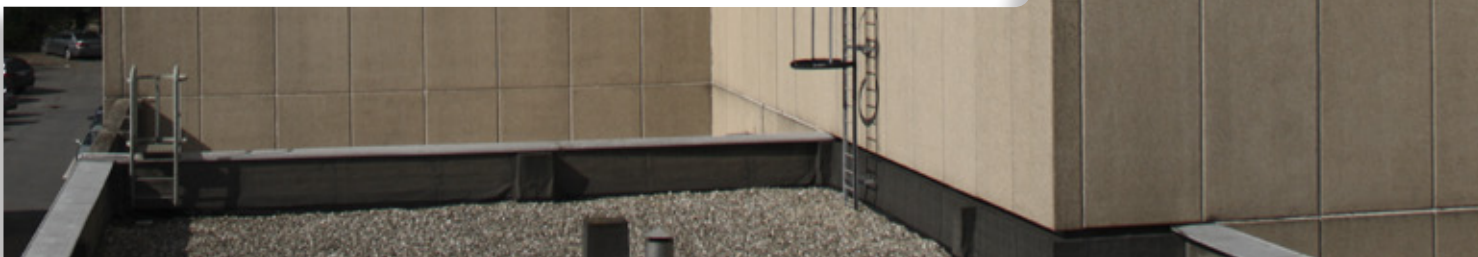




## **HR-integratie afgerond**

**PLUS sprak met Anne Saveyn en Bert Lyssens**

## **Jubilarissen 2011**





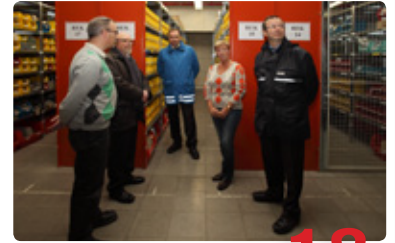
4

HR-integratie afgerond



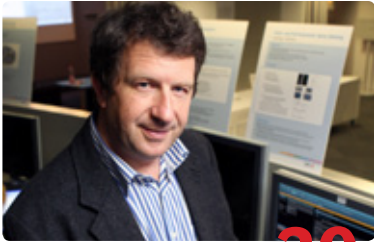
9

Jubilarissen 2011



18

Interne logistiek neemt intrek op Gevaert 5



20

EUREKA!



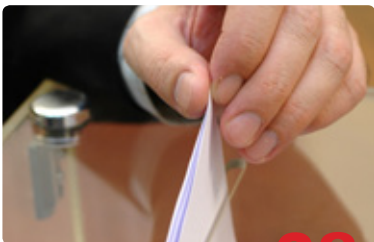
24

De wereld rond



27

De Koers



28

Sociale verkiezingen in 2012



30

Buiten dienst Peter Timmerman



PLUS wenst u prettige eindejaarsfeesten!

## Colofon



nr. 8 – december 2011



Collega's die met (vervroegd) pensioen gaan, kunnen een digitale versie van PLUS lezen op [www.agfa.com/plus](http://www.agfa.com/plus). Wil je op de hoogte blijven wanneer het volgende nummer verschijnt, bezorg ons dan je privé-emailadres via [plus@info.be](mailto:plus@info.be).

### REDACTIEADRES

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

### HOOFDREDACTEUR

Johan Jacobs (8015)

### REDACTIESECRETARIAAT

Maria Dom (8933)

### FOTOGRAFIE

Johan Jacobs, Koen Fasseur,  
Agfa Photo Library

### WERKTEN MEE AAN DIT NUMMER

Eva De Herdt, Ilse Joosen, Anton Marin,  
Viviane Michels, Peter Timmerman,  
Guy Vandecraen.

### VORMGEVING, PREPRESS EN COÖRDINATIE

[www.magelaan.be](http://www.magelaan.be)

### DRUK

Lithos Printing, Wommelgem  
Gedrukt op Satimat Green 135 gr.,  
FSC mixed sources gecertificeerd

### VERANTWOORDELIJK UITGEVER

Viviane Dictus – Franselei 3 – 2950 Kapellen

PLUS nr. 9 verschijnt in maart 2012.



# Beste collega,

Zo rond de eindejaarsperiode is het de gewoonte dat we terugblikken op het voorbije jaar en goede voornemens maken voor het nieuwe. Terugkijkend op 2011, kunnen we vaststellen dat het weer een ingrijpend jaar uit onze geschiedenis was. De zilver- en aluminiumprijzen gingen door het plafond. Door de torenhoge zilverprijzen versnelde de overgang van analoog naar digitaal op dramatische wijze. Waar we vroeger uitgingen van een achteruitgang van 10% per jaar voor film, ligt dat percentage nu beduidend hoger. Het was ook een jaar waarin zich opnieuw een wereldwijde economische crisis aandiende. Beide elementen hadden een zeer sterke invloed op onze activiteiten en onze resultaten, zoals al bleek in het derde kwartaal.

Vooruitkijkend kunnen we nu al stellen dat 2012 een zeer moeilijk jaar zonder vergelijk belooft te worden. De huidige economische crisis zal zich ongetwijfeld voortzetten en naar alle waarschijnlijkheid uitmonden in een recessie. Bovendien – en dat merken we nu al – zal Europa zich in het midden van deze economische storm bevinden. Maar ook de VSA zullen ongetwijfeld in de klappen delen. Er zijn veel onzekerheden in de huidige wereldeconomie en het is onbegonnen werk om vooruitzichten te geven.

Dit geldt ook voor onze onderneming. De economische stilstand of achteruitgang zal voor minder drukwerk zorgen. De budgettaire moeilijkheden van de overheden wereldwijd zal die ertoe aanzetten om te snoeien in hun gezondheidszorginvesteringen. Wat hiervan de impact kan zijn op onze activiteiten en resultaten hoef ik u niet te vertellen. Het enige voordeel van de huidige economische toestand zijn wellicht de meer stabiele en vermoedelijk lagere grondstofprijzen.



Ondanks dit alles vroeg ik eind november op de huldiging van onze jubilarissen om erop te letten niet pessimistisch te zijn. We hebben het voorbije jaar immers bewezen dat onze onderneming grote uitdagingen de baas kan. We bleven overeind bij een zilverprijs van 40 dollar en meer. Sommige van onze concurrenten hadden het hiermee moeilijker. We bespaarden op onze kosten en veel vroeger dan onze concurrenten begonnen we ook onze filmprijzen te verhogen.

We gaan zeker nog moeilijke maanden tegemoet en we zullen er dus alles aan moeten doen om onze kosten in overeenstemming te brengen met de situatie in onze markten en om onze productiviteit te verbeteren.

Ik besef dat dit zo tegen de feestdagen niet de vrolijkste boodschap is om mee te geven. Maar het is nu eenmaal de realiteit. Ik houd er echter aan u allen te danken voor uw inzet in het voorbije jaar. Zoals ik vorige maand ook zei, ben ik er van overtuigd dat we met de gepaste maatregelen en met het engagement van iedereen ook deze storm zullen doorstaan.

Ik wens u en uw familie van harte prettige feestdagen.

*Christian Reinaldo*

# PLUS sprak met Anne Saveyn en Bert Lyssens

Eind 2010 werd de eenmaking van de verschillende HR-afdelingen van Graphics, HealthCare en Materials in één globale shared service aangekondigd. In België gebeurde deze eenmaking in twee stappen. Eerst werden de HR-teams van Graphics en HealthCare samengebracht. Nu, we schrijven eind 2011, wordt het lokale HR-team voor België volledig geïntegreerd. Aan het hoofd van de HR-organisatie in het hoofdkantoor en in de Benelux staat sinds eind oktober Anne Saveyn. Zij was sinds 2005 HR-manager voor Materials. In haar nieuwe functie rapporteert zij aan de Group Vice-President HR, Bert Lyssens. PLUS sprak met beiden over de nieuwe aanpak.

## HR-integratie afgerond

**PLUS: *Waarom werd beslist om de verschillende HR-afdelingen opnieuw samen te brengen?***

**BERT LYSENS:** Zes jaar geleden werden de global shared services toegewezen aan de businessgroepen. Dat kaderde toen in het verantwoordelijk maken van de businessgroepen voor de eigen kosten en later ook in het opsplitsingscenario van de Groep. Door de algemene economische situatie en de tegenvallende resultaten was het niet het juiste moment om met de splitsing door te gaan. In de moeilijke periode die we meemaken is het belangrijk dat we de krachten bundelen. De synergie die we zo kunnen realiseren op het vlak van de kosten is op dit moment belangrijker dan de volledige autonomie van de businessgroepen.

