten of u een of andere e-reader of iPad heeft waarop u boeken of kranten leest. Of vindt u eerder dat er niets boven de gedrukte papieren versie gaat? Gaan e-readers de natuur redden of zullen ze integendeel de omzet van Graphics negatief beïnvloeden?

Laat ons uw mening weten! Stuur ze in op de hierboven beschreven manier en misschien wordt uw standpunt wel gepubliceerd. De gepubliceerde opinies worden alvast beloond met 2 bioscooptickets.

plus@agfa.com



HANS VANDENBULCKE, hoofdkeurder procescontrole bij Agfa Materials, is geen voorstander van het toekennen van de verschillende soorten cheques:

“Ik vind ze een verkapte vorm van loonsverhoging die echter niet meegerekend wordt in de verloning, zowel op het vlak van maandloon, vakantiegeld, premies en/of pensioenopbouw. Anderzijds begrijp ik niet dat zoveel mensen de cheques niet gebruiken. Ik heb er wel wat tijd moeten insteken om uit te vissen waar en waarvoor ik ze kon gebruiken, maar ik heb ze wel opgebruikt. Het is uiteindelijk geld nietwaar?”

Feit is wel dat de verschillende cheques meestal bij de handelaars om de hoek niet kunnen gebruikt worden omdat de administratieve rompslomp te veel tijd zou vergen voor deze handelaars. De grote grootwarenhuizen of de doe-het-zelf-centra nemen ze dan wel gemakkelijk aan en misbruiken ze ook naar mijn mening. Onder andere met de eco-cheques kan men in doe-het-zelf-zaken alles betalen. De bedoeling van de eco-cheques gaat hierdoor totaal verloren. Men kan dan evengoed alle cheques dezelfde naam geven. De grote distributiezaken concurreren tegen elkaar op en kunnen niet anders dan ze aan te nemen. Wat cultuur- en sportcheques betreft, deze zijn nog moeilijker te gebruiken. De meeste theatergezelschappen, zeker de kleinere, nemen ze gewoon niet aan.”

BETTY BROOTHAERS, operatrice spectrometrie in het Chemical Research Centre, vindt dat er enerzijds wel voldoende winkels aangesloten zijn waar men met de ecocheques terecht kan, maar dat er weinig producten mee te kopen zijn die je meermaals nodig hebt.

“Als je alle gloeilampen in huis door spaarlampen hebt vervangen en als je een spaardouchekop hebt gemonteerd, wat doe je dan met de rest van je cheques?”, vraagt zij zich af. “Ik heb ze uiteindelijk kunnen opgebruiken in verschillende doe-het-zelfzaken omdat die de puntjes niet op de i zetten en de cheques ook aannemen voor zaken die niet op de eco-lijst voorkomen.”



ELS NEIRINCK, software engineer bij Agfa HealthCare in Gent, vindt het alvast positief dat men ecologie wil promoten, maar jammer is wel dat niet alle winkels de cheques aanvaarden of dat de winkeliers slecht geïnformeerd zijn.

“Het grote hekelpunt is dat je met je cheques niet overal terecht kan. Dat beperkt in grote mate je keuzemogelijkheid.”

U merkt het aan de commentaren van onze collega's dat er aan het systeem van de ecocheques toch nog het een en ander schort. Begin september verschenen er in de pers nog artikels die de ecocheques een onzeker voortbestaan toeschreven. Het gebrek aan controle op de uiteindelijke besteding van de ecocheques ondermijnt duidelijk het systeem, is een veelgehoorde commentaar.

Prijs!

Hier vindt u de oplossingen van de puzzels uit het vorige nummer en ontdekt u misschien ook of u een van de gelukkige winnaars bent die met twee filmtickets aan de haal gaat.

De antwoorden op de puzzelvragen waren:

A. Boetedoening – B. Stofdeeltje – C. Gelderland – D. Levertraan – E. Reserveren – F. Shenzhen – G. Formosa
H. Lambiek – I. Weekdag – J. Gaia – K. Odie.

