

25

4



35

40

**Mobiliteit:** Is er een weg uit de file?

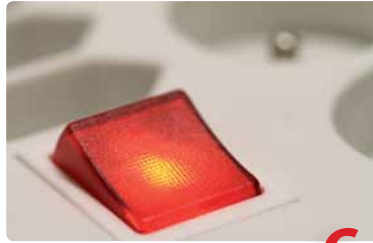
**Jubilarissenfeest 2010**

45



4

Is er een weg uit de file?



6

Meten = weten



8

Een man met een plan



11

EIB leent Agfa 130 miljoen euro voor O&O



12

Leading@Agfa



15

Jubilarissenfeest 2010



24

Agfa Graphics laat zien wat het in huis heeft



27

De koers



28

Buiten dienst Igor Mahieu



30

Plus/Minus

## Colofon

nr. 4 – december 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,  
Koen Fasseur

### WERKTEN MEE AAN DIT NUMMER

Frederique Depraetere, Catherine Dompas,  
Jo Houvenaghel, Ilse Joosen, Igor Mahieu,  
Viviane Michels, August Horrevorst, Stephan Thys,  
Guy Vandecraen, Caroline Vanwanseele,  
Frank Van den broecke, Luc Van Oevelen

### 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

PLUS nr. 5 verschijnt in maart 2011.



## Beste collega,

Op het vlak van de resultaten heeft Agfa de positieve trend die zich eind 2009 aankondigde, kunnen doortrekken met stijgende omzetten, mooie winstcijfers en een aanzienlijke daling van de schulden. De publicatie van onze uitstekende halfjaarcijfers zorgde ervoor dat het Agfa-aandeel op 25 augustus een historische klim van 20% maakte. Ook de aangekondigde kapitaalverhoging verliep succesvol. Op nauwelijks enkele dagen tijd slaagde Agfa er in om 43 miljoen nieuwe aandelen voor een bedrag van ongeveer 148 miljoen euro te plaatsen. Dit gebeurde grotendeels bij de bestaande aandeelhouders. Met de opbrengst van de kapitaalverhoging zullen we overnames of andere groeimogelijkheden kunnen financieren. Tezelfdertijd realiseren we een verdere spreiding van onze financieringsmiddelen en versterken we onze balans.

Ook in het derde kwartaal konden we de positieve lijn doortrekken. We kunnen dus zeggen dat de strategie van de voorbije jaren de juiste is en dat de door ons allen geleverde inspanningen het beoogde gunstige effect hebben opgeleverd.

Deze sterke prestaties geven ons de ruimte om met onze toonaangevende technologieën verder aan de groei van onze onderneming te werken. Het voorbije jaar hebben we daartoe al de eerste stappen gezet met de overnames van Gandi Innovations en Pitman en met de joint venture met Shenzhen Brothers.

Op voorwaarde dat de wisselkoersen en de macro-economische omstandigheden stabiel blijven, verwachten we dat de combinatie van de eigen omzetgroei en van de recente strategische overnames voor het volledige jaar een omzetgroei van ongeveer 200 miljoen euro zal opleveren. Hiermee raak ik meteen een van de belangrijkste uitdagingen aan voor de nabije toekomst. De scherpe prijsstijgingen van de grondstoffen zilver en aluminium zijn van die aard dat we die – waar mogelijk – zullen moeten doorrekenen aan de klant. Voor de grafische

industrie hebben we dat in het verleden al gedaan, voor de healthcare-sector hebben we in november mogelijke prijsstijgingen aangekondigd. Dat dit een belangrijk gegeven is, is gebleken uit de analistencommentaren op onze nochtans goede resultaten van het derde kwartaal. De onzekerheid die in de buitenwereld heerst over de grondstofprijzen in de toekomst, heeft de voorbije weken zwaar op het Agfa-aandeel gewogen.

In onze groeistrategie staan ook de nieuwe markten centraal. Groeilanden als China en Brazilië spelen steeds meer een prominente rol in de wereldeconomie. Daar onze marktpositie versterken is ook een van de vele uitdagingen voor het nieuwe jaar.

Tot slot mogen we ook onze traditionele producten niet afschrijven. In bepaalde nichemarkten willen we kostleider worden om marktaandeel te winnen. Als we daarin slagen, kunnen een aantal van onze traditionele filmproducten nog lang een belangrijke bijdrage leveren. Kostenbewust denken en handelen blijft een doorlopende opdracht voor ons allen. Het heeft ons in staat gesteld om de voorbije economische crisis zonder al te veel averij door te komen, het zal ons ook in staat stellen om onze groeistrategie de volgende jaren uit te voeren.

Voor we volgend jaar hier opnieuw onze schouders onder zetten is het nu echter tijd om even uit te blazen en om samen met uw gezin te genieten van de feestdagen. Ik dank u voor de geleverde inspanningen van het voorbije jaar en wens u en uw dierbaren een goede gezondheid en alle succes voor het nieuwe jaar.

Prettige feestdagen,  
*Christian Reinaldo*

# Is er een weg uit de file?

Nog niet zo lang geleden pakte het weekblad Knack uit met de resultaten van een grote mobiliteitsenquête. De titel van het begeleidende artikel was veelzeggend: Een op de twintig Vlamingen staat dagelijks in de file. Tegelijk denkt de Vlaming nog steeds dat hij met de auto tijd bespaart. Het vreemde is dat we elke dag opnieuw in de wagen stappen, goed wetende dat we meer dan waarschijnlijk in de file zullen terechtkomen. Enerzijds ergeren we er ons blauw aan, anderzijds hebben we er blijkbaar mee leren leven. Nochtans zijn er alternatieven die best het overwegen waard zijn en die heel wat financiële of andere voordelen bieden. Bovendien heeft Agfa voor elk van die alternatieven meestal nog wat extra voordelen voor u in petto. We zetten alles even op een rijtje.



### Carpooling

Carpoolen brengt je heel wat op. Op fiscaal vlak word je gesteund door de overheid. Daarnaast kan je heel wat kosten besparen. Wanneer je ingeschreven bent als carpooler, ontvang je vanaf de datum van je inschrijving automatisch een verplaatsingsvergoeding carpooling. Je vindt dit op je loonfiche terug onder de rubriek VPH. Dit bedrag is volledig vrijgesteld als forfaitaire aftrek van je beroepskosten.

Als werknemer krijg je een verplaatsingsvergoeding voor de afstand die je aflegt. Ga je echter met iemand in carpoolverband samen rijden, dan blijft Agfa die vergoeding doorbetalen.

Met de wagen rijden kost overigens al gauw 0,30 euro per kilometer. Je moet immers niet alleen rekening houden met de verbruikte brandstof, maar ook met het onderhoud en het verslijten van de wagen. Als je op 25 km van het werk woont, dan leg je op jaarbasis ongeveer 11.000 km af. Dit kost je dus zo'n 3.300 euro per jaar. Ben je als carpooler de ene week chauffeur en de andere week passagier, dan zie je de jaarlijkse kost met de helft verminderen. Voor de leden van een carpoolgroep van drie personen wordt het voordeel uiteraard nog groter.

Als kers op de taart heeft Agfa de beste parkeerplaatsen voorbehouden voor de carpoolers onder ons. Met een parkeerplaats dicht bij de ingang ben je – afhankelijk van wat je het liefst hebt – vlugger op je werk of vlugger onderweg naar huis. Je hoeft in elk geval nooit naar een parkeerplaats te zoeken.

Meer info over mobiliteit vind je terug op het intranet van HR in Mortsel. Informatie over carpoolen kan je opvragen bij HR 8933.



Ook onze kinderen zullen je dankbaar zijn als je carpoolt. Dat een wagen heel wat CO<sub>2</sub> uitstoot weet intussen iedereen. Om de uitstoot te verminderen worden nieuwe wagentypes ontwikkeld en gepromoot. Men kan tegenwoordig zelfs een cursus ecologisch rijden volgen. De minst vervuilende kilometer is echter de kilometer die je niet rijdt! Carpoolen komt tegemoet aan dit principe. De gemiddelde CO<sub>2</sub>-uitstoot van een wagen bedraagt 323g/km. Dit is de directe uitstoot (verbranding brandstof) en de indirecte (raffinage, transport brandstof, ...) samengeteld. In het voorbeeld van 11.000 km per jaar bent u dus verantwoordelijk voor een uitstoot van 3,5 ton CO<sub>2</sub> op jaarbasis. Door te carpoolen kan u dus een belangrijke bijdrage aan de bescherming van het milieu leveren.