**PLUS: *Hebben we dan geen tevergeefs werk gedaan?***

**BERT LYSENS:** Terugblikkend is het voor HR in elk geval een leerrijke oefening geweest. Het opnieuw samenbrengen van HR wil niet zeggen dat we volledig terugkeren naar de situatie van voor de opsplitsing van HR. We hebben dan ook getracht om het beste van de twee werelden samen te brengen in de nieuwe structuur. Als we iets geleerd hebben uit het opsplitsingsplan, dan is het dat het belangrijk is dat HR en bij uitbreiding alle shared services dicht bij hun businessgroep kunnen

staan. HR mag niet in een ivoren toren zetelen. De link met de businessgroep moet er zijn om een shared service afdeling in staat te stellen om acties te ondernemen die specifiek op de businessgroep zijn afgestemd.

**ANNE SAVEYN:** Het concept van de business partners die toegewezen zijn aan een van de drie businessgroepen is daar een goed voorbeeld van. HR heeft nu een veel beter begrip van de businessgroepen en dat moeten we behouden.

**“Mobiliteit en jobrotatie zullen belangrijke thema’s worden de volgende jaren.”**

**PLUS: *Welke voordelen van de nieuw aanpak zijn nu al duidelijk?***

**BERT LYSENS:** Er zijn voordelen op twee niveaus. Op het hoogste niveau heb je

een aantal instrumenten of processen die in de ene businessgroep ontwikkeld kunnen zijn en die ook van belang kunnen zijn voor de andere. Als je een bepaalde applicatie of een bepaald systeem maar één keer moet ontwikkelen in plaats van drie keer, dan is het voordeel voor de hand liggend. Het tweede niveau zijn natuurlijk de kosten. In veel van onze landen hadden we twee HR-afdelingen, een voor Graphics en een voor HealthCare. Door die samen te voegen bespaar je op je kosten.

Maar er is een derde voordeel dat we recenter naar boven hebben zien komen. Er wordt meer gesproken over medewerkers die kunnen overstappen van de ene



businessgroep naar de andere. Als je afzonderlijke HR-afdelingen hebt, dan denk je op het vlak van personeelsbezetting ook afzonderlijk, binnen je eigen omgeving dus.

Die kruisbestuiving tussen de businessgroepen gaan we op de verschillende niveaus bevorderen. Een goed voorbeeld hiervan is de overstap van Walter Nackaerts van HealthCare naar de Directe Export-afdeling van Graphics. (nvdr. Een gesprek met Walter Nackaerts vind je verder in dit nummer van PLUS.) Mobiliteit en jobrotatie zullen belangrijke thema's worden de volgende jaren. We verwachten van medewerkers die zich willen ontwikkelen bij Agfa dat ze ook openstaan voor laterale jobrotaties en dit gecombineerd met een continue bereidheid om te leren.

**ANNE SAVEYN:** Door het samengaan van HR hebben we nu een beter overzicht van de interne, maar ook van de internationale mobiliteitsmogelijkheden. Daar kunnen we ons voordeel mee doen voor het invullen van de vacatures. De nood aan kruisbestuiving merk je ook in opleidingsprogramma's zoals Leading@Agfa waarin je ziet dat mensen netwerken willen opbouwen waardoor ze van elkaar kunnen leren. Door mensen samen te brengen vanuit verschillende hoeken, krijg je een bredere kijk op de zaken.

**PLUS:** *Begin oktober volgde je Pierre De Boeck op als HR-verantwoordelijke voor Materials. Maar de functie is toch enigszins anders.*

**ANNE SAVEYN:** Eigenlijk gaat het over twee functies nu. Regionaal bekeken ben ik verantwoordelijk voor het Belgische HR-team, inclusief de Benelux-verkooporganisatie, en vertegenwoordig ik HR in de verschillende ondernemingsraden. Maar ook de contacten met de externe wereld horen daar bij. Ik denk dan aan de

contacten met de universiteiten en de arbeidsmarkt.

Het grote verschil met vroeger is dat er in België nu opnieuw een team is voor de drie businessgroepen en de shared services.

**“Het is belangrijk dat HR en alle shared services dicht bij hun businessgroep staan.”**

**BERT LYSSENS:** In de tweede plaats heeft Anne ook haar rol als businesspartner voor Materials, Specialty Products en een aantal shared services. Die rol van businesspartner is zoals eerder al gezegd nieuw binnen de organisatie, maar wel heel belangrijk. Met de drie businesspartners zorgen we er voor dat HR in de directiecomités én in het global leadership team van een businessgroep vertegenwoordigd is. Zij zijn als het ware het aanspreekpunt voor het management van de internationale organisaties. Ze kunnen zo achterhalen wat de specifieke noden van de businessgroep zijn. In deze functie beschikken de businesspartners niet over





een eigen organisatie. Die verzuiling willen we immers niet meer. Aan de hand van wat de businesspartners opsteken in de businessgroepen kunnen ze wel de gemeenschappelijke HR-organisatie aansturen en hierbij de nodige accenten leggen voor de businessgroepen.

**PLUS:** *Binnen de nieuwe structuur is er ook nog een globaal expertisecentrum opgericht. Wat houdt dit in?*

**BERT LYSSENS:** In het globale expertisecentrum zijn mensen actief in een bepaald diepgaand technisch domein. Binnen HR heb je drie activiteitsgebieden. In de eerste plaats heb je Compensation & Benefits, of alles wat met verloning te maken heeft. Ten tweede is er alles wat met Learning & Development, zeg maar ontwikkeling in de brede zin van het woord, te maken heeft. Het evaluatieproces van medewerkers (performance management of OCR) rekenen we hier ook bij. En drie: Staffing, of alles wat met aanwerving of personeelsbezetting te maken heeft. Het expertisecentrum is verantwoordelijk voor het lanceren van nieuwe regels

of beleidslijnen waarmee internationaal kan worden gewerkt. Bijvoorbeeld mobiliteit of OCR zijn beleidslijnen die wereldwijd in de Agfa-organisatie bestaan.

Het is dus de bedoeling dat deze 'policies' door het expertisecentrum worden gestroomlijnd en geoptimaliseerd. Dit zal toch ook weer een aantal voordelen op het vlak van kosten, transparantie en eenvoudigheid opleveren.

**PLUS:** *Tot slot is er ook nog het HR process office?*

**ANNE SAVEYN:** Het HR proces office beheert de processen, de instrumenten en de data waarmee HR kan werken. Voorbeelden zijn OCR of rapportering van personeelsdata, maar ook de processen die te maken hebben met de kwaliteit van de dienstverlening en het beantwoorden ervan aan de ISO-normen en de interne audits. Deze afdeling is zowat de interne globale shared service van de HR-afdeling.

**PLUS:** *Hartelijk dank voor dit gesprek.*

**“Door mensen samen te brengen vanuit verschillende hoeken, krijg je een bredere kijk op de zaken.”**



# Even voorstellen... de business partners



## Anne Saveyn

HR manager België  
Global HR Businesspartner Materials/  
Specialty Products

### Bij Agfa-Gevaert sinds 2005

Eerst als HR-manager voor Materials, daarna kwam de verantwoordelijkheid voor Learning & Development en Recruitment erbij. In oktober 2010 werd het Compensation & Benefits-team toegevoegd.

### Voordien

15 jaar bij Mitec, ook in HR.

### Waarom HR?

HR is al altijd mijn natuurlijke omgeving geweest. Ik hou er van om met mensen samen te werken en iets op te bouwen. Ik vind het ook belangrijk om daarbij te kunnen rekenen op een sterk team. HR heeft zo'n breed 'kleurenpalet' dat het nooit gaat vervelen. Nu ook in de nieuwe functie waar we door de eenmaking van de verschillende HR-afdelingen in staat zullen zijn om veel van elkaar te leren, om over de muurtjes heen te kijken en niet meer in aparte zuilen te denken.

### En in de vrije tijd?

Ik hou van de natuur, vooral van de omgeving waar ik woon in de Vlaamse Ardennen. Het is een uitgelezen decor om te wandelen, te joggen of te fietsen, maar jammer genoeg heb ik daar te weinig tijd voor.