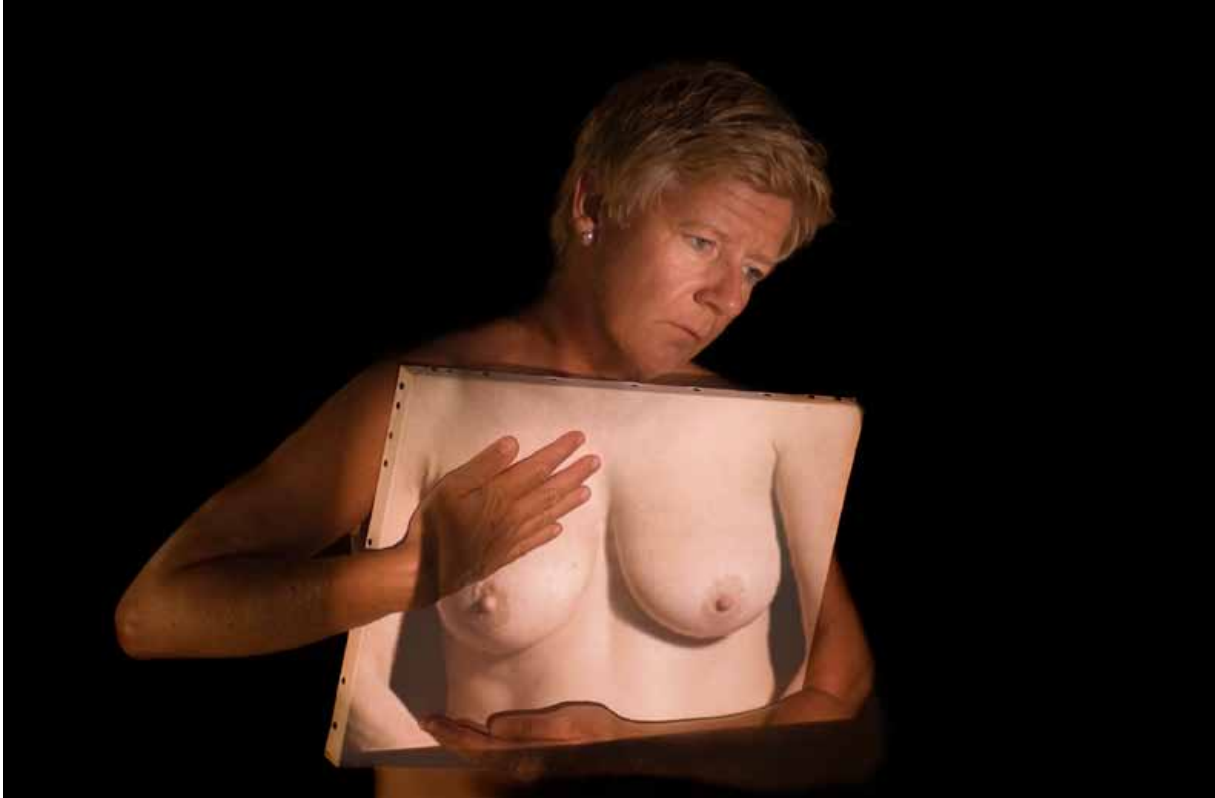
De vraag die u kreeg als u alle letters op de juiste plaats zette, luidde:

Hoeveel jaar is het geleden dat onze fabriek in Mortsel door een bom van de geallieerden werd geraakt?

Antwoord: 67 jaar geleden (5 april 1943).

De te zoeken cijfers van de sudokus waren 6 en 9.

Winnen elk twee filmtickets: **Ingrid Geerts** (Agfa Materials) en **Paul De Roeck** (Agfa CC/ICS). Proficiat!