En er is ook het sociale aspect. Samen rijden is leuk en gezellig, zeker in de file. Je kan 's ochtends rustig wakker worden door te keuvelen met je carpoolpartners. Eens je op je werk aankomt, ben je klaar om er in te vliegen. En 's avonds kan je in de wagen rustig stoom afdelen en je roddels, frustraties en successen delen met je medepassagiers. Eens je thuis bent, is de knop omgedraaid en ben je de gezellige huisgenoot waarop iedereen zit te wachten.

## Fietsen

Iedereen weet dat bewegen gezond is. Wie van en naar het werk fietst moet eigenlijk 's avonds al niet meer naar de fitness, een tijd- en geldbesparing die kan tellen. Bovendien krijg je als Agfa-werknemer een fietsvergoe-

ding van 0,15 euro per kilometer. Je hiervoor inschrijven hoeft niet. Je moet alleen registreren in het daarvoor voorziene fietsregistratie-apparaat in de fietsenstalling. Het vaak gehoorde excuus om niet met de fiets te hoeven komen is het slechte weer in België. Welnu, officiële cijfers tonen dat je slechts zes keer op de honderd in een buitje terechtkomt. Het regent dus minder dan we denken, bovendien regent het dan ook voor de autogebruikers die vanaf hun parkeerplaats vaak ook nog heel wat moeten stappen. En voor diegenen die er tegen op zien om bezweet op het werk aan te komen... Agfa heeft voldoende douches beschikbaar die je als fietser kan gebruiken. Je ziet dat er heel wat uitvluchten bestaan om niet met de fiets te komen. Maar voor elke smoes is er wel een goed tegenargument. Gewoon doen zouden we zeggen.

## Openbaar vervoer

Een ander alternatief is het openbaar vervoer. In het Knack-artikel geven heel wat mensen aan dat hun bedrijven vaak op afgelegen industrieterreinen liggen die door het openbaar vervoer niet of slecht worden bediend. De Agfa-vestigingen in België liggen echter nooit ver van bus-, trein- of tramhaltes. Kom je met bus of trein, dan kan je genieten van het derdebetalerssysteem. Je abonnement wordt dan betaald door de werkgever. Gratis vervoer en minder kosten aan je eigen wagen? Misschien toch wel iets om eens over na te denken.



## Luc Van Oevelen, collega-carpooler: "Wat ik bespaar dankzij het carpoolen? Simpel. Een tweede wagen!"



Twintig jaar werkt Luc Van Oevelen al als automatisatie engineer op Agfa. Met uitzondering van de periode dat hij in ploegen stond heeft hij al die tijd aan carpooling gedaan. Samen met collega's Jan Dirven en Herman Engels vormt hij een carpoolgroepje dat elke dag van Wuustwezel de verplaatsing maakt. Twee vaste chauffeurs, de derde springt af en toe in wanneer het nodig is.

### En dat werkt?

"Zeer goed zelfs. Ik vind het prettig om tijdens de verplaatsing een babbeltje te slaan. Het enige wat je moet doen is goede afspraken maken. Het systeem biedt eigenlijk niets dan voordelen. Enerzijds hebben we een voorbehouden parkeerterrein voor carpoolers vlakbij de ingang en is de verplaatsingsvergoeding volledig vrijgesteld. Maar het grootste voordeel is dat ik en mijn gezin op deze manier eigenlijk geen tweede wagen meer nodig hebben. Iedereen weet wat een wagen kost aan aankoop, verzekering, onderhoud, benzine en noem maar op. Als je dan die tweede wagen kan uitsparen, dan is de rekening vlug gemaakt, niet?"

# Minder elektriciteit verbruiken?

## METEN = WETEN

Je vindt dat je elektriciteitsfactuur nogal aan de hoge kant is, maar je weet niet goed wat je er aan kan doen? Dan is er eigenlijk maar één oplossing: meten. Want meten is weten. Met behulp van een energiemetertje kan je perfect uitrekenen hoeveel je wasmachine per wasbeurt verbruikt. Of je computerscherm per 24 uur.



### Wat is een energiemeter?

Een energiemeter is een handig en slim toestelletje dat je tussen het apparaat waarvan je het verbruik wil meten en het stopcontact plaatst. De energiemeter meet verschillende gegevens zoals stroomverbruik, energiekosten en duur van de meting. Al wat je moet doen is tijd en kWh-prijs instellen. Zo achterhaal je al snel welke apparaten de grootverbruikers zijn in huis. Eens je dat weet, kan je er ook iets aan gaan doen.

### Wat moet je meten?

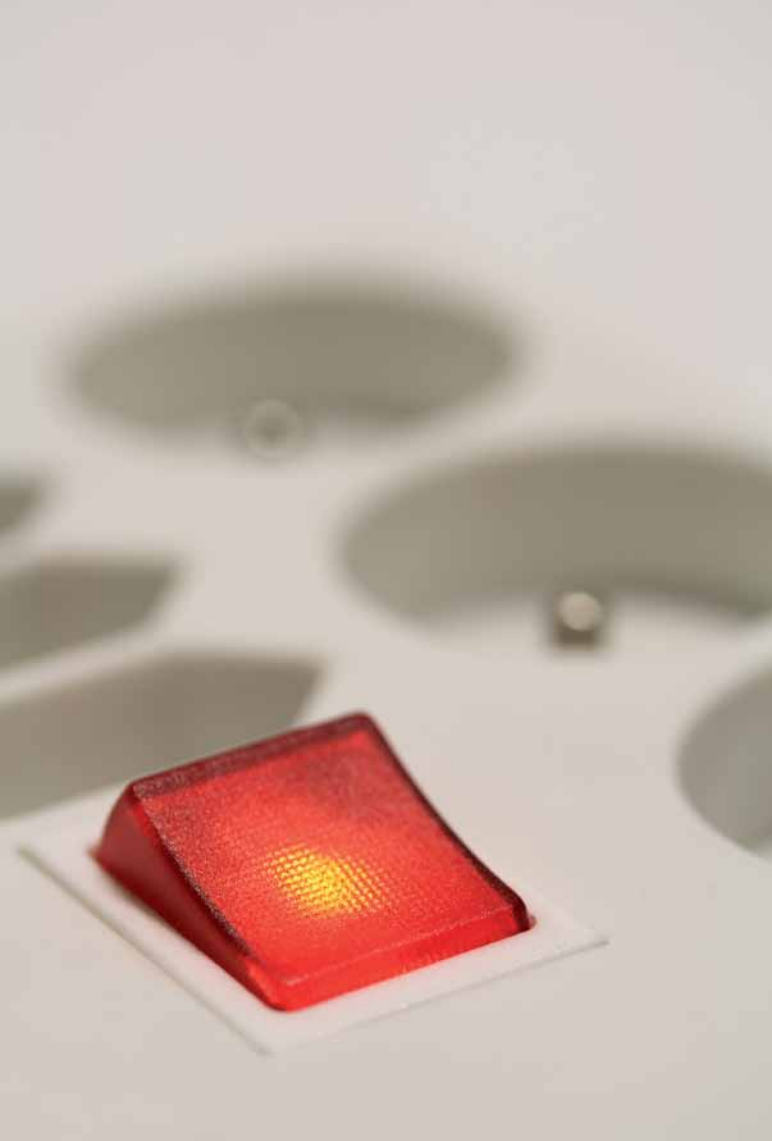
Toestellen die dag en nacht werken (diepvriezer, ijskast,...) of die heel wat uurtjes aanstaan (tv, computer,...) zijn zeker de moeite om te controleren. Je meet ze best gedurende een langere periode (bv. 24 uur). Andere toestellen met groot vermogen, zoals een wasmachine, verbruiken alleen wanneer ze echt werken.

### Leen gratis een energiemeter!

In het kader van de campagne Rationeel EnergieGebruik hebben we een aantal energiemeters ter beschikking. Je kan ze gedurende een week uitlenen om het verbruik van je toestellen thuis of op je werkplek te controleren. Het volstaat om je aanvraag met naam en telefoonnummer of e-mail achter te laten op het nummer **2121**. Zo gauw er een toestel vrij is, krijg je bericht waar en hoe je het kan afhalen. Na gebruik, breng je op de afgesproken datum de energiemeter terug.

We vragen wel wat geduld want we vermoeden dat er heel wat interesse zal zijn.

In dat verband is het nuttig om weten dat je ook bij Eandis een energiemeter kan lenen. Bovendien vind je op hun website [www.eandis.be](http://www.eandis.be) ook nog heel wat andere informatie over energiebesparen en de bijhorende premies. Een andere goede website is die van het Vlaams EnergieAgentschap: [www.energiesparen.be](http://www.energiesparen.be).