## Marc Deutschmann

Global HR Businesspartner Graphics  
HR manager Europe Graphics en HealthCare

### Bij Agfa-Gevaert sinds 2007

In 2007 startte ik als HR manager Centraal-Europa voor de Graphics businessgroep. Na een jaar werd ook de regio Zuid-Europa mijn verantwoordelijkheid. Vorig jaar bij het oprichten van HR als een Global Shared Service werd ik verantwoordelijk voor de HR organisatie in Europa, met uitzondering

van België, voor Graphics en HealthCare.

### Voordien

Ik heb een tiental jaar gewerkt bij Deutsche Steinzeug Cremer & Breuer AG in de keramische industrie in Duitsland. Een traditionele industrie met bekende namen zoals Meissen porselein. Ook daar werkte ik al in verschillende HR-functies. Toen ik de firma verliet was ik er verantwoordelijk voor de HR van de hele groep.

### Waarom HR?

Je staat erg dicht bij mensen, je zit niet alleen met cijfertjes te werken, maar met mensen. Je moet dus motiveren, overtuigen en begeleiden, en dat is leuk. Ten tweede is het een heel breed werkkterrein. Aanwerving, opleiding, competentie management, ... er zijn zoveel aspecten die ook dagelijks veranderen. HR maakt in elke fase deel uit van de ontwikkeling van een organisatie en bepaalt mee de richting die ze uitgaat.

### En in de vrije tijd?

Mijn grootste passie is reizen. Vroeger heb ik met mijn echtgenote veel kunnen reizen. Nu, met twee kleine kindjes is de actieradius wat beperkt. Verder hou ik ook van zeilen, maar het is inmiddels al weer vijf jaar geleden. Te weinig tijd.

## Annelies Daenen

Global HR Businesspartner HealthCare  
en Global Staffing

### Bij Agfa-Gevaert sinds 2008

Eerst als HR-manager voor de Benelux-regio van HealthCare, zowel hoofdkwartier als verkooporganisatie dus, en in 2010 is daar Graphics Benelux bijgekomen. Sinds oktober van dit jaar ben ik verantwoordelijk voor HealthCare wereldwijd en voor het expertisecentrum Global Staffing.

### Voordien

Als juriste ben ik drie jaar aan de balie van Antwerpen actief geweest, voornamelijk op het vlak van medische aansprakelijkheden. Daarna ben ik bij Electrabel en bij een spin-off van Electrabel als HR-manager aan de slag gegaan. De uitdagingen daar waren echter nogal beperkt, en dus heb ik de overstap naar Agfa gemaakt, waar ik die in overvloed heb gevonden.

### Waarom HR?

Ik maakte de overstap van de juridische wereld naar HR omdat die eerste mij te reactief was en er veel te veel papierwerk bij kwam kijken, te veel punten en komma's zeg maar. In HR kan je toch veel meer met en voor mensen doen.

### En in de vrije tijd?

Dan gaat er veel tijd naar het gezin en de vrienden. Toch kan ik drie keer per week tijd vrijmaken voor wat sport. Ik trek dan mijn sportschoenen aan en ga lopen, ongeveer acht tot tien kilometer.



## Cijfers en letters

In het kader van AEO-certificaat (zie ook vorige PLUS-nummers) werden onlangs de verschillende vestigingen en de laad- en losplaatsen per vestiging aangeduid met cijfers en letters.

Aan de ingang van elke vestiging wordt op een stijlvolle betonnen zuil het vestigingsnummer in een cirkel weergegeven. In de vestigingen zelf is door middel van grote letterborden aangegeven waar de verschillende los- en laadpunten zich bevinden of welke weg men moet volgen om op de juiste bestemming te geraken.

Aan de ingang van de vestiging kunnen leveranciers een plattegrond met de nodige bezoekersinformatie krijgen.



## Agfa Aid stuurt Sinten op pad

Op woensdag 7 december was er weer geen ontkomen aan. De Sinten van Agfa Aid trotseerden weer en wind aan de verschillende personeelsingangen om onze milde giften in te zamelen. Giften die broodnodig zijn voor de vele goede doelen die Agfa Aid wereldwijd steunt.

Noteer daarom ook alvast vrijdag 2 maart 2012 in uw agenda, want op die dag organiseren ze een fuif onder de naam **Agfa Aid Swingt**. Met muziek van verschillende coverbands van eigen Agfa-bodem belooft het opnieuw een gezellige avond te worden in zaal 't Parkske in Mortsel.

Voor meer informatie en kaarten kan je terecht bij Arnout Vandewalle, tel. 2570, Frank Van den Bogaert, tel. 2018, of Guy Wenselaers, tel. 3318. Kaarten in voorverkoop 3 euro, aan de ingang kosten ze 5 euro. Over Agfa Aid zelf vind je meer op de website van de personeelsverenigingen van Agfa: [www.abcvzw.be](http://www.abcvzw.be).







# Jubilarissen feest

# 2014

Zondag 20 november vormde feestzaal De Jachthoorn in Kontich weer het decor voor het jubilarissenfeest van onze onderneming. De klas van 2010 telde 1 collega met 40 dienstjaren en 274 jubilarissen met 25 dienstjaren. Graphics telde 34 jubilarissen (waaronder drie van Dotrix), HealthCare was goed voor 20 jubilarissen, maar zoals gebruikelijk was de overgrote meerderheid toe te wijzen aan Materials (waaronder de Corporate Centers en de Global Shared Services): liefst 221 gehuldigen.

Allen schoven zij aan voor het heerlijke vijfgangenmenu. De gezellige sfeer en de vele herinneringen uit de respectabele loopbanen van de aanwezige jubilarissen maakten dat het een zondag werd om niet meer te vergeten.

Op de volgende pagina's vindt u een foto-impressie van het feest en een samenvatting van de feestrede van CEO Christian Reinaudo.



Christian Reinaldo sprak in zijn feesttoespraak, net zoals vorig jaar volledig in het Nederlands, over de recente gebeurtenissen en de toestand van onze onderneming. Waar hij vorig jaar nog met de gepaste trots kon vaststellen dat Agfa de economische crisis goed had doorstaan, moest onze CEO nu melden dat de volgende economische crisis zich aandient. Agfa's activiteiten zijn cyclisch en volgen dus noodgedwongen de economische conjunctuur.

Vorig jaar ook vroeg Christian Reinaldo de nodige aandacht voor de grondstofprijzen. Toen bedroeg de zilverprijs ongeveer 26 à 27 dollar per troy ounce. Sindsdien explodeerde de prijs van het zilver tot meer dan 40 dollar per troy ounce. De grootste impact van deze enorme prijsstijging hebben we nu in onze resultaten van het derde kwartaal gemerkt.







Tot slot richtte Christian Reinaudo zich tot de aanwezige jubilarissen: “Dames en heren, ik heb Agfa leren kennen als een onderneming met enorme troeven: de knowhow, het stevige productiesysteem en de vernieuwende technologieën. En centraal in dat geheel staan jullie: onze loyale en ervaren medewerkers. Dankzij jullie heeft Agfa zich steeds kunnen aanpassen om een innovator te blijven. En de transformatie gaat door. Zelfs in deze moeilijke economische tijden blijven we investeren. We investeren in de verbetering van onze kostenefficiëntie. In de verdere modernisering van ons productieapparaat. We investeren in de ontwikkeling van vernieuwende technologieën en in overnames die onze strategie ondersteunen. Ik kan het niet genoeg benadrukken: we hebben een onderneming waar we trots op mogen zijn. Zelfs in deze woelige tijden mogen we de toekomst met vertrouwen tegemoet zien.”

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







# Jubilarissen





2011







## MENU

*Kreeftenslaatje  
geparfumeerd met Chardonnay*

—  
*Heldere rundsbouillon  
Geparfumeerd met sherry*

—  
*Reerugfilet "Grand Veneur"  
gebakken witlof, appeltje met veenbessen*

—  
*Waaier van huisbereide zoetigheden*

—  
*Koffie of thee met versnaperingen*

















# Interne logistiek neemt intrek op Gevaert 5

Begin september verhuisde de afdeling interne logistiek van de achterzijde van gebouw 128 op Gevaert 1 naar gebouw 531 op Gevaert 5. Ook het reservemagazijn werd verhuisd van gebouw 594 naar gebouw 531. In november kwamen Luc Delagaye (President Materials) en Jozef Verdonck (VP Operations) ter plekke een kijkje nemen. Ze kregen er een rondleiding van de medewerkers en de lokale afdelingsleiding.