"Toen ik in 2007 – ik was 46 jaar – de diagnose borstkanker kreeg, had ik het gevoel dat mijn lichaam mij ontnomen werd." © Marie Mandy

Door de ogen van een amazone

Op 6 oktober opende – in aanwezigheid van prinses Mathilde – de fototentoonstelling 'Door de ogen van een amazone' in het ziekenhuis UMC Sint-Pieter in Brussel. Deze tentoonstelling, met werk van Marie Mandy en Vincent Fooy, brengt het verhaal van Marie Mandy, borstkankerpatiënt, in woord en beeld. De tentoonstelling en bijhorende catalogus kwamen tot stand mede dankzij de sponsoring van Agfa-Gevaert.



De fototentoonstelling 'Door de ogen van een amazone' werd geopend in aanwezigheid van prinses Mathilde.



CEO Christian Reinaldo en Marie Mandy knippen bij de opening het verplichte lint door, geflankeerd door (l.) Yvan Mayeur, OCMW-voorzitter van Brussel, en (r.) Dr. Fabienne Liebens, van de Borstkliniek UMC Sint-Pieter.

UMC Sint-Pieter en Agfa HealthCare werken al jaren nauw samen aan een programma ter preventie van borstkanker. Via intensieve screening en geavanceerde digitale beeldvormingsystemen, die perfect zijn toegesneden op de specifieke behoeften van mammografie, streven we ernaar de juiste diagnose te stellen in een zo vroeg mogelijk stadium van de ziekte.

UMC Sint-Pieter beschikt over Agfa HealthCare's top-technologische digitale mammografiesystemen waaronder het DX-M-systeem en de MUSICA-beeldverwerking. Het digitale DX-M-systeem laat toe om naaldkristallijne detectoren in te lezen, om zo hoogkwalitatieve diagnostische beelden te maken, ook bij een lage stralingsdosis. De beeldverwerking van de digitale röntgenbeelden gebeurt automatisch door de MUSICA-software voor mammografie, die de zones met microcalcificaties, de voorbodes van borstkanker, duidelijk in beeld brengt. Dankzij deze technologie kunnen de patiënten in een vroeg stadium een diagnose krijgen en een aangepaste behandeling opstarten. Zo verhogen hun kansen op genezing.

Een bijzondere tentoonstelling

Marie Mandy heeft haar ziekte overwonnen. Met haar kunstwerken en teksten wil ze een hart onder de riem steken van zoveel andere patiënten. In 50 foto's hertekent Marie Mandy zelf de genezingsgeschiedenis van haar lichaam van borstkanker. Van de schok bij de diagnose tot de borstampuatie, van de medische behandeling tot aan haar nieuwe amazone-

lichaam beschrijft ze de kanker als een emotionele reis, een inwijding. Haar fotografisch werk onthult met een uitzonderlijke moed de intimiteit van deze ziekte. Het is een aangrijpend relaas dat niemand onberoerd laat.

Niet alleen Agfa HealthCare sponsorde dit bijzondere project. De catalogus en de fototentoonstelling kwamen tot stand mede dankzij de technologie van Agfa Graphics. De catalogus werd gedrukt met de :Sublima-technologie en thermische platen van Agfa Graphics, en de beelden voor de tentoonstelling werden gerealiseerd op de :Anapurna grootformaatinkjetprinter met inkt van Agfa Graphics.



Borstkanker

Jaarlijks krijgen 1 miljoen vrouwen wereldwijd deze diagnose van hun arts te horen. In België wordt 1 op 9 vrouwen in de loop van haar leven met de ziekte geconfronteerd. Een zware diagnose met ingrijpende gevolgen voor al deze vrouwen en hun naasten. Toch is er ook positief nieuws. Vandaag overleeft 75% van de patiënten de ziekte. Er snel bij zijn, kan dus van levensbelang zijn. Hoe eerder de diagnose wordt gesteld, hoe sneller de artsen de behandeling kunnen starten en hoe beter de behandelingsmogelijkheden zijn.