Het volstaat dan om gedurende een volledige cyclus te meten. Aangeraden wordt wel om een meting te doen tijdens verschillende programma's, bijvoorbeeld:

- ◊ Meet het verbruik van je wasmachine tijdens een wasbeurt op 30°, 60° en 90°C.
- ◊ Ontdek hoeveel je vaatwasser verbruikt tijdens een programma op 65° en op 55°C.
- ◊ Controleer je droogkast een keertje met een lading badlinnen, maar ook eens met synthetisch wasgoed.

Ook kleine toestellen met een groot vermogen, zoals een grill, een wafelijzer of een broodmachine zijn zeker de moeite van het nakijken waard.

Algemeen kan je stellen dat de toestellen die warmte produceren aanzienlijk meer verbruiken dan toestellen met enkel een motor.

Om te weten of je toestellen nu veel of weinig verbruiken, heb je richtcijfers nodig. In de tabel bij dit artikel vind je de gemiddelde verbruiksgegevens van een aantal toestellen. Als je toestel aanzienlijk meer verbruikt, dan kan je wellicht de aanschaf van een energiezuiniger model overwegen.

	Elektriciteitsverbruik in kWh	Verbruik per jaar in kWh	Kostprijs (*) energie per jaar in euro
<b>Koelen en vriezen (label A++)</b>			
per 24 uur			
Koel/vriescombinatie groot	0,55	200	38
Koel/vriescombinatie tafelmodel	0,35	127	24
Koelkast tafelmodel zonder vriesvak	0,23	84	16
Diepvrieskist 200 liter	0,41	150	29
Diepvrieskast 200 liter	0,44	160	30
<b>Vaatwasser (220 beurten)</b>			
per beurt			
Vaatwasser A-label	1,05	231	44
Vaatwasser C-label	1,31	288	55
<b>Wassen en drogen (220 beurten)</b>			
per beurt			
Wasmachine (5 kg wasgoed op 40°C)	0,50	110	21
Warmtepomp-droger A-label (condens)	1,75	368	70
Luchtafvoerdroger C-label voor 5 kg	3,35	704	134
Condensdroger C-label voor 5 kg	3,65	767	146
<b>Andere</b>			
per uur			
Computer + scherm (200 watt, 300 u)	0,20	60	11
Microgolfoven (900 watt, 50 u)	0,90	45	9
Oven (1 500 watt, 100 u)	1,50	150	29
Klassieke televisie 36" (200 watt, 700 u)	0,20	140	27
LCD-televisie 37" (190 watt, 700 u)	0,19	133	25
Plasma televisie 37" (240 watt, 700 u)	0,24	168	32

(\*) Gerekend tegen een elektriciteitsprijs van 0,19 euro per kWh

### Sluimerende energievreters

Het is zeker ook interessant om het sluimerverbruik van je toestellen te meten. Je kan dit doen door je stand van je hoofdenrgiemeter 's avond en 's morgens te noteren en het verschil te delen door het aantal uren van de meting. Zo kan je zien hoeveel energie je continu verbruikt terwijl je slaapt. Met de kleine meters kan je dan proberen te achterhalen waar die verspilde energie naar toe gaat.

# Een man met een plan

Frank Van den broecke

In de krant lees je maar al te vaak dat onderwijs en industrie niet op elkaar afgestemd zijn. Dat is zeker niet de schuld van collega Frank Van den broecke van de centrale productieplanning. Sinds 2000 combineert hij immers zijn 80%-baan bij Agfa met een onderzoek- en lesopdracht aan de faculteit Ingenieurswetenschappen van de Gentse Universiteit. Binnen het domein productieplanning en voorraadbeheer geeft hij wekelijks les aan een 90-tal studenten in hun masteropleiding.



*“Ik pas toe waarover ik onderzoek pleeg en ik onderzoek en geef les over wat ik dagelijks toepas.”*

**PLUS: Wat is je taak binnen Agfa?**

**FRANK:** Op Agfa ben ik verantwoordelijk voor de centrale productieplanning van de masterroll-fabriek. Samen met mijn collega's verzorg ik binnen Materials de distributie- en productieplanning van grondstoffen tot en met masterrolls.

Naast het aansturen van deze materiaalstroom ben ik ook nauw betrokken bij het instellen van de arbeidsregimes of ploegenstelsels in de hieraan gekoppelde fabricageafdelingen.

**PLUS: Maar daarnaast ben je ook nog aan de Gentse Universiteit verbonden.**

**FRANK:** Klopt. Ik wou me nog verder verdiepen in de kennis die ik verworven had via mijn vroegere studies en mijn werkervaring. Op mijn veertigste heb ik toen beslist om te gaan doctoreren. Sinds 2000 werk ik daarom deeltijds op Agfa en combineer ik mijn job

met een onderzoek- en lesopdracht aan de faculteit Ingenieurswetenschappen van de Gentse Universiteit, meer bepaald in het domein van productieplanning en voorraadbeheer binnen de vakgroep 'Industrial Management'.

**PLUS: Waarover ging je doctoraat?**

**FRANK:** In 2006 doctoreerde ik met een proefschrift over cyclische productieplanning. Sinds kort ben ik als gastprofessor medelesgever in het vak 'Inleiding tot productie- en voorraadbeheer'. Naast lesgever ben ik elk jaar promotor van één of twee thesisonderwerpen.

**PLUS: Waarover gaat zo'n thesis dan?**

**FRANK:** Dit jaar onderzoeken we bijvoorbeeld welk planningsconcept de beste resultaten geeft bij een situatie van te nipte productiecapaciteit met klantenachterstanden als gevolg.



Een producent heeft bij capaciteitstekorten de natuurlijke neiging naar grotere reeksen over te gaan en dus minder frequent de machines om te schakelen, want dat betekent tijdverlies terwijl je al een capaciteitsprobleem hebt.

Als je dit doet, maak je echter minder verschillende artikelen per week en krijg je een ander probleem. Andere klanten moeten nu langer wachten op hun soort van producten. De periode van klantenachterstanden blijft daardoor langer duren. De oplossing is dan naar kleinere reeksen overschakelen, wat meer tijd vraagt voor de omschakeling van de machines, maar op kortere termijn kan je meer klanten bedienen en de periode met klantenachterstanden zo beperkt mogelijk houden. Welke oplossing is nu de beste? Op die vraag proberen we een antwoord te geven.

**PLUS: Kan je die onderzoeken voor Agfa gebruiken?**

**FRANK:** Uiteraard. De opdracht binnen Agfa en de taken aan de Universiteit Gent zijn een mooie combinatie. Ik pas toe waarover ik onderzoek pleeg en ik onderzoek en geef les over wat ik dagelijks toepas.

Vermits bij Agfa de reeksgroottes binnen de fabricageafdelingen fundamenteel verschillend zijn – bij onderlaagproductie vaak een paar miljoen m<sup>2</sup> per reeks, in gietzalen een paar honderdduizend m<sup>2</sup> en in confectie per tienduizend m<sup>2</sup> – hebben wij nood aan tussenvoerraden tussen de verschillende afdelingen.

Om deze voorraad zo klein mogelijk te houden, want voorraden kosten geld – moet men beschikken over goede synchronisatiemechanismen. Sleutelbegrippen zijn hier het vloeibaar leveren van emulsies en de cyclische gietzaalplanning. Zo bepalen wij eens per jaar voor de belangrijkste gietsoorten een cyclisch repetitief productiepatroon dat zich om de twaalf weken herhaalt. Sommige soorten gieten we elke week, andere om de twee, drie of zes weken. Zo ligt al maanden op voorhand het moment van gieten vast. De exacte giethoeveelheid wordt echter zo laat mogelijk beslist. Op die manier kunnen we piekbelastingen in productie vermijden en belangrijke synchronisatievoordelen voor grondstoffen, emulsies en confecties benutten.

**PLUS: Doe je ook aan onderzoek dat niet aan Agfa gekoppeld is?**

**FRANK:** De Universiteit Gent is een heel diverse werkomgeving met veel buitenlandse collega's en internationale projecten en conferenties. Zo werk ik momenteel mee aan een Europees project met als doel het implementeren van Lean Manufacturing concepten (afkomstig uit de Japanse automotive industrie) in

kleine en middelgrote ondernemingen. In Vlaanderen is Daikin het voorbeeldbedrijf. In Engeland gaan we binnenkort op stage bij Nissan, één van de initiatiefnemers van het ERIP-project (European Regions for Innovative Production).