*De nagenoeg voltallige equipe van de interne logistiek en het reservemagazijn huist sinds begin september in gebouw 531. De verhuizing was een heuse krachttoer, maar verliep vlot dankzij de inzet van het hele team.*

De afdeling logistiek bundelt de postdienst, de ontvangstdienst, de planning vervoer en de dienst verzendingen. Het reservemagazijn biedt plaats aan alle mogelijke wisselstukken die nodig zijn voor onze productieafdelingen.

Op de benedenverdieping van gebouw 531 bevinden zich de ontvangstdienst – waar de poststukken en pakjes aankomen – en de ruimte waar de post gesorteerd wordt. Die ruimte heeft veel weg van een postkantoor en koerierdienst, compleet met sorteerbakken en klaarstaande pakketjes en postzakken.



*Op de eerste verdieping van gebouw 531 worden de reserveonderdelen besteld en beheerd, en worden de herstellingen opgevolgd.*



*Begin november kwamen Luc Delagaye, President Materials (midden), en Jozef Verdonck, VP Operations (rechts) het nieuwe interne logistieke centrum bekijken. Collega's Patrick Franckx, Patrick Dietvorst en Cathy Ravignot informeren hen over het nieuwe reservemagazijn.*



*Voor het goederenvervoer werd een nieuwe goederenlift met een laadvermogen van 1.000 kilogram geïnstalleerd.*

De eerste verdieping biedt plaats aan kantoorruimte. Daar worden de ongeveer 55.000 verschillende types van wisselstukken beheerd. Men zorgt ervoor dat er tijdig wordt besteld, maar ook de herstellingen worden er opgevolgd. Het overgrote deel van de verdieping wordt ingenomen door één van de reservemagazijnen. Het bevat rekken vol kleine en grote wisselstukken, van het kleinste schroefje over ventilatoren, pompen en motoren tot allerlei exotische reserveonderdelen voor onze productiemachines.

Na afloop van de rondleiding sprak Luc Delagaye de afdelingsmedewerkers toe. Hij benadrukte dat de verhuizing van de afdeling interne logistiek past in de strategie. De strategisch belangrijke activiteiten zoals functionele folies en de coatingprocessen bevinden zich grotendeels op Gevaert 5. Daarom is het belangrijk dat ook ondermeer de interne logistiek en het reservebeheer daar zoveel mogelijk geconcentreerd worden. Tot slot feliciteerde en bedankte hij het hele team van de afdeling voor de vlekkeloze verhuizing.





# Agfa HealthCare introduceert een vernieuwend innovatieprogramma

# EUREKA!



*“Belangrijker nog dan de innovaties zelf is de innovatie-cultuur die groeit in de teams. Jobtevredenheid en motivatie stijgen en dat is de ideale voedingsbodem voor nog meer innovaties.”*

Het is meer dan twee millennia geleden dat Archimedes in zijn blootje door de straten van Syracuse liep, daarbij luidkeels ‘Eureka, ik heb het gevonden!’ roepend. Ontdekkingen die tot innovaties leiden zijn echter van alle tijden. In het licht van de huidige uitdagingen wordt innovatie steeds belangrijker. Daarom startte Agfa HealthCare in maart het EUREKA-programma op. Het heeft tot doel de innovatiecultuur in de HealthCare IT-afdeling te ondersteunen. PLUS sprak hierover met Geert Claeys, Technology Manager voor HealthCare IT en de bezieler van EUREKA.

#### **PLUS: *Waarom is vernieuwing zo cruciaal?***

**GEERT CLAEYS:** Innovatie wordt gedreven door uitdagingen en opportuniteiten. In onze snel veranderende wereld moeten we zwaar investeren in vernieuwing omdat we op het vlak van de productiekosten niet kunnen concurreren met de opkomende landen. We hebben gelukkig een traditie van innovatie. Bovendien biedt de IT-industrie heel wat kansen voor verandering en vernieuwing. De opkomst van de internettechnologie, mobiele toepassingen en nieuwe apparaten zoals tablet-computers bieden onbeperkte mogelijkheden, ook voor de sector van de gezondheidszorg. Daar kunnen ze helpen om de kwaliteit van de zorg te verhogen en de kosten te drukken.

#### **PLUS: *Hoe kan je vernieuwing in je organisatie verankeren?***

**GEERT CLAEYS:** Organisaties kunnen op veel verschillende manieren aan vernieuwing werken. Ze kunnen bijvoorbeeld samenwerken met universiteiten en onderzoekscentra. Wij gaan er ook vanuit dat elke medewerker creatief kan zijn, wat leidt tot een eigen aanpak.

Wij willen een omgeving creëren waarin mensen kunnen innoveren. Dat is de bedoeling van EUREKA: het ondernemerschap en de innovatie steviger verankeren in het bewustzijn van Agfa HealthCare en ervoor zorgen dat het potentieel van onze eigen werknemers kan ontluiken.

**PLUS: Hoe wordt EUREKA ingevoerd?**

**GEERT CLAEYS:** EUREKA wordt ingevoerd in de verschillende R&D-vestigingen van de HealthCare IT-afdeling. In een aantal van die vestigingen bestaat trouwens al een sterke innovatiecultuur. In maart ging het programma van start in de ontwikkelingscentra voor RIS en PACS. De komende jaren volgen andere teams, zoals Services.

Uiteindelijk worden ook de partners en de klanten erbij betrokken. Het is de bedoeling dat het programma binnen tien jaar minstens twee zogenoemde ‘ontwikkende innovaties’ – vernieuwingen die een echte impact op de gezondheidszorg hebben – en een aantal kleinere innovaties oplevert.

**PLUS: Hoe werkt het programma?**

**GEERT CLAEYS:** Er zijn weinig voorwaarden om deel te nemen en het programma schept een echt gemeenschapsgevoel. Elke medewerker in de IT-afdeling mag voor tien procent van zijn/haar tijd werken aan innovatieprojecten. Het enige dat we vragen is zichtbaar resultaat na een jaar werken. Om alles concreter te maken werden er negen innovatiedomeinen afgelijnd, zoals mobiele toepassingen, *cloud computing* en klinische applicaties. Ter ondersteuning van het programma werd een gemeenschapsportaal opgericht, waar mensen hun ideeën kunnen voorstellen. Daarna kunnen collega’s van over de hele wereld feedback geven voor het verfijnen van de ideeën. Het portaal heeft ook een stelsysteem: wanneer een idee voldoende ja-stemmen heeft gekregen, kan een innovatieteam van vier of vijf personen gevormd worden om een prototype uit te werken. Deze teams bestaan uit mensen met verschillende technische en

businessachtergronden. Na een jaar worden de resultaten geëvalueerd, waarna er zo’n 20 procent kan doorgaan naar de ‘valorisatiefase’. Teams die een negatieve evaluatie krijgen, worden aangemoedigd om opnieuw te beginnen en te leren uit hun mislukte poging.

**PLUS: Wat gebeurt er met de goedgekeurde ideeën?**

**GEERT CLAEYS:** We zullen regelmatig een innovatiedag organiseren, waarop mensen worden uitgenodigd om hun resultaten aan hun collega’s en het senior management voor te stellen. Ik vind het heel belangrijk dat mensen weten dat het management achter EUREKA staat. Het programma wordt gesteund door Volker

Wetekam, de Vice President van de afdeling HealthCare IT en door Luc Thijs, de President van Agfa HealthCare. Sommige ideeën stoten door tot de zogenoemde ‘HI5 Club’. Elk jaar worden vijf voorstellen genomineerd waarvan verondersteld wordt dat ze het grootste potentieel hebben om de gezondheidszorg binnen de vijf jaar te veranderen. Het interessantste idee wordt beloond met de ‘HI5 innovation award’.