"Genezen is wellicht het werk van een heel leven." © Marie Mandy

150

Zoveel nieuwe klanten heeft Agfa HealthCare in de eerste acht maanden van 2010 binnengehaald voor zijn IT-oplossingen. We denken hier dan aan IMPAX, Agfa's Picture Archiving and Communication System, en het bijhorende Radiology Information System (RIS) en Nuclear Information System (NIS), IMPAX Cardiovascular voor cardiologie, IMPAX Data Center – dat de toegang tot en verspreiding van diagnostische beeldvorming doorheen de onderneming beheert – alsook het ORBIS ziekenhuisinformatiesysteem.

In Noord-Amerika tekenden bijna 40 nieuwe klanten overeenkomsten met Agfa HealthCare. In Azië tekende Agfa HealthCare bij maar liefst 9 nieuwe klanten overeenkomsten voor de installatie van IMPAX en bijhorende oplossingen. Wat Europa betreft, haalde Agfa HealthCare bijna 70 nieuwe klanten binnen voor de installatie van haar IT-oplossingen. In Europa sloot het bedrijf ook 27 overeenkomsten af voor zijn ORBIS-oplossing.

Ziekenhuis Oost-Limburg kiest voor ORBIS Care



Ook in Limburg zal ORBIS de zorgsector verder moderniseren. Begin september tekende het Ziekenhuis Oost-Limburg (ZOL) voor de installatie van een ORBIS Care oplossing op alle drie sites van het ziekenhuis. ORBIS Care zal de volledig op papier gebaseerde workflow in het ZOL grotendeels vervangen. ORBIS Care is bovendien verregaand geïntegreerd met Agfa HealthCare's Elektronisch Medisch Dossier dat ook het voorschrijven van geneesmiddelen, labotesten en medisch-technische onderzoeken beheert. ZOL telt momenteel 814 bedden en stelt meer dan 2.500 verzorgers en 200 dokters te werk. Naast haar regionale functie biedt ZOL ook een aantal expertises zoals bv. hartoperaties, neurochirurgie en vruchtbaarheidsonderzoeken.

Agfa HealthCare tweede in Hercules Healthcare Trophy



De Sales & Service Unit Belux van Agfa HealthCare kreeg dit jaar de kans om deel te nemen aan de Hercules Healthcare Trophy, een jaarlijkse competitie tussen een aantal healthcare-organisaties waarbij op een unieke en veilige, maar vooral leuke manier de competitie wordt aangegaan en contacten worden gelegd.

De Hercules Trophy is eigenlijk een beetje van alles. Het is enerzijds een sportwedstrijd en een teambuilding-event, maar men zou het evengoed een festival of een netwerk-event kunnen noemen. Bedrijven schrijven zich in en vaardigen vervolgens een of enkele teams af die zich een dag lang meten in twaalf sporten.

Agfa ging de uitdaging aan met liefst zeven teams van telkens vijf personen. Tegenstanders van dienst op zaterdag 26 juni jl. waren onder andere de teams van HP, Barco, Galapagos,... Op het sport- en recreatiedomein De Nekker te Mechelen werd er slag geleverd in de volgende, toch wel originele disciplines: bugxter, crazy banana, cricket, cross country, ergometer, indiacca, mountainbike, polyvolley, quads, schermen, skimboard surfer en waterbubbels. Disciplines waarvan de meesten onder ons wellicht nog nooit gehoord hebben. Het feit dat Agfa de trofee niet mee naar huis kon brengen mocht de pret echter niet drukken. Een volgende keer misschien?



De koers

Enmaal per kwartaal geeft PLUS je een kort overzicht over 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.



Prima resultaten stuwden het Agfa-aandeel de hoogte in

25 augustus 2010 zou wel eens een historische dag voor Agfa kunnen zijn. Voor het aandeel was het sowieso al een uitzonderlijke dag: het aandeel sloot zomaar eventjes 20% hoger af, de op een na grootste koersklim in de geschiedenis van het aandeel. Die uitzonderlijke stijging was het gevolg van een excellent halfjaarrapport.