**PLUS: Is de combinatie werk, onderzoek en onderwijs niet heel belastend?**

**FRANK:** Werken met studenten en kennisoverdracht naar assistenten aan het begin van hun carrière kan heel stimulerend zijn. Mijn wekelijkse trip naar Gent is voor mijn dochter die daar op kot zit ook een leuke meevaller. Op vrijdag rijden we vaak samen terug naar Mortsel. Ik heb dan het voordeel van gezelschap tijdens het onvermijdelijke aanschuiven aan de Kennedytunnel. Los daarvan: één dag per week op afstand werken, is verrassend productief. Je wordt niet gestoord door de vele e-mails en telefoons. Het helpt om ook de Agfa-werking helderder te analyseren. Op afstand zie je ook beter de voordelen van het werken bij Agfa, nog steeds een boeiend bedrijf met veel bekwame collega's en bijzonder uitdagend bij het in goede banen leiden van de complexe supply chain.





## Nieuwe PETix films voor Cartes 2010

Begin december kon Agfa in Parijs twee nieuwe films van het PETix-assortiment voorstellen op de jaarlijkse Cartes vakbeurs voor Identification & Security Documents.

De nieuwste telgen heten PETix OLE 100 en PETix PFD 105. Ze kunnen gebruikt worden voor de productie van smart cards en ID documenten zoals bankkaarten, kaarten voor massatransport, identiteitskaarten en rijbewijzen. Beide hebben de karakteristiek robuustheid

voor een duurzame kwaliteit en kunnen vlot verwerkt worden.

Ter gelegenheid van de beurs werd ook het PETix Preferred Partner Program voorgesteld. Agfa heeft een aantal partners geselecteerd die met onze PETix producten kunnen werken en zo hun klant een gegarandeerd goed eindproduct kunnen leveren.



Je computer en scherm schakel je best helemaal uit, zodra het kan. Dat bespaart energie en je computer is er op berekend. Dus druk op die knop!





EIB-voorzitter Philippe Maystadt en CEO Christian Reinaudo ondertekenden het contract voor een lening van 130 miljoen euro voor Agfa's O&O.

# 130 EIB leent Agfa miljoen euro voor O&O

De Europese Investeringsbank (EIB) gaat Agfa 130 miljoen euro lenen voor de financiering van onderzoek- en ontwikkelingsprojecten (O&O) op het domein van de informatie- en beeldvormingstechnologie voor de gezondheidszorg. Deze strategische projecten van de HealthCare businessgroep hebben als doel de efficiëntie in de gezondheidszorg én de kwaliteit van de patiëntenzorg te verhogen. Het geld komt uit een speciaal fonds van de EIB waarmee risicovol onderzoek wordt gefinancierd. De lening zelf moet worden terugbetaald over een periode van zeven jaar.

Concreet gaat het over het ontwikkelen en naar de markt brengen, in de periode van 2010 tot en met 2013, van nieuwe producten in het gebied van ziekenhuis- en klinische informatiesystemen (waaronder ook het elektronisch patiëntendossier valt), Picture Archiving and Communication Systems (PACS) en digitale radiografie. Deze activiteiten vinden voornamelijk plaats in Agfa's O&O-centra in België, Duitsland, Oostenrijk en Frankrijk. Ongeveer 40% van het onderzoek zal in de HealthCare-vestiging in Gent plaatsvinden.

Met de financiering van deze projecten tracht de EIB het concurrentievermogen van Europese technologieën te ondersteunen en bij te dragen tot de doelstellingen van

de Europese Unie voor de ontwikkeling van Europa's kenniseconomie. Dat de EIB hieraan veel belang hecht, mag worden afgeleid uit het feit dat Philippe Maystadt, voorzitter van de EIB, in hoogsteigen persoon een bezoek bracht aan het hoofdkwartier in Mortsel, waar hij, samen met CEO Christian Reinaudo, het contract van de lening ondertekende.

Technologisch leiderschap is een sleutelement voor de toekomst volgens Philippe Maystadt: "Wij zijn tevreden dat we Agfa in zijn strategie kunnen ondersteunen: deze onderneming bezit leidinggevende marktposities dankzij zijn ambitieuze O&O-programma's. Agfa gelooft sterk in innovatie als een essentiële component voor zijn toekomstige successen. We hebben in Europa meer bedrijven nodig die investeren in Onderzoek & Ontwikkeling. Dat opent nieuwe markten. Agfa is een opmerkelijke uitzondering!"

Christian Reinaudo benadrukte het belang van deze lening, die zowel de interne groeistrategie van Agfa als de inspanningen om een verdere diversificatie van de financieringsbronnen te realiseren ondersteunt: "Door de verschillen in taal en sociale zekerheid werken we in Europa in een zeer gefragmenteerde markt. Met de lening kunnen we op termijn nieuwe landen binnentreden met onze IT en nieuwe producten lanceren." ↓





# Leading@Agfa

HR-collega Caroline Vanwanseele: Leading@Agfa wil alle Agfa-managers wereldwijd helpen in hun groeiproces van leidinggevende.

## Wat is effectief leiderschap?

Leiding geven op een succesvolle manier is niet altijd een eenvoudige opdracht. Het is een fulltime taak en om die goed te doen, dient een leidinggevende over een aantal kwaliteiten te beschikken.

In eerste instantie moet iemand die leiding geeft een goede communicator zijn; hij of zij moet erover waken dat medewerkers op de hoogte zijn van wat er in de organisatie gebeurt en wat de impact hiervan is op hen. Daarnaast heeft elke leidinggevende een rol in het creëren van een gemeenschappelijke visie: hij of zij geeft de richting aan en zorgt ervoor dat zijn of haar medewerkers hierin volgen. Een leidinggevende moet natuurlijk ook veel aandacht hebben voor het behalen van resultaten. Hij of zij zet uitdagende doelstellingen, ook binnen een snel evoluerende context. Bovendien moet een leidinggevende een voorbeeld zijn voor de teamleden: je doet zelf wat je van anderen vraagt en je helpt mee een wij-gevoel te creëren.

Een goed leider heeft ook oog voor de ontwikkeling van zijn medewerkers, zorgt ervoor dat ze kunnen groeien en dat ze de nodige zelfstandigheid krijgen bij het invullen van hun taken. Een leidinggevende is tot slot ook streng, maar rechtvaardig. Hij of zij zegt waar het op staat wanneer het nodig is, zowel positief als negatief.

Maar hoe verkrijg je als leidinggevende al deze kwaliteiten? Sommigen halen het uit een boekje, maar meestal leert men het al doende. Leiding geven is immers een voortdurend groeiproces: zowel persoonlijk als in de omgang met medewerkers.

Het programma Leading@Agfa wil alle leidinggevenen wereldwijd helpen in deze groei en wil hen middelen aanreiken om deze uitdagende job goed in te vullen. Het programma wil managers hierdoor bewust maken van het belang van hun rol.

## De aard van het beestje

Je kan geen goede leidinggevende zijn, zonder dat je een goed beeld hebt van wie je zelf bent. Daarom start Leading@Agfa met een zelfanalyse. Door de DISC-methodiek krijg je als leidinggevende een beter zicht op jezelf, op de aard van het beestje: ben je eerder do-

### Praktisch

Leading@Agfa wordt momenteel uitgerold binnen HealthCare. Vanaf midden 2011 zal dit programma ook beschikbaar zijn voor leidinggevenen binnen Graphics en Materials. Meer info op MedNet, de intranetsite van HealthCare, bij je HR manager of bij Caroline Vanwanseele, 7591.



“Leiderschap heb je wanneer mensen je willen volgen omdat ze in je geloven, omdat ze enthousiast zijn over je capaciteiten en omdat je ze kan inspireren. Agfa heeft topmensen, maar ik wil dat ze nog beter worden dan dat ze vandaag al zijn!”

*Christian Reinaldo*

In een krachtige videoboodschap benadrukte Christian Reinaldo zijn steun aan Leading@Agfa, een programma gericht op het verder ontwikkelen van de leiderschapskwaliteiten binnen Agfa.

Naast het nastreven van de verdere groei van ons bedrijf, is people management als één van de twee strategische peilers naar voor geschoven.

Agfa realiseert zich dat in de huidige economische context en in een klimaat van voortdurende veranderingen, het cruciaal is dat medewerkers aan boord blijven en hun focus houden op wat de organisatie wil bereiken. Goed leiderschap is van vitaal belang voor het welslagen van de onderneming. Agfa's leidinggevenden moeten immers constant richting geven, teamwork stimuleren en medewerkers inspireren om het beste van zichzelf te geven. Daarom wil Agfa investeren in de ontwikkeling van haar leidinggevenden.

minant (D), of eerder een beïnvloeder (I)? Of ben je op zoek naar stabiliteit (S) dan wel naar conformiteit (C)? Door jezelf beter te kennen, zal je je medewerkers beter kunnen begrijpen en je gedrag beter op hen kunnen afstemmen. Hoe beter je je mensen kent en weet wat hen drijft, hoe beter je hen kan motiveren. Motivatie is ten slotte maatwerk.