**PLUS: Heeft het programma al resultaten opgeleverd?**

**GEERT CLAEYS:** Van bij het begin werd het project enthousiast onthaald. We mikten oorspronkelijk op deelname van tien procent van de in aanmerking komende werknemers. Die doelstelling bereikten we al snel na de invoering van het programma. Er werden al 60 projectvoorstellen ingediend. 25 daarvan zitten al in de prototypefase. Zo zijn er projecten rond het gebruik van tablets voor het weergeven van patiëntenrapporten en -beelden. Die tablets kunnen handig zijn voor dokters die zich vaak moeten verplaatsen. Een afzonderlijke groep werd opgericht om mobiele applicaties sneller op de markt te brengen. Een ander project verplaatst het X-Box-concept, waarbij een computer gestuurd wordt door het maken van gebaren, naar de wereld van de gezondheidszorg. Het concept zou gebruikt kunnen

“Innovatie wordt gedreven door uitdagingen en opportuniteiten.”



worden in drukke operatiekwartieren. De chirurg zou de computer met een simpel gebaar de opdracht kunnen geven om het volgende beeld te tonen of om in te zoomen. Anderen onderzoeken of de 3D-technologie die nu in consumentenproducten gebruikt wordt, ook toegepast kan worden in de medische wereld. Bijvoorbeeld om te zorgen voor een betere 3D-ervaring bij het bekijken van CT- en MR-beelden. Er werken ook

teams aan service tools. Het gaat dan om tools voor het verbeteren van het onderhoud van en de controle op systemen. Tegen eind 2012 zullen onze klanten kennismaken met de eerste kleinere innovaties. Voor het op de markt brengen van de ontwrichtende vernieuwingen is meer tijd nodig. Binnen tien jaar spreken we elkaar opnieuw.



## Prijstitreiking HealthCare Innovation Awards

Op 9 november vond in de HealthCare demoruimte de HealthCare Innovation Day plaats, eindpunt van de eerste fase van het EUREKA-programma. Tijdens korte demo's stelden de verschillende teams hun innovaties voor aan hun collega's en management. Een vijftigtal collega's waren aanwezig, via webex volgden vele andere collega's vanuit de verschillende R&D-sites.

Apotheose van de namiddag was de uitreiking van de Innovation Awards. Volker Wetekam bedankte alle deelnemers voor hun inzet in dit programma: "Achter al deze innovaties staan sterke individuen en teams, wat het moeilijk maakt om een winnaar te kiezen. De Clinical en Technology Awards gaan dit jaar naar teams die niet enkel een bijzonder innovatief idee hadden, maar er ook in geslaagd zijn om de ideeën uit te bouwen tot prototypes en ze zelfs af te werken tot oplossingen die omzet binnenbrengen, wat vaak de moeilijkste stap is. De "EUREKA Innovation Award" gaat dit jaar naar Lei Yang en Liang Song voor hun innovatie IMPAX Tablet. Deze innovatie heeft een veelbelovende toekomst om de gezondheidszorg ingrijpend te veranderen."

De winnaars:

- Clinical Innovation Award 2011: Latifa Mahfoudi & team met ORBIS iDRG, een kennis-gedreven diagnose- en coderingsstelsel;
- Technology Innovation Award 2011: Paul Lipton & team met XERO Technology, een web 2.0 platform voor browser-gebaseerde beeldvormingsapplicaties;
- EUREKA Innovation Award 2011: Liang Song en Lei Yang met een IMPAX Tablet, een native iPad applicatie voor het bekijken van DICOM beelden en rapporten.



Volker Wetekam en Geert Claeys flankeren de HealthCare Innovation Awards winnaars Liang Song, Latifa Mahfoudi en Paul Lipton

## Kleine stand, grote aantrekkingskracht

In de maand oktober maakte Agfa HealthCare een mooie indruk op het jaarlijks congres van de European Association of Nuclear Medicine in Birmingham. En dat je daar niet altijd een grote stand voor nodig hebt, bewees Erik Gielen, Business Manager Nuclear Medicine. Voor de eerste deelname aan deze beurs boekte Agfa HealthCare maar een kleine stand van 12 m<sup>2</sup>. Geheim wapen in de strijd om de aandacht van de bezoeker te trekken was een enorm 70 inch interactief scherm met touch screen, een reusachtige i-Pad zeg maar. Het scherm leende zich perfect voor het geven van demonstraties van de laatste nieuwe 'IMPAX for Nuclear Medicine' oplossing, waarbij de focus ligt op gebruiksvriendelijkheid, workflow en productiviteit en die het enorme voordeel biedt dat alle aspecten van de nucleaire beeldvorming toegankelijk zijn vanop één werkstation. Demonstraties geven op zo'n groot scherm bleek een show-stopper van formaat. Tevreden en met een lange actie- en opvolglijst, keerde Erik Gielen uit Birmingham terug.

Sommige klanten waren niet enkel onder de indruk van onze toepassingen, maar wilden ook meer weten over het scherm zelf en zagen er al toepassingen in tijdens multi-disciplinaire besprekingen in hun ziekenhuizen! Het interactieve scherm staat nu terug opgesteld in de Agfa HealthCare demoruimte waar het indruk blijft maken op alle bezoekers.



## Herbron jezelf

Relaxeren, jezelf herbronnen, .... het zijn niet meteen dingen die je associeert met een doordeweekse dinsdag. Maar dat is buiten collega Catherine Dompas gerekend. Elke dinsdagmiddag kan je immers bij haar terecht voor een sessie 'Herbron jezelf'. Catherine begeleidt je dan in relaxatie-oefeningen, gebaseerd op *do-in* oosterse gevechtstechnieken. Denk hierbij vooral aan stretch-oefeningen en ademhalingstechnieken. Na zo'n uurtje herbronnen kan je geheel ontspannen en met een extra dosis energie aan de rest van de werkweek beginnen.



Praktisch:

Elke dinsdag van 12.30u tot 13.30u

Lokaal 58/02/44

Meebrengen: yoga matje en losse kledij.

Iedereen is welkom en het is helemaal gratis.

Meer info bij Catherine Dompas, tel. 8002.

Relax!





## PLUS sprak met Walter Nackaerts, Manager Directe Export Agfa Graphics

In Walter Nackaerts' bureau hangt een grote wereldkaart. Passend voor de man die begin oktober overstapte van Agfa HealthCare naar Agfa Graphics om daar de Directe Export-regio te leiden. PLUS sprak met hem over de dynamiek en de uitdagingen van een uitgebreide en gevarieerde regio.

# De wereld rond

**PLUS:** *Hoe zag uw loopbaan bij Agfa er tot op heden uit?*

**WALTER NACKAERTS:** Voor mijn Agfa-periode heb ik een twaalf jaar bij Xerox gewerkt. Tien jaar geleden startte ik op de afdeling Micrografie & Document-systemen. Vandaar stapte ik over naar de afdeling Directe Export van de medische divisie. Na de overname van GWI werkte ik twee jaar in Duitsland aan de integratie van GWI in Agfa HealthCare en aan de go-to-market, zeg maar de wijze waarop we de markt benaderen. De laatste drie jaar was ik wereldwijd verantwoordelijk voor Sales en Services van Agfa HealthCare Imaging.

**PLUS:** *Vanwaar de overstap naar Graphics?*

**WALTER NACKAERTS:** Ik vind het belangrijk dat je af en toe eens frisse lucht kan opsnuiven en dat je niet vastroest in je functie. Na bijna tien jaar bij HealthCare kreeg ik binnen Graphics een nieuwe uitdaging aangeboden. Dergelijke kansen moet je grijpen, vind ik.

**PLUS:** *Wat zijn voor u de voornaamste uitdagingen binnen uw nieuwe job?*

**WALTER NACKAERTS:** Wel, het is voor een deel een terugkeer naar een regio die me goed bekend is; een diverse regio met heel wat verschillende culturen en dus ook heel wat gevarieerde uitdagingen. Verder kijk ik ernaar uit om een succesvolle organisatie uit te bouwen die het groeipotentieel in de regio kan realiseren. De regio bestaat uit verschillende landen die een zekere achterstand hebben in hun economische ontwikkeling, maar waarvan een snelle economische groei kan verwacht worden. Een groei die jammer genoeg dikwijls ook onstabiel is. De groeiverwachting in deze regio is hoog, maar hou er rekening mee dat er heel wat risico's zijn.