'Verguisd Agfa staat op uit de doden.' 'Agfa verpulvert verwachtingen.' 'Agfa schittert op de beurs.' 'Agfa-Gevaert zit weer op goede spoor.' De titels van de commentaren in de pers logen er niet om. Agfa heeft in positieve zin verrast, zoveel is duidelijk.

Onze onderneming boekte in het tweede kwartaal een nettowinst van 39 miljoen euro, maar ook de andere financiële cijfers ogen goed. De recurrente bedrijfswinst (= winst die niet uit eenmalige feiten voorkomt, bv. de verkoop van een stuk grond) verdubbelde tot 84 miljoen euro. Agfa's kwartaalomzet steeg, en dat was lang geleden, met 8,7 procent tot 736 miljoen euro. Een flinke groeiversnelling dus in vergelijking met het eerste kwartaal (0,3%). Bovendien slaagden we er ook in onze schulden verder af te bouwen, van 569 miljoen eind 2009 tot 391 miljoen euro eind juni 2010.

Al deze cijfers lagen ver boven de verwachtingen van analisten en pers. Ook de prognoses voor 2010 werden als verrassend sterk bestempeld. Dat leidde tot de gekende euforie bij de beleggers die het aandeel in één dag tijd maar liefst 20 procent hoger stuwden.

Is dit dan de historische ommekeer voor onze onderneming waaraan ieder van ons al heel wat inspanningen heeft geleverd? De vraag werd ook aan CEO Christian Reinaldo gesteld op de persconferentie. Hij was uiteraard zeer tevreden met de resultaten en de goede vooruitzichten, maar temperde anderzijds toch ook het enthousiasme een beetje: "We mogen niet uit het oog verliezen dat het hoogtepunt van de crisis vorig jaar in het eerste en tweede kwartaal lag, vandaar de huidige sterke groeicijfers. De komende kwartalen zullen de groeicijfers wat gematigder zijn."

Door de positieve resultaten heeft Agfa alvast de nodige ruimte gecreëerd voor eventuele overnames. Christian Reinaldo: "Door de crisis zijn er zeker mogelijkheden om intelligente overnames te doen. Met intelligent bedoelen we dan zeer gericht en tegen een correcte prijs. Ze moeten Agfa in staat stellen om toegang te krijgen tot interessante markten zoals de Pitman-overname en de Shenzhen joint venture."

Agfa is met eigen medewerkers of vertegenwoordigingen nagenoeg overal ter wereld actief. Maar wist u dat we alleen in België al 24 verschillende nationaliteiten tellen onder onze medewerkers? In Het Kompas van Agfa maakt u kennis met een van die 'vreemde' collega's die hun kijk geven op werken in Vlaanderen en bij Agfa.



'Brazilië heeft alles om het te maken, maar ontbreekt nog de discipline.'

Thais Barbosa is 29 jaar en afkomstig uit Brazilië, meer bepaald uit São Paulo, een stad van om en bij de 20 miljoen inwoners en het kloppende economische hart van een van de belangrijkste groeiregio's ter wereld. Met haar opleiding in PR stapte ze een zestal jaar geleden in de grafische industrie bij NUR, een bedrijf dat ook in het segment van de wide-format printers actief was. Na de overname van NUR door HP, stapte ze over naar Gandhi Innovations. De geschiedenis herhaalde zich, want Gandhi werd eind vorig jaar door Agfa Graphics overgenomen.

PLUS: *Waarom wil iemand in godsnaam verhuizen van Brazilië naar België?*

THAIS: Ik had het ook nooit verwacht van mezelf, maar ik moet toegeven dat liefde de grote reden was. Ik studeerde in het kader van een uitwisselingsprogramma in de Verenigde Staten en daar leerde ik een Belg kennen. Dat is inmiddels negen jaar geleden. Wij zijn getrouwd en wonen in Jodoigne, Geldenaken, midden in de natuur. Het contrast met São Paulo kan niet groter zijn, maar ik heb me de oversteek nog geen minuut beklagd.