## Een goede basis

Leading@Agfa biedt alle leidinggevenden vervolgens een bibliotheek aan waar ze artikels, e-learning tools, simulaties en tips & tricks kunnen vinden rond verschillende thema's. Dit materiaal vormt een goede basis waarop verder wordt gebouwd tijdens de Leadership Learning Labs.

## Interne trainers

De Leadership Learning Labs vormen het sluitstuk van Leading@Agfa. In het najaar van 2010 is Agfa HealthCare gestart met het uitrollen van deze trainingssessies en dit wordt voort gezet in 2011. Elke leidinggevende zal in deze periode deelnemen aan vier halve dagen training rond vier thema's: Communicatie, Leadership, Performance Management en Feedback. De Leadership Learning Labs worden niet gegeven door externe consultants, maar wel door eigen mensen die hiervoor werden opgeleid. Elke training wordt begeleid door

een duo: een trainer uit HR en een uit de business. “Een krachtige formule”, haalt Caroline Vanwanseele, Global Talent Manager, aan. “We hebben gemerkt dat een duo van interne trainers zeer effectief werkt: niet alleen leren we uit elkaars ervaringen, ook kennen interne trainers het reilen en zeilen van deze organisatie goed en hebben ze soms dezelfde problemen. Dit geeft hen geloofwaardigheid.” Alle leidinggevenden, zowel minder als meer ervaren, nemen deel aan deze training. Het is een sterk signaal dat ook senior managers en directieleden het belang van dit programma onderstrepen en hun ervaring met de anderen delen.



*Trainingssessie in het kader van de Leadership Learning Labs.*

## 1<sup>ste</sup> AP-HP ziekenhuis neemt ORBIS in gebruik

Amper twee jaar na het afsluiten van een van de grootste Europese contracten voor informatiesystemen in de gezondheidszorg heeft het Ambroise Paré ziekenhuis in Parijs zijn ORBIS-systeem in gebruik genomen. Het ziekenhuis is hiermee het eerste van de in totaal 37 AP-HP ziekenhuizen waar ORBIS zal worden uitgerold. De voorbereidingstijd voor deze eerste installatie is uiteraard veel langer dan dat voor de andere ziekenhuizen het geval zal zijn. Meer goed nieuws over dit project wordt dan ook in 2011 verwacht.

## HealthCare lanceert vernieuwde website

Agfa HealthCare heeft zijn vernieuwde website gelanceerd. De vernieuwde site focust op het aandeel van Agfa HealthCare als onderdeel van de Groep en zal gebruikt worden om het merk, de oplossingen en de informatie nog beter ter beschikking te stellen van een wereldwijd publiek. In november gingen de wereldwijde en de US-versie van de website live. De roll-out van de landgebonden sites voor Duitsland, Frankrijk en China volgt binnenkort.

Een team bestaande uit drie interne webspecialisten heeft binnen Agfa HealthCare vier maanden hard gewerkt om ervoor te zorgen dat de site zeker eind november, vóór de start van Agfa HealthCare's grootste handelsbeurs RSNA, gelanceerd kon worden.

Verbeteringen aan de site omvatten ondermeer een modernere en dynamischere vormgeving, de integratie van sociale netwerken, een klantgerichte positionering, een breder schermgebruik, meer ruimte voor promoties en specifieke onderwerpen, een herwerking van de navigatie en een prominentere plaats voor klantentelgenissen. Vanzelfsprekend is het werk aan de site hiermee niet rond. Het bijwerken van de inhoud en het invoeren van bijkomende verbeteringen zal het team nog lange tijd bezighouden.

Neem nu echter al gerust een kijkje op [www.agfahealthcare.com](http://www.agfahealthcare.com).



Collega's en webspecialisten Catherine Dompas, Kurt Francken, Guy Kokken en Dirk Smets tekenden voor de vernieuwde website van Agfa HealthCare.

## Patiënten checken in met IMPAX Kiosk



Agfa HealthCare lanceert een volledig nieuw product dat de patiënt de mogelijkheid biedt om voortaan zelf in het ziekenhuis in te checken: IMPAX Kiosk. Het concept achter IMPAX Kiosk is gebaseerd op het succes van de gelijkaardige systemen in de transportsector. Met name de luchtvaartmaatschappijen maken er al langer gebruik van. Binnen deze sector hebben de kiosken hun nut al bewezen: door een versnelde check-in worden lange wachtrijen en de bijhorende ergernissen vermeden. Klanten krijgen zo een positievere kijk op het gebeuren.

IMPAX Kiosk werd met hetzelfde doel voor ogen ontwikkeld. Het geeft patiënten de mogelijkheid om zich te registreren en aan te melden bij een ziekenhuis zonder de gekende administratieve weg te moeten volgen. Het systeem is intuïtief en gebruiksvriendelijk: de patiënt identificeert zichzelf rechtstreeks op IMPAX Kiosk en ziet en bevestigt zijn demografische en verzekeringsgegevens. Omwille van veiligheidsredenen wordt de patiëntendata niet binnen de IMPAX Kiosk bewaard. Een privacy filter die anderen het zicht op het scherm belemmert kan trouwens worden toegevoegd. Voor de ontwikkeling van deze oplossing werkte Agfa HealthCare samen met HealthAsyst, een toonaangevend IT-consultingbedrijf dat softwaremanagementoplossingen aanlevert voor de gezondheidssector.





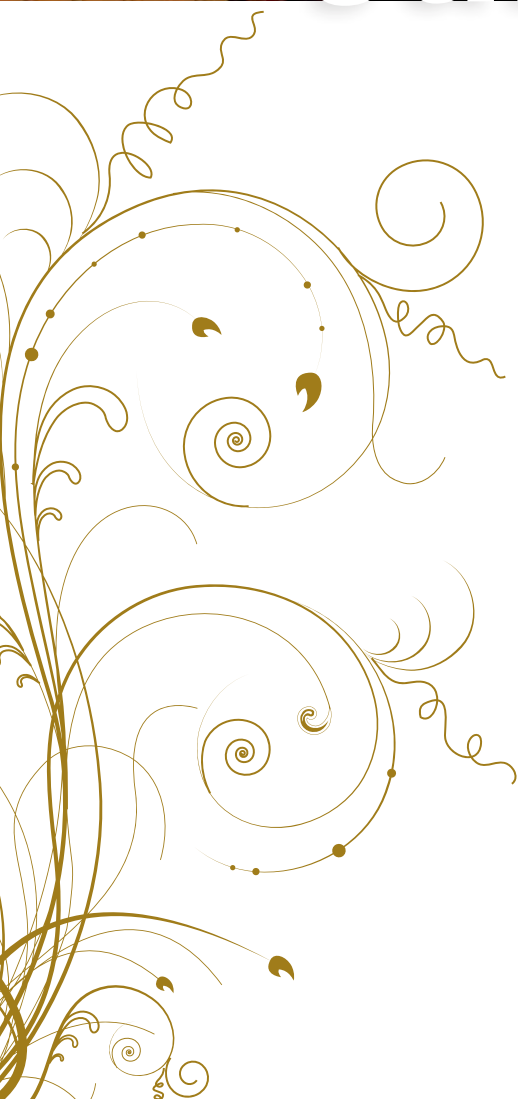
# Jubilarissen feest

# 2010

Zondag 21 november. Zoals gebruikelijk verzamelden de jubilarissen van onze onderneming voor hún feest in De Jachthoorn in Kontich. De lichte van 2010 telde 13 collega's met 40 dienstjaren, waaronder ook ondervoorzitter van het Directiecomité Albert Follens, en liefst 285 jubilarissen met 25 dienstjaren.

Ook traditioneel waren de gezellige sfeer, de heerlijke maaltijd en – naargelang de middag vorderde – de sterke verhalen die door de jubilarissen werden opgediept uit hun lange loopbaan bij Agfa-Gevaert.

Op de volgende pagina's vindt u een foto-impresie van het feest en een samenvatting van de feestrede van CEO Christian Reinaldo en Ondervoorzitter Albert Follens.





Christian Reinaldo verwees in zijn allereerste feestrede (volledig in het Nederlands!) naar de gelijkenissen tussen 2010 en het jaar 1985, nu dus 25 jaar geleden. Ook toen was er een economische crisis, maar de zilverprijs was toen heel laag en de koers van de dollar heel hoog. Toenmalig CEO André Leysen stelde toen dan ook dat Agfa een van de beste boekjaren ooit achter de rug had. Zilver en dollar noteren nu echter helemaal andersom.