Enkele van deze landen worden ook getipt als de welvaartlanden van morgen. Ze bezitten veel natuurlijke rijkdommen die nog wachten om ontgonnen te worden. Tot dan is het belangrijk dat Agfa daar aanwezig is. De uitdaging is om in deze landen een

sterke marktpositie te verwerven met onze analoge oplossingen. Die kunnen we dan later omzetten naar onze digitale technologieën. Het uiteindelijke doel is een succesvolle overschakeling realiseren, samen met een rendabele groei.

**PLUS:** *Binnen de Directe Export-landen wordt veel met dealers gewerkt. Het lijkt me niet evident om die allemaal op dezelfde manier voor Agfa te laten werken?*

**WALTER NACKAERTS:** Persoonlijk geef ik de voorkeur aan het woord businesspartners in plaats van dealers. Er is inderdaad een groot verschil tussen werken met businesspartners en werken met eigen mensen. Onze partners kan je niets verplichten. Het zijn meestal ondernemers die hun eigen business willen laten groeien en daarvoor op zoek zijn naar een sterk merk, zoals Agfa, om dit in hun land te realiseren. Daarom moet je interesse opwekken en vervolgens een goede samenwerkingsvorm vinden. Zo kan je voor beide partijen een win-win situatie creëren. Wij verwachten van hen dat zij Agfa Graphics professioneel vertegenwoordigen in hun land, dat zij ons daar op de kaart zetten en er ons een gezond marktaandeel bezorgen.

**PLUS:** *Hoe zit het met die marktaandelen binnen Directe Export?*

**WALTER NACKAERTS:** Als we de verschillende segmenten bekijken dan kunnen we stellen dat we vrij sterk staan in het krantensegment en dat er voor het commerciële segment nog ruimte voor verbetering is. In de wereld van de inkjet wordt Agfa beschouwd als een nieuwkomer. Daar is dus nog werk aan de winkel. Wat dat laatste betreft willen we de verkoop in de toekomst integreren in de bestaande kanalen om zo sneller een goede marktpositie te verwerven. Sneller gezegd dan gedaan, maar we geloven er sterk in.

**PLUS:** *Hoe ver staan de Directe Export-landen in de omschakeling naar het digitale?*

**WALTER NACKAERTS:** Het is duidelijk dat zij nog een achterstand hebben, maar het groeipotentieel van deze nog niet verzadigde markten maakt mijn opdracht net boeiend. We werken dagelijks aan het toegang krijgen tot de markt in deze landen. Als Agfa de juiste organisatie

met de juiste businesspartners kan opzetten kunnen we groei realiseren, zowel voor prepress als voor inkjet.

**PLUS:** *Is er dan geen risico dat de Directe Export-landen een stap overslaan en versneld naar digitaal drukken of zelfs digitale media gaan?*

**WALTER NACKAERTS:** Een te snelle overschakeling naar digitale oplossingen is niet altijd mogelijk omdat de infrastructuur niet aanwezig is.

Als wereldspeler heb je dat uiteindelijk voor een deel zelf in de hand door je klanten op de juiste manier te

begeleiden. Bovendien, als je ziet dat in België een bepaalde krant zijn digitale iPad-krant, ondanks veel inspanningen, slechts aan 3,5 procent van zijn lezers kan slijten, dan maak ik mij daar nog niet al te veel zorgen over.

**“Je moet interesse opwekken en een goede samenwerkingsvorm vinden. Zo kan je een win-win situatie creëren.”**

**PLUS:** *De grafische industrie in de Directe Export-regio heeft dus nog heel wat groeipotentieel?*

**WALTER NACKAERTS:** Niet alleen in de Directe Export-landen, maar in alle groeimarkten. Directe Export is daar maar een onderdeel van.

Vergeet niet dat de trends in de opkomende markten ook onze concurrenten niet ontgaan zijn. Ook zij zijn op zoek naar nieuwe marktkansen buiten onze geïndustrialiseerde wereld.







**PLUS:** *Hoe pak je zo iets aan? De cultuurverschillen zijn toch zeer groot?*

**WALTER NACKAERTS:** Binnen Directe Export herken je toch een aantal regio's met 'gelijkaardige' culturen. Je hebt Rusland met de vroegere CIS-landen, je heb het Midden-Oosten, en je hebt het noorden en het zuiden van Afrika. Je maakt dus een indeling op het vlak van cultuur, taal en dynamiek. Daarmee definieer je een aantal transparante clusters waarmee je kunt werken en die als basis dienen voor een Directe Export-organisatie.

**PLUS:** *U komt van HealthCare. Ziet u veel verschillen op het vlak van Directe Export?*

**WALTER NACKAERTS:** Er zijn uiteraard verschillen, maar op zich hebben beide businessgroepen dezelfde problematiek. Beide hebben een kernactiviteit die achteruit gaat en beide hebben een aantal nieuwe groeipolen gedefinieerd. De HealthCare-markt is meer geregulariseerd door middel van lokale wettelijke kaders die waken over kwaliteit en veiligheid, terugbetalingssystemen, gezondheidsverzekeringen... Binnen Graphics heb je dat minder. Daar werk je vaak met grotere bedrijven als partners en met ondernemers die soms op opportunistische wijze een business proberen te starten en geld te verdienen.

**PLUS:** *Wat zijn de typische problemen die je tegenkomt in de Directe Export-landen?*

**WALTER NACKAERTS:** Ten eerste is er uiteraard de afstand tot het hoofdhuis. Je komt er minder en je hebt er dus minder controle op. Bovendien is het meestal de lokale partner die in de markt aanwezig is, waardoor objectieve marktinformatie niet altijd voorhanden is. Ten tweede zijn de landen er op zich niet altijd even stabiel. Kijk maar naar wat er het voorbije jaar in de Arabische wereld is gebeurd, jongeren die zich verstikt voelen in een dictatuur waardoor het land onstabiel wordt of in een oorlog verwickeld raakt. Of gewoon politieke verkiezingen die een land economisch verlammen zoals nu in Congo. Een derde belangrijke factor is het financiële luik. Je werkt er vaak met de dollar of met lokale dollargerelateerde wisselkoersen die onderhevig zijn aan grote schommelingen. Het verschaffen van kredietlijnen aan onze lokale partners is dus niet risicovrij. Voor de financiering zelf beschik je in die landen niet over een Agfa Finance-organisatie zodat er weinig alternatieven zijn. Je moet dus andere vormen van financiering aanspreken, vaak met lokale banken. Dat is niet altijd evident.

**PLUS:** *Wat heeft u het meest verrast in uw eerste maanden bij Agfa Graphics?*

**WALTER NACKAERTS:** Het was lang geleden dat ik nog eens een wow-gevoel had bij een van onze producten, maar tijdens mijn kennismakingsronde was ik zeer onder de indruk van de :M-Press. Met deze unieke technologie hebben we een echte voorsprong op onze concurrenten.

Voorts vind ik het opvallend hoe er binnen HealthCare heel veel over IT gesproken wordt, veel meer dan bij Graphics. Nochtans heeft Graphics ook heel wat te bieden op dat vlak. Als je bijvoorbeeld weet dat drie vierde van de kranten elke dag met de Agfa :Arkitex-software gemaakt wordt, is dat best iets om fier op te zijn. En dan vergeet ik de :Apogee-software nog!

**PLUS:** *2012 is een drupa-jaar. Wat betekent dit voor Directe Export?*

**WALTER NACKAERTS:** In het verleden heeft de Directe Export-afdeling steeds zeer goed gepresteerd tijdens de vakbeurs drupa. Ook volgend jaar zullen we dit opnieuw trachten waar te maken. Onze voorbereiding start in januari met een meeting met onze businesspartners. Tegen dan zal ook de nieuwe Directe Export-organisatie op poten staan.