PLUS: *Als 20-jarige van Zuid-Amerika naar Europa verhuizen moet toch een hele aanpassing zijn?*

THAIS: Ja, maar ik had wel al wat reiservaring achter de rug. Ik heb ook een tijdje in Argentinië en de Verenigde Staten gewoond. Bovendien is België een kosmopolitisch land waar veel talen gesproken en begrepen worden. Zelfs al spreek je geen Nederlands of Frans, ook met Engels kan je hier werken en je uit de slag trekken.

Reizen is trouwens iets wat ik het liefst doe. Ander culturen ontdekken en mensen leren kennen vind ik heel belangrijk. Het is wel niets materieel, maar het is van onschatbare waarde voor je intellectuele bagage.

PLUS: *Wat vind je dan van de Belgen of de Belgische cultuur?*

THAIS: In het begin komen Belgen vrij ernstig en gereserveerd over. Maar dat is maar schijn, want na een eerste ontmoeting blijken ze erg vriendelijke en betrouwbare mensen te zijn. België is een goede plaats om te leven.



PLUS: *Maar er zijn ongetwijfeld verschillen met Brazilianen, bijvoorbeeld in de werksfeer?*

THAIS: Uiteraard. Brazilië is op dat vlak een echt zuiders land. Mañana, hé. Waarom dingen vandaag doen als het morgen ook kan. In België is alles veel gestructureerder en gedisciplineerder. Daardoor heb je als individu ook meer kansen. Je moet ze uiteraard wel benutten. Verder zijn Brazillianen iets luidruchtiger dan de Belgen, dat heb ik vorig jaar nog gemerkt toen drie familieleden van me op bezoek waren.

PLUS: *Zijn er nog eigenaardigheden bij de Belgen die je zeer vreemd vindt?*

THAIS: De frietjes. Je vindt ze in de eerste plaats op elke hoek van de straat. Maar dan de bruine stoofvleessaus die er over wordt gegoten. Mijn eerste Nederlandse woordje was smakelijk, maar stoofvleessaus vind ik niet smakelijk. Sorry.

PLUS: *Elke dag de taalgrens over, op en af naar Jodoigne. Is dat niet zwaar?*

THAIS: Ja. Maar ik heb het er voor over. Ik heb nog geen kinderen, dus dat scheelt. Bovendien woon ik hier prachtig in de natuur. Anderzijds wil ik absoluut in de grafische industrie blijven werken. Ik kon natuurlijk niet voorzien dat door de opeenvolging van opnames ik steeds verder van huis moest gaan werken.

PLUS: *Hoe is die overgang van Gandi naar Agfa verlopen?*

THAIS: Het was wellicht een complex overgangsproces, maar alles begint nu in zijn plooi te vallen. De overname was in elk geval voor beide firma's een opportuniteit. Vandaag zijn Agfa en HP de enige leveranciers die een volledig industrieel printerassortiment kunnen aanbieden. Op persoonlijk vlak was het wel een hectische periode. In mei verhuisde ik van Mechelen naar Mortsel en moesten we alles voorbereiden voor de belangrijkste inkjetbeurzen, Ipex en Fespa.



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 uitzonderlijk sportief exploit. Deze keer bracht een tip ons bij **Marc Van Landeghem**.



Zijn werkuren brengt Marc door op de NRM-afdeling (ofwel 'de lege inpak') en in de cinemazaal, waar hij de projecties verzorgt. Belichting en geluid spelen ook een hoofdrol in zijn vrije tijd. Dan is hij als DJ Ace de koning van de dansvloer. Voor we beginnen aan het interview wil hij dat één ding duidelijk is: wij hebben hem gevonden, niet andersom. "Ik vind het niet nodig om mezelf aan te prijzen. Ik heb genoeg aan mond-tot-mondreclame. Mensen boeken mij omdat ze me bezig zagen of omdat ze over me hoorden vertellen."