Hij verwees ook naar de ervaring en de loyaliteit van de aanwezigen die er voor gezorgd hebben dat Agfa steeds weer de meest geavanceerde technologie op de markt kon bieden, waardoor we nu ook met onze digitale systemen en IT een wereldspeler zijn. Zij hebben de evolutie naar digitale technologie meegemaakt en meegestuurd. Onder meer dankzij de inspanningen van deze ervaren collega's zijn we sterk uit de crisis gekomen.

Onze CEO verwees ook naar de maatregelen die moesten genomen worden om de rendabiliteit te herstellen en om ervoor te zorgen dat we voldoende cash blijven genereren om onze activiteiten en investeringen te financieren: "Uiteraard moeten we waakzaam blijven. De hoge grondstofprijzen kunnen bijvoorbeeld een bedreiging vormen. Toch ben ik er van overtuigd dat we weer op het juiste pad zitten. Sinds begin dit jaar zitten we terug in een groeiverhaal, wat zich ook weerspiegelt in onze recente kwartaalresultaten. We zijn nu klaar om een nieuwe fase in onze geschiedenis aan te vatten."







Nadat Christian Reinaudo de jubilarissen bedankte gaf hij het woord aan ondervoorzitter Albert Follens die op zijn eigen gekende wijze, aan de hand van heel wat cijfer- en feitenmateriaal, de Agfa-geschiedenis van de voorbije 40 jaar in herinnering bracht.

De uitbreiding van Gevaert 5, de naoorlogse consolidatie van de foto-industrie, de winstbewijzen, ... het waren slechts enkele van de mijlpalen uit de beide jubileumjaren die werden aangehaald. Albert Follens ronde uiteindelijk af met enkele filosofische bedenkingen: "Misschien moeten we het woord 'crisis' behoedzamer gebruiken. Wij leven allemaal veel beter dan 40 jaar geleden en toch is het crisis. Ten tweede: een dollar die met een regelmatige periode van 15 jaar van het enkele naar het dubbele evolueert, is het nieuwe protectionisme genaamd muntoorlog. Drie: grondstoffen – en ook energie hoort daarbij – worden steeds duurder, want schaarser, zelfs buiten de speculatieve hype. Tot slot: innoverende producten en technologieën en een gestage productiviteitsverbetering in alle domeinen zijn de enige stabiliserende hefboomen om te overleven als onderneming."

Hierna werd er op de gezondheid van de jubilarissen geklonken en mochten de eerste heerlijke gerechten worden opgediend.







# Jubitarissen





2010





25

35

40

45

**AGFA** 

**Menu**  
**Jubilarissen 21 november 2010**

Kreeftenslaatje  
geparfumeerd met Chardonnay

Heldere rundsbouillon  
geparfumeerd met sherry

Zeebaars met groentesalsa  
en 'extra vierge' olijfolie

Sorbet

Reerugfilet 'Grand Veneur',  
gebakken witlof,  
appeltjes met veenbessen

Waaier van huisbereide zoetigheden

Koffie of thee met versnaperingen

*Wijnen :*

*Champagne Edmond Roussin*

*Pinot Grigio Santa Cristina Sicilia 2008*

*Petit Chablis Domaine des Iles Gérard*

*Tremblay 2008*

*Bordeaux Montagne Saint-Emilion Château*

*Granchamp 2006*

















## Najaar vol vakbeurzen

# Agfa Graphics laat zien wat het in huis heeft

Zoals gewoonlijk was het najaar voor Agfa Graphics weer een erg drukke periode met een aantal belangrijke vakbeurzen. In september was er LabelExpo in Chicago. Begin oktober volgden IFRA in Hamburg, Graph Expo in Chicago en SGIA in Las Vegas. Op al deze beurzen genoot Agfa Graphics van ruime belangstelling en kon het goede verkoopresultaten optekenen.

LabelExpo (Chicago, 11–13 september)

### **Digitaal drukken voor de verpakkingindustrie**

Tijdens LabelExpo namen Agfa Graphics-medewerkers deel aan een paneldiscussie over trends, groei en mogelijkheden van digitaal drukken in de verpakkingindustrie. Samen met experts van Xerox, EFI en HP debatteerden ze over hoe digitale druktechnologie de conventionele technologieën aanvult, hoe beide kunnen geïntegreerd worden en waar de toegevoegde waarde ligt.



IFRA Expo (Hamburg, 4–6 oktober)

## Ecologie voorop

Op IFRA toonde Agfa Graphics aan krantendrukkerijen zijn laatste ontwikkelingen om kosten te reduceren, afval te elimineren, de productiviteit te verhogen en nieuwe inkomsten te genereren. Daartoe hoorden updates in de :Arkitex-workflowsoftware, de nieuwe snelle :Advantage N XXT-plaatbelichter en de :VXCF-uitwaseenheid voor de succesvolle :N92-VCF chemie-vrije violette drukplaat.

De beurs was een succes. De verkoop van veertien CtP-systemen, twee pons- en plooisystemen, :Arkitex-contracten ter waarde van 300.000 euro en drukplaten-contracten voor bijna 4 miljoen m<sup>2</sup> resulteerden in een totale omzet van 12,5 miljoen euro.

Graph Expo (Chicago, 3–6 oktober)

## Agfa Graphics en Pitman verenigen krachten

Op de grootste Amerikaanse vakbeurs toonde Agfa Graphics bezoekers het gecombineerde Agfa Graphics en Pitman-assortiment, verspreid over twee standen. Dankzij het recent overgenomen Pitman heeft Agfa Graphics nu het ruimste assortiment aan inkjetoplossingen, van eenvoudige printers tot zeer krachtige en snelle toestellen, met daarnaast een ruim assortiment van rigide en flexibele media.

Eén stand was gewijd aan inkjet. Daar maakte de :Anapurna M2050 UV-printer zijn Amerikaanse debuut. Agfa Graphics toonde ook de :Jeti HDC FTR, waaraan een flat-to-roll-eenheid werd toegevoegd zodat hij nu zowel op rol als op vlakke materialen kan drukken met gelijke snelheid en efficiëntie. De :M-Press en de :Dotrix-printers waren aanwezig in de vorm van reuzengrote billboards.



## Technologie bekroond

Zowel op Graph Expo als op Ifra vielen Agfa Graphics-producten in de prijzen.

Op **Graph Expo** nomineerde een panel van toonaangevende experts uit de grafische industrie dit jaar 115 producten voor de *Must See'Em*- en de *Worth-a-Look*-prijzen. Vijf Agfa Graphics-producten werden bekroond. :Amigo TS, :Apogee Impose en de :Jeti 1224 YHDC FTR kregen een *Must See'Em* voor de meest fascinerende producten en diensten toegekend. :Apogee Portal en :Anapurna M 2050 kregen een *Worth-a-Look*, een bekroning die gaat naar producten en diensten die belangrijk bevonden worden voor een nichemarkt.

Op de andere stand konden bezoekers het assortiment voor drukwerkvoorbereiding zien, waaronder de nieuwe :Apogee 7-workflowsoftware en de volledige nieuwe drukplatenportfolio met :Azura TS, :Energy Elite en :Amigo TS.

Tijdens Graph Expo hield Agfa Graphics ook zijn :Apogee Users-bijeenkomst. Deze groep komt sinds meer dan tien jaren jaarlijks samen en dient als platform voor :Apogee-gebruikers om meer te leren over de nieuwe functionaliteiten van :Apogee, te netwerken en best practices te delen.

Behalve Agfa Graphics-producten werden ook producten van derden uit het Pitman-gamma getoond die de portfolio aanvullen, zoals inkjetmedia, persen en oplossingen voor verpakkingsdruk.

SGIA Sign Expo (Las Vegas, 12–15 oktober)

## Drukwerk op groot formaat

Samen met Pitman Company toonde Agfa Graphics in Las Vegas het ruimste assortiment voor inkjetoplossingen. Tijdens de show werden zes :Anapurna's, tien :Jeti's (daarbij ook de eerste :Jeti 3020, een modulair gebouwde vlakbedprinter met hoge productiviteit), een :M-Press Tiger en een :Dotrix Modular verkocht.



:Jeti

Op **IFRA** werden de nieuwe leden van de *International Newspaper Colour Quality Club* gekozen. Lidmaatschap wordt alleen verleend aan kranten die erin slagen om wereldwijd kleurenbeelden en advertenties consistent te reproduceren. Van de 109 winnaars uit 32 landen gebruikt 65% Agfa Graphics-producten. Agfa Graphics is de voorkeursleverancier voor workflow-, beeldoptimaliserings- en rastersoftware, CtP-systemen en drukplaten, en de nummer twee voor software voor inktoptimalisering.