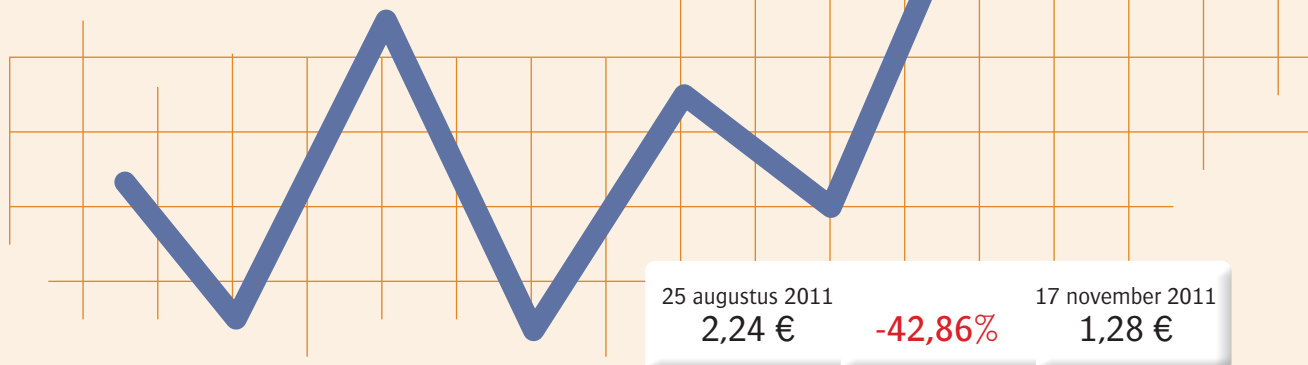
**PLUS:** *Bedankt voor dit gesprek.*

**“Ik vind het belangrijk dat je niet vastroest in je functie.”**



# De koers

Eenmaal per kwartaal geeft PLUS u 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.



## Dieprood

Een traditioneel seizoensgebonden zwak derde kwartaal in combinatie met de impact van de verzwakkende conjunctuur en met het effect van de grondstofprijzen die het hoogste niveau van het jaar bereikten. Dat is in een notendop de verklaring voor de tegenvallende resultaten van het voorbije kwartaal.

De gevolgen voor het aandeel waren navenant. Noteerden we in augustus nog een stijging van bijna 20% na de publicatie van de goede halfjaarresultaten, dan kleurde het aandeel op 17 november dieprood en zakte het met iets meer dan 21% tot 1,28 euro. En hoewel de resultaten grotendeels in lijn lagen van de naar beneden bijgestelde verwachtingen, reageren de financiële markten toch meestal na de publicatie van de resultaten, verklaart analist Siddy Jobe van Bank Degroof.

De teneur bij de analisten was dan ook grotendeels eensluidend: tegenvallende resultaten – hoewel verwacht – omwille van de hierboven vermelde redenen en weinig of geen concrete vooruitzichten voor de korte termijn.

Waren er dan geen positieve elementen te noteren? Toch wel. De hoger dan gemiddelde reorganisatiekosten wijzen er op dat Agfa er alles aan doet om de kosten in overeenstemming te brengen met de situatie in de markten en om de productiviteit te verbeteren. Door de sterke schuldenafbouw van de voorbije jaren is de financiële situatie van de onderneming nu veel beter. Het vierde kwartaal, tot slot, is seizoensgebonden een sterk kwartaal. Redelijkerwijze kan dan ook worden aangenomen dat de marges zullen verbeteren.







# Sociale Verkiezingen in 2012

De volgende sociale verkiezingen zullen plaatsvinden in mei 2012, zoals aanbevolen door de Nationale Arbeidsraad. Bijna 6.000 ondernemingen uit de privé-sector en de non-profit in België organiseren dan verkiezingen met het oog op de samenstelling van ondernemingsraden en comités voor preventie en bescherming op het werk. Zo'n 1,4 miljoen werknemers kunnen aan de verkiezingen deelnemen, maar er is geen stemplicht.

Binnen de Agfa-Gevaert Groep worden er verkiezingen gehouden voor zes ondernemingsraden en evenveel comités: Agfa Materials (Agfa-Gevaert NV) in Mortsel en in Heultje, Agfa Graphics in Mortsel, Agfa Dotrix in Gent, Agfa HealthCare in Mortsel en in Gent.

Door het uitbrengen van je stem op één van de kandidaten-collega's kan je bepalen hoe de ondernemingsraad en het comité samengesteld zijn gedurende de volgende vier jaren. In die periode zullen werkgevers- en werknemers-afgevaardigden in deze organen het dagelijkse sociale reilen en zeilen van onze onderneming mee richting geven. PLUS zet de taken en bevoegdheden van beide organen even op een rijtje. Zo weet je alvast waarvoor je volgend jaar stemt.

## Ondernemingsraad

De ondernemingsraad is een informatieorgaan voor economische en financiële informatie. Bij de maandelijkse vergadering geeft de directie aan de werknemersvertegenwoordigers informatie over onder andere de toestand van de onderneming, bestellingen, verzendingen en de omzetten. Deze informatie wordt ook nog eens trimestrieel toegelicht.

Daarnaast vindt er overleg plaats: de ondernemingsraad zal in een aantal materies advies kunnen geven zodat er over die onderwerpen een gedachtewisseling tot stand kan komen. Belangrijke dossiers moeten vanzelfsprekend in de ondernemingsraad besproken worden. Voorbeelden hiervan zijn herstructureringen, overnames, belangrijke reorganisaties van de hele of van grote delen van de onderneming. De gekozen werknemersvertegenwoordigers kunnen daar alle vragen stellen die van dicht of ver te maken hebben met de gang van zaken van het bedrijf. Indien je als werknemer een agendapunt wilt aanbrengen, dan kan je dit doen bij een van de afgevaardigden. Een agendapunt kan echter geen persoonlijk probleem aankaarten; die worden door de vakbondsafvaardiging behandeld en niet door de ondernemingsraad.

De ondernemingsraad is bevoegd een beslissing te nemen onder andere bij de voordracht van de bedrijfsrevisor, het vastleggen van de jaarlijkse vakantiedagen, de vervangingsdagen voor feestdagen, wijzigingen aan het arbeidsreglement...

## Comité voor Preventie en Bescherming (CPB)

Deze vergadering is veel directer op de dagelijkse realiteit gericht. Hier worden voorstellen en adviezen besproken in verband met de veiligheid bij het werk, de gezondheid van de werknemers, de hygiëne en de aantrekkelijkheid van de werkplaats. Het comité werkt ook met een jaarthema waarvan de uitvoering tijdens een driemaandelijke rondgang in de verschillende afdelingen getoetst wordt. Wanneer men daarbij tekorten vaststelt, worden die in een verslag gesignaleerd en moet de afdeling deze tekorten wegwerken. De afdelingschef brengt drie maanden later verslag van de werken uit op deze vergadering. Deze rondgangen gebeuren met een beperkte delegatie van het Comité. Voor andere thema's wordt ook met een beperkte groep gewerkt. Zo is er bijvoorbeeld de ongevallencommissie die een onderzoek instelt bij elk ernstig ongeval. De bedoeling hiervan is duidelijk: door het werken in een veilige omgeving ongevallen en beroepsziekten voorkomen.



## Prijs!

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

De antwoorden op de puzzelvragen waren:

A. Winkeldochters – B. Afvalproblemen – C. Indianapolis – D. Weerkeren – E. Stavanger – F. Gargamel – G. Zevenzot – H. Diderot – I. Hendel – J. Blowen – K. Hindi – L. N.

De vraag die je kreeg als je alle letters op de juiste plaats zette, luidde: In welke Braziliaanse stad bevindt zich het hoofdkwartier van de onlangs overgenomen onderneming WPD? Antwoord: Recife.

De te zoeken cijfers van de sudokus waren 3 en 7.

Winnen elk twee filmtickets: Dave De Bruyn (Agfa Materials) en Willy Verdonck (GSS/ICS). Proficiat!



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



## Red Hot Chili Peter



Peter Timmerman werkt sinds 2000 bij Agfa. Momenteel is hij verantwoordelijk voor de After Sales applicaties en de B2B en B2C sales applicaties voor de HealthCare-organisatie. Eens terug in de vertrouwde omgeving van Maldegem wijdt Peter zich met veel overgave aan zijn hobby: het kweken van chilipepers.

**PLUS: *Waarom begint iemand pepers te kweken?***

**PETER:** Eigenlijk heel eenvoudig. Ik heb altijd al graag getuinierd, vroeger weliswaar op kleine schaal. Anderzijds lust ik heel graag pepers. Ik vind het fascinerende planten. Zo'n vijf jaar geleden heb ik het tuinieren dan bewust weer opgepikt en heb ik me volledig gericht op het kweken van verschillende variëteiten van chilipepers.

**PLUS: *Hoe begin je daar aan?***

**PETER:** Wel, ik heb me een kleine serre aangeschaft en zaadjes van een tiental variëteiten besteld. Ik was meteen gebeten door het hele groeiproces van de planten, door de bijzondere vormen en kleuren en ook de smaken van de vruchten. Na een tweetal jaar – ik was inmiddels verhuisd – kocht ik me al een tweede kleine serre.