PLUS: *Hoe lang ben je al dj?*

MARC: Ik ben begonnen op mijn twaalfde. Een tante had geen dj voor haar feestje en ik heb toen met een kleine platendraaier voor de muziek gezorgd. Nu is het een uit de hand gelopen hobby. Ik probeer een paar weekends vrij te houden, maar vaak draai ik op vrijdag-, zaterdag- en zondagavond. Gelukkig staat mijn vrouw er volledig achter.

PLUS: *Voor welk soort gelegenheden kunnen mensen je boeken?*

MARC: Ik doe alles, van trouwfeesten tot modeshows en tot voor kort zelfs eroticabeurzen. Als ik weet dat de organisatie OK is, ben ik ook bereid om af en toe een benefiet te verzorgen, zoals voor Hogar Para Todos, dat ook gesteund wordt door Agfa Aid. Alleen carnavalsfeesten en grote jeugdfuiven doe ik niet meer. Die carnavalshits en de 'boenk'-muziek zijn niet mijn ding. Ikzelf hou het meest van disco en van rock uit de jaren '60 tot '90. De klassiekers van U2, Simple Minds, Human League, New Order, ...



DJ ACE: the best dj in town



PLUS: *Met wat voor installatie werk je? Volg je de technologische trends?*

MARC: Ik hou enorm van vinyl. Zet mij met een stapel langspeelplaten aan een muziekinstallatie van een bruin cafeetje en ik ben gelukkig. Mensen die van hun oude LP's afwillen, mogen mij trouwens altijd bellen! Maar uiteraard ga ik ook mee met mijn tijd. Ik volg zelfs cursussen om met de nieuwe technologie overweg te kunnen. Ik huur ook geen materiaal. Als één van de enigen in België bouw ik mijn discobar en mijn podia zelf. Voor sommige evenementen zit ik al een jaar op voorhand aan de tekentafel. Ik vind het tof om iets te maken dat een ander niet heeft. Zo heb ik een systeem gebouwd dat mijn installatie beschermt bij vechtpartijen. Eén druk op de knop en de discobar pakt zichzelf in.

PLUS: *Het succes van een dj wordt afgemeten aan het aantal dansers. Hoe krijg jij de vlam in de pan?*

MARC: Voorbereiding is belangrijk. Ik wil altijd een voorafgaand gesprek om te weten wat voor vlees ik in de kuip heb. Daar kruipt tijd in, maar het loont. Bij een trouwfeest ben ik er al twee uur voor het volk aankomt om alles piekfijn in orde te hebben. Tijdens de receptie en het eten observeer ik hoe mensen op mijn achtergrondmuziek reageren. Dat leert me al veel over het publiek. Voorts moet je de ouderen meteen meehebben. Dat zijn de sfeermakers. Je mag ze niet weggagen met muziek die ze niet kennen. Het is een kwestie van feeling. Een goede dj weet instinctief welke plaat hij wanneer moet draaien. Ik probeer ook altijd de gangmaker te zijn met mijn gitaartje en mijn sambaballen, pruiken en andere attributen. En zie ik in het publiek iemand zonder danspartner, dan bied ik mijn diensten aan. Zelfs wanneer mijn vrouw en ik met de bus op reis gaan, maak ik ambiance met mijn draagbare cd-speler.

PLUS: *Doe je nog andere dingen in de muziek?*

MARC: Zo'n 15 jaar geleden ben ik met liedjesteksten begonnen. Er waren toen heel weinig dansbare Nederlandstalige nummers. En ik dacht dus: "waarom niet zelf voor een paar goede meezingers zorgen?" 'Jij bent mijn leven' van Thomas Berge is zo'n liedje en ook voor Garry Hagger en Jan Smit heb ik al teksten geschreven. Ik maak ook remixen van bestaande nummers, zoals van 'Ma Baker' van Boney M. Ik probeer die liedjes aan te passen zodat ze nog beter werken op de dansvloer. Ik ben eigenlijk constant met muziek bezig. Het belangrijkste is weinig TV kijken, dan heb je tijd voor je hobby's.