## Branchburg bekroond voor milieuvriendelijkheid



De drukplatenfabriek in Branchburg (NJ, V.S.) ontving dit najaar de *Environmental Recognition*-prijs van de staat New Jersey. Branchburg werd bekroond voor zijn besparingen in water- en energieverbruik. Het waterverbruik daalde met 29% t.o.v. 2008. Dat komt overeen met het jaarlijkse verbruik van 596 Vlaamse families (of 211 Amerikaanse families!). De gietsnelheid van de emulsielaag op de drukplaten werd opgevoerd, en het spoelwater kan nu via een watervalstelsel hergebruikt worden. Ook het proces dat de aluminiumzouten verwijdert die achterblijven na het ruwen van het aluminium, werd verbeterd door het chemiebad af te stemmen op de exact benodigde hoeveelheid. Dit leidde tot minder waterverbruik.

Ook door kleinere wijzigingen – zoals het gebruik van meer LED-verlichting – en meer oog voor het vermijden van energieverspilling over de hele lijn, werd extra energie bespaard: 24% voor elektriciteit en 28% voor gas vergeleken met 2008.

## Duurzaam ondernemen voor drukkerijen



Van september tot november organiseerde Agfa Graphics in Zwitserland en Duitsland een reeks van evenementen rond duurzaam ondernemen voor drukvoorbereiding en drukken – en hoe er geld mee te verdienen. Tijdens deze seminars deelden en bediscussieerden collega's, klanten en experts uit de grafische industrie hun ervaringen met duurzaam ondernemen. Thema's waren o.a. 'Wat betekent duurzaamheid voor Agfa Graphics?' en 'Hoe moet je je promoten als 'groene drukkerij'? De presentaties door Agfa Graphics-collega's werden ondersteund door klantengetuigenissen.

Agfa Graphics installeerde onlangs bij Aoba Printing in Hiroshima het **250**ste Japanse :Azura TS-CtP-systeem. Japan is wereldwijd de grootste markt voor de chemievrije :Azura-drukplaten. In vijf jaar tijd behaalde Agfa Graphics er een marktaandeel van meer dan 90% in chemievrije drukplaten. :Azura TS gebruikt Agfa Graphics' ThermoFuse-technologie en stelt drukkers in staat om zonder chemicaliën te drukken aan hoge snelheid en met hoge kwaliteit.



Collega Tim Van den Bossche feliciteert de 250ste Japanse :Azura-klant, Aoba Printing.

Aoba Printing drukt productcatalogen en folders, maakt promotiefilms en tv-commercials en bouwt beursstanden.

## Spaanse en Portugese drukkers brengen VIP-bezoek aan Mortsel



Op 7 en 8 oktober organiseerden onze Spaanse en Portugese collega's van Agfa Graphics voor hun potentiële en bestaande klanten een VIP-bezoek aan Mortsel. Meer dan dertig aanwezigen kregen demonstraties van het complete inkjetproductgamma, waaronder :Anapurna, :Jeti, de nieuwste :M-Press Tiger en de :Dotrix Modular. Daarnaast was er een uitgebreide toelichting over nieuwe inkt en media voor gebruik met de UV-technologie in inkjetprinters.

Carlos Julio van GDI Prodigit was zeer tevreden om Agfa's producten live aan het werk te kunnen zien, maar ook met de informatie over Agfa Graphics' strategie. Tony Folch, marketingmanager voor de regio Iberia, bevestigde dat de genodigden de professionele aanpak van de presentaties en demo's waardeerden. Hij is er dan ook van overtuigd dat deze bezoeken helpen om nieuwe business voor inkjet te genereren.

# 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.



## Agfa-aandeel keldert ondanks positieve resultaten

Begin november werd de aangekondigde kapitaalsverhoging met succes doorgevoerd. Alle 42.962.760 nieuwe aandelen, goed voor een bedrag van 148.221.522 euro, werden in twee rondes aan de man gebracht. In eerste instantie konden de bestaande aandeelhouders gebruik maken van hun voorkeurrechten, waarbij ze per drie bestaande aandelen één nieuw aandeel konden kopen tegen de prijs van 3,45 euro.

De kapitaalsverhoging is erg vlot verlopen en de aandelen werden zonder problemen geplaatst. De goede resultaten van de eerste twee kwartalen waren daar zeker niet vreemd aan. Een teken van vertrouwen in de Agfa-strategie vanwege de investeerder, zou je dan mogen denken. Zeker als de goede cijfers worden bevestigd door een goed derde kwartaal, volledig in lijn met de prognoses die Agfa zelf gaf.

Niet dus. Een omzetsijging van 9%, een verviervoudiging van het nettoresultaat en een verdere afbouw van de nettoschuld volstonden niet om de koers positief te beïnvloeden. Integendeel, op woensdag 24 november, de dag waarop de kwartaalcijfers werden gepubliceerd, zakte het aandeel met bijna 18% tot 3,47 euro. Reden? Speculatie, onrealistische verwachtingen van enkele analisten,...? Opmerkelijk is ook de rol die de media op zo'n dag kun-

nen spelen. Zo titelde *tijd.be* – de website van *De Tijd* – na de publicatie van de cijfers eerst 'Agfa-Gevaert groeit verder in derde kwartaal'. Na amper een half uur verandert de toon in de berichtgeving echter. De titel luidt nu plots 'Agfa-Gevaert stelt teleur in derde kwartaal'. Een flinke bocht van 180 graden die ook door de lezers van *tijd.be* wordt opgemerkt en door een aantal onder hen fel wordt bekritiseerd in reacties op de website van de krant. Het feit dat net die kritiek op de redactionele aanpak vrij snel en systematisch van de website worden verwijderd, is op zijn minst bedenkelijk te noemen.

De berichtgeving wordt pas echt tendentius als nog voor de middag een hitparade van de tien grootste dalingen van Agfa sinds de beursgang wordt gepubliceerd. De daling van 24 november was voor de volledigheid alvast in het lijstje opgenomen. Ook hiervan ontgaat de relevantie heel wat lezers.

Als orgelpunt mocht de lezer in een weinig genuanceerde poll zijn mening geven op de stelling 'Agfa-Gevaert stelde teleur met de derdekwartalcijfers, maar dat is a) slechts een accident de parcours of b) het wijst op een fundamenteel probleem.' Als het een troost mag wezen: bijna 60% van de lezers geloofde alvast dat het een accident de parcours was. Nu de redactie van *De Tijd* nog.



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 bracht een tip van een collega ons bij **Igor Mahieu**.



## Mister Belgian

Op 4 december nam collega Igor Mahieu deel aan de Mister Belgian Style 2011 wedstrijd in Bierbeek. Of hij gewonnen heeft was op het moment dat deze uitgave van PLUS in druk ging nog niet bekend. Maar deelnemen is belangrijker dan winnen vinden wij en dus hadden wij genoeg redenen om vooraf met Igor te gaan spreken over zijn ongewone hobby. Igor is nog maar sinds een drietal maanden in dienst als installatie- en service engineer voor Agfa Graphics, en meer bepaald voor de digitale drukpers :M-Press. Vanuit Mortsels levert hij ondersteuning, voor de installatie van een nieuw toestel wordt hij wereldwijd uitgezonden.

**PLUS: Waarom neem je deel aan Mister Belgian Style?**

**IGOR:** Via Netlog heb ik gereageerd op een advertentie van de organisatie. Aan de hand van de foto's die we moesten opsturen werd er een eerste selectie van 120 kandidaten gemaakt. Die werden dan uitgenodigd waarna er 19 kandidaten werden uitgekozen om deel te nemen aan de finale in Bierbeek op 4 december.

**PLUS: Wat houdt de Mister Belgian Style wedstrijd in?**

**IGOR:** In augustus is de 'campagne' gestart. Sindsdien voeren we bijna elk weekend promotieactiviteiten. Dat gaat van een acte de présence in een discotheek tot







# Style 2011 in spe?

modeshows. Maar ook een persconferentie of een act op de verkiezing van Miss Vlaams-Brabant.

In november gingen we dan voor een week naar Turkije met alle Mister-finalisten. Daar hebben we in de voormiddag foto-shoots gedaan en in de namiddag de choreografie voor de finale ingestudeerd.