**PLUS: *Maar je bent nog verder gegaan?***

**PETER:** Ik wou meer variëteiten kunnen kweken en ook eigen zaden oogsten, zodat ik niet meer van anderen afhankelijk was. En zo kan ik ook het hele proces van zaadje tot vrucht en weer tot nieuw zaadje uitvoeren. Om dat te kunnen doen, moet je ofwel een systeem hebben om je planten tegen insecten te beschermen



Orange Habanero



Appetitoso



Hot Lemon

ofwel moet je de planten ver genoeg van elkaar kunnen zetten. Toen we een tijdje geleden gevraagd werden om 80% te werken, heb ik van de nood een deugd gemaakt en heb ik die tijd gebruikt om mijn hobby verder uit te bouwen. Ik heb dan een stukje landbouwgrond gekocht waarop ik een tunnelserre met een oppervlakte van 200 m<sup>2</sup> en een bevoeiingssysteem heb geplaatst. Hier kweek ik nu in totaal een 45-tal variëteiten.

**PLUS: Dat vraagt toch heel wat werk?**

**PETER:** Door het grote aantal plantjes en de grote oppervlakte is er wel heel wat werk. Daarom heb ik ook gezocht naar een automatisch bevoeiingssysteem. Het verzorgen van de plantjes valt best mee. Eens de planten uitgezet zijn, moet je er niet veel meer aan doen. Tomaten bijvoorbeeld moet je 'luizen' of 'dieven'. Peperplanten kan je eigenlijk rustig laten gedijen.

**PLUS Welke soorten kweek je? En zijn daar ook zeer hete chilis bij?**

**PETER:** Eigenlijk zijn er slechts een vijftal soorten chilis, maar er zijn wel heel veel variëteiten. Zoals gezegd kweek ik 45 variëteiten. De allerheetste pepers kweek ik niet. Dat is een pure hype, want je kunt er eigenlijk niets mee doen. Ik kweek onder meer de Black Hungarian Wax, een milde tot medium hete pikzwarte peper die rood afrijpt. De Jalapeno is de mildste peper uit mijn collectie. Iets pikanter is de Maule's Red Hot. De vurige Orange Habanero tot slot is de pikantste die ik kweek, maar hij heeft wel een erg exotische smaak. De smaak vind ik trouwens zeer belangrijk, want ik experimenteer ook graag in de keuken met mijn pepers.

**PLUS: Hoe bepaal je eigenlijk de 'hitte' van een peper?**

**PETER:** De hiteschaal van chilis wordt uitgedrukt in Scoville Heat Units (SHU), genoemd naar de chemicus Wilbur Scoville die een verdunning-en-proef-procedure

uitwerkte. Hij verdunde de vermalen pepers in een suiker-water-oplossing in steeds dunnere samenstellingen tot de hitte niet langer voelbaar was. Hierop werden dan cijfers geplakt en zo maakte hij de Scoville hitte-eenheid. SHU wordt gemeten per 100 eenheden. Tegenwoordig zijn er echter ook scheikundige analyse-methodes die veel nauwkeuriger zijn.

**PLUS: Hoeveel pepers oogst je zo per jaar?**

**PETER:** Ik heb ongeveer 700 planten en je mag toch een 20 pepers per plant rekenen, dus ruwweg oogst ik 14.000 pepers per jaar. Nu ik er zo over nadenk is dat best veel.

**PLUS: Wat doe je daar dan allemaal mee?**

**PETER:** Ik heb een website met heel veel informatie en via dat kanaal verkoop ik wel wat. De omzet neemt jaarlijks toe.

**PLUS: Ik vermoed dat de Red Hot Chili Peppers je favoriete muziekgroep is?**

**PETER:** Ik hou wel van de Red Hot Chili Peppers, maar dat is veeleer toeval hoor.

**PLUS: Veel succes nog!**



Wil je meer weten over het kweken van chilipepers dan kan je surfen naar Peter's website: [www.chilis.be](http://www.chilis.be).

Je kan hem ook mailen: [info@chilis.be](mailto:info@chilis.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).



## 300

Dat is het aantal Japanse drukkerijen dat de chemievrij :Azura TS-drukplaat in gebruik heeft. Op de IGAS vakbeurs in het najaar werd drukkerij King Printers uit Tokio gevierd als de driehonderdste gebruiker. Het bedrijf levert web-to-print diensten aan meer dan 40.000 gebruikers.

“Met de ingebruikname van Agfa Graphics’ chemievrij CtP-systeem tonen we onze klanten onze toewijding aan het behoud van het milieu in combinatie met een hoge drukkwaliteit en kleurconsistentie”, aldus vicepresident Takeshi Ueyama, hier op de foto geflankeerd door Marc Op de Beeck, Agfa Graphics VP Growth markets. Voor Agfa Graphics is dit een nieuwe mijlpaal in het vergroten van zijn marktaandeel in de thuismarkt van concurrent Fuji.



## Spandex verdeelt :Anapurna

Graphics en Spandex tekenden onlangs een overeenkomst voor de verdeling door Spandex van de :Anapurna-grootformatprinters in Europa.

Spandex is wereldwijd toonaangevend leverancier van de sign- en specialty graphics-industrie. De onderneming legt zich toe op de verkoop, de distributie en service van/voor digitale print-, snij- en freessystemen, evenals de bijhorende media en aluminium-signsystemen. Spandex heeft meer dan 20.000 klanten in 15 landen.



## Veiligheidssoftware voor Brunei

De overheid van het Zuidoost-Aziatische land Brunei investeerde onlangs 192.000 euro in :Fortuna, Agfa Graphics’ designsoftware voor de creatie van beveiligd drukwerk.

De software zal gebruikt worden voor het drukken van o.a. paspoorten, identiteitskaarten, belastingpapieren, chequeboekjes, postzegels, loonbriefjes, diploma’s, rekeningen en halal labels. In de toekomst komen daar mogelijk nog geldbriefjes bij die momenteel nog in het buitenland gemaakt worden. Door zijn eigen documenten te drukken hoopt Brunei 60% te kunnen besparen, voornamelijk wat betreft transportkosten.

Het contract voor het drukvoorbereidingsysteem werd getekend door een hoge magistraat van Brunei en een afgevaardigde van Agfa Graphics-dealer CGS Pte Ltd Singapore. Ook collega Koen Heyndrickx, Business Line Manager Security & Decorative Printing, woonde de ceremonie bij (rechts op de foto).

85% van de geldbiljetten in de wereld wordt nu al ontworpen met behulp van Agfa Graphics’ producten.



## 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 Frans aristocraat en schrijver van veel gecensureerde pornografische boeken die overleed in 1814.
- B **Wordt hij met lichtmis gevierd?**
- C Eerste koning der Franken van de Karolingische dynastie, zoon van Karel Martel.
- D **Het gewicht van stromen bepalen.**
- E **Landbouwactiviteit?**
- F Het opwerpen van aarde tegen een oever om zo tot landaanwinning te komen.
- G Joods feest ter herinnering aan de inwijding van de tempel.
- H Geografische breedte (Engels).
- I Tot voor kort trainer van de Turkse nationale voetbalploeg.
- J **Die honden maken er een bende van.**
- K Een familie en geslacht van makreelachtige zeevissen, o.a. in de Middellandse Zee.
- L Munteenheid van Thailand.
- M **Oefen die apen op militaire wijze.**

21	48	37	6	13	75	8	23	81	25	86	34	51	A
25	18	85	39	89	58	7	1	12	60	74	72	B	
15	36	52	42	26	87	46	93	77	49	30	83	C	
3	10	94	78	45	82	22	74	14	33	D			
16	68	31	55	92	38	24	70	47	E				
63	54	53	11	69	73	21	4	67	F				
18	41	27	2	88	4	29	56	G					
5	10	90	1	35	44	80	72	H					
19	50	64	65	20	67	93	I						
79	43	44	9	66	J								
57	32	61	59	76	K								
62	28	71	84	L									
91	17	60	40	M									

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	93	94	?				

## 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 de lichtgekleurde vakjes inzendt. Per e-mail naar **plus@agfa.com**, per binnenpost naar **8933**. Succes!

Te gemakkelijk?

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

OK, iets moeilijker dan.

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