PLUS: *Heb je tot slot nog een sterk verhaal dat je altijd zal bijblijven?*

MARC: Ik wil niet te veel uit de biecht klappen, maar één trouwfeest springt er toch wel uit. Na een schermseling tussen bruid en bruidegom was het feest al om half één afgelopen. Onze eigen zilveren huwelijksverjaardag was ook speciaal. Ik had het groots opgezet: Vlaamse artiesten, een butler, een grote tent en 250 genodigden. Twee dagen voor het zover was kreeg ik een ongeluk. Resultaat: ik kon in een ziekenhuisbed naar mijn eigen feest.



Meer info over dj Ace vind je op: www.djace.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.



Puzzel

U vult eerst het rooster in met de antwoorden op de vragen en de **vet gedrukte cryptische omschrijvingen**. Daarna kan u aan de hand van de cijfertjes de letters op de juiste plaats in het grote rooster invullen. Heeft u alles goed ingevuld dan leest u een vraag. Het antwoord op die vraag kan u inzenden via e-mail: **plus@agfa.com** of naar **8933** per binnenpost. Uit de juiste inzendingen trekken we een gelukkige winnaar die twee filmtickets ontvangt. Succes!
Let op: de 'ij' telt steeds voor één letter.

88	42	10	66	32	55	4	70	61	14	35	18	80	20	67	81	A
----	----	----	----	----	----	---	----	----	----	----	----	----	----	----	----	---

9	73	60	12	26	43	68	40	90	50	21	B
---	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	---

83	58	33	39	5	8	62	84	59	70	C
----	----	----	----	---	---	----	----	----	----	---

76	2	11	56	48	30	36	53	25	D
----	---	----	----	----	----	----	----	----	---

78	22	91	47	57	37	17	92	E
----	----	----	----	----	----	----	----	---

41	55	29	44	16	13	52	65	F
----	----	----	----	----	----	----	----	---

75	38	6	64	45	79	87	51	G
----	----	---	----	----	----	----	----	---

31	7	22	3	82	28	85	H
----	---	----	---	----	----	----	---

34	63	23	24	19	54	90	I
----	----	----	----	----	----	----	---

72	46	15	1	69	86	74	J
----	----	----	---	----	----	----	---

27	89	77	49	71	K
----	----	----	----	----	---

- A Nederlands psychiater en schrijver.
Auteur van de verfilmde roman *Van de koele meren des doods*.
- B Nakijken.
- C **Een ongelukkige reep**
- D Dit nummer van Led Zeppelin is familie van een mandarijn.
- E Van dit Latijnse woord is de naam voor de muntkunde afgeleid
- F **We trachten voor wilde dieren te zijn.**
- G **Zo klinkt die boom hoogst onvriendelijk.**
- H Lid van een Germaanse volksstam uit het Deense Waddengebied en verslagen in de Slag bij Aquae Sextiae.
- I Duits nazileider en hoofd van de SS.
- J **Rekenkundige.**
- K Dit landelijke dorp aan de Mark is een deelgemeente van Geraardsbergen.

1	2	3		4	5		6	7	8		9	10	11	12	13	14	15	16	
17	18	19	20	21	22	23	24	25	26		27	28	29	30		31	32	33	34
35	36	37	38	39	40		41	42	43	44	45	46	47	48	49		50	51	
52	53	54	55	56	57	58		59	60	61	62	63	64	65	66	67	68	69	70
71		72	73	74	75	76	77	78	79	80	81		82	83		84	85	86	87
	88	89	90	91	92	?													

Sudoku

Om de sudoku op te lossen moet u op elke horizontale en op elke verticale lijn de cijfers van 1 tot 9 invullen, maar ook in elk van de 3x3-vierkantjes. Heeft u beide sudoku's opgelost, dan maakt u kans op twee filmtickets als u de twee cijfers in het vette lichtgekleurde vierkantje inzendt. Per e-mail naar **plus@agfa.com**, per binnenpost naar **8933**. Succes!

Valt best mee

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

Het betere werk

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