**PLUS: Is het dan een echte schoonheidswedstrijd of komen er andere speciale vaardigheden aan te pas?**

**IGOR:** Je hebt twee soorten wedstrijden een modelwedstrijd of een Mister- of Miss-verkiezing. Bij het eerste gaat het alleen maar om de looks en het kunnen poseren voor de camera. Bij een Mister-verkiezing moet je toch ook goed uit je woorden komen en speel je vaak de rol van ambassadeur.

**PLUS: Waarom moeten de mensen op jou stemmen? Wat zijn je beste eigenschappen?**

**IGOR:** Een klassieke Mister-verkiezingsvraag! Ik doe mee voor de ervaring van het evenement. Enerzijds ben ik ben van nature uit zeer sociaal en kom ik graag in contact met mensen. Anderzijds ga ik voor wat ik wil. De winnaar van de wedstrijd mag bovendien deelnemen aan de Mister-World verkiezing en die vindt dit jaar plaats in Peru.

**PLUS: Hoe word je een Mister Belgian Style?**

**IGOR:** Eerst en vooral moet je een aantal persoonlijke sponsors zoeken die je ondersteunen in je verkiezingscampagne. Verder moet je ook een aantal VIP-plaatsen voor gala-show, de finale dus, aan de man brengen. Los van de evenementen die door Mister Belgian Style worden georganiseerd, is het ook belangrijk dat je zelf initiatief neemt en zelf tracht zo veel mogelijk positief in het nieuws te komen: met je aanwezigheid op een sportwedstrijd waar je de aftrap geeft of bij de opening van een winkel,...

**PLUS: Hoe werkt zo'n verkiezingscampagne? En kost dat niet veel geld?**

**IGOR:** Dat bepaal je voor een groot deel zelf. Hoe meer sponsorgeld je binnenbrengt, hoe meer affiches en flyers je ter beschikking krijgt om reclame te maken voor je kandidaatstelling.

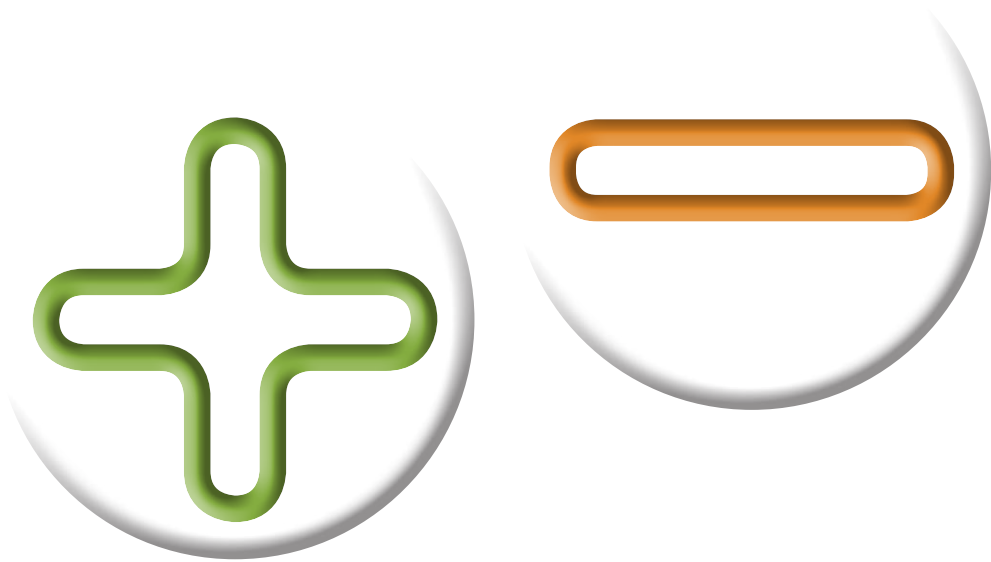
**PLUS: Wat houdt de finale in?**

**IGOR:** Een aantal defilés, een persoonlijke voorstelling en een act. Van de 19 kandidaten worden er 10 door de jury uitgekozen. De elfde finalist wordt door het publiek aangeduid door middel van sms-jes. De winnaar van de modeshow in november wordt de twaalfde finalist. Die twaalf finalisten moeten dan nog eens een defilé houden en een persoonlijke act uitvoeren. De meesten kiezen daarvoor iets dat verband houdt met hun hobby. Mijn hobby's zijn echter snowboarden en basketbal, dus dat gaat niet zo goed lukken op een podium. Ik heb daarom een sensuele dans met een jongedame ingestudeerd.

**PLUS: Veel succes en hopelijk kunnen we in het volgende nummer melden dat Agfa de Mister Belgian Style in huis heeft.**

Meer info over Igor's deelname vind je op <http://misterbelgianstyle.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](mailto:plus@agfa.com).



# Plus/Minus

In deze rubriek vragen we naar je mening over een bepaald, meestal actueel, onderwerp. Dat onderwerp zal vaak in de arbeidsfeer te vinden zijn, maar een noodzaak is dat niet.

In het vorige nummer vroegen we of je een of andere e-reader of iPad hebt waarop je boeken of kranten leest. Of vind je 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?

Jammer genoeg kregen we geen reacties binnen. Zijn er geen collega's met een iPad of een e-reader? We durven het betwijfelen. Feit is dat de toepassingen voor iPads en e-readers elke dag toenemen. Boeken kon je er al voor kopen en sinds kort voorzien ook steeds meer kranten in een elektronisch alternatief van hun publicaties, specifiek ontworpen voor dit soort apparaten.

Sinds we de vraag in het vorige nummer van PLUS lanceerden hebben zowel De Standaard, De Morgen als

De Tijd hun iPad-versie gelanceerd. Rupert Murdoch, de bekende krantenmagnaat, heeft eind november samen met Apple de lancering van zijn nieuwe krant The Daily

aangekondigd. The Daily zal de eerste krant zijn die volledig en uitsluitend voor de iPad zal verschijnen. Voor dit project ervan heeft Murdoch 30 miljoen dollar ter beschikking gesteld. Een nieuwe trend schijnt zich dus door te zetten, al zijn er ook heel wat commentaren die Murdoch's project geen lang bestaan toedichten. Alleen al vanwege het feit dat de meesten onder ons geen geld willen geven aan nieuws dat toch al gratis

op het internet ter beschikking is. Hoe dan ook de hele mediawereld kijkt uit naar de lancering van The Daily. Wordt het de zoveelste hype of ontstaat er echt een nieuw business model?

Wordt ongetwijfeld vervolgd.



## Wanneer heb jij je baaldag?

Een onderzoek van de London School of Economics onder 22.000 vrijwilligers wees uit dat niet maandag, zoals velen misschien verwachten, maar wel dinsdag de dag van de week was waarop we ons het slechtst voelen. Wij willen graag weten hoe dat bij Agfa zit. Met andere woorden: wanneer stap jij meestal met een verkeerd been uit bed of op welke dag van de week wil jij eigenlijk liever in bed blijven liggen? En omgekeerd willen we ook graag weten wat jouw favoriete dag van de week is. Antwoorden kan je via [www.agfa.com/dagvandeweek](http://www.agfa.com/dagvandeweek). In het vakje 'Verklaring' kan je indien gewenst uitleggen waarom een bepaalde weekdag je zo tegensteekt of waarom een andere je juist extra vrolijk maakt.

Je kan alles anoniem invullen, maar als je graag kans maakt op twee bioscooptickets, vul je ook je naam en telefoonnummer in.



## Puzzel

Je vult eerst het rooster in met de antwoorden op de vragen en de **vet gedrukte cryptische omschrijvingen**. Daarna kan je aan de hand van de cijfertjes de letters op de juiste plaats in het grote rooster invullen. Heb je alles goed ingevuld dan lees je een vraag. Het antwoord op die vraag kan je 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.

- A Vlaams schrijver van onder meer *De voorstad groeit* en eigenaar van de *Feminale Feminatheek*.
- B Stralingsdetector waarmee ioniserende straling kan worden gemeten.
- C **Sportlui die met de welpen rennen.**
- D Republiek in Zuid-Azië die grenst aan Pakistan, Iran, Turkmenistan, Oezbekistan en Tadzjikistan.
- E **Hij is de basis kwijt.**
- F **Zeer beneden.**
- G **Dicht voelen.**
- H Zuid-Afrikaans 'muziekinstrument'.
- I Vooruit varen.
- J **Vogels die we aanduiden.**
- K **Letterboom.**
- L John Cleese in *The world is not enough*.

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

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	?										

## Sudoku

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 het vette lichtgekleurde vierkantje inzendt. Per e-mail naar **plus@agfa.com**, per binnenpost naar **8933**. Succes!

Makkie, toch?

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

Niet voor watjes!

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

