

UARY

M	T	W	T	F	S	S
06	07					
13	28					
20	21					
27	28					



“Er is ruimte voor groei!”
PLUS sprak met Luc Thijs

Op stap met **Gizzie** en **Embeeke**

FEB



4

PLUS sprak met Luc Thijs
"Er is ruimte voor groei!"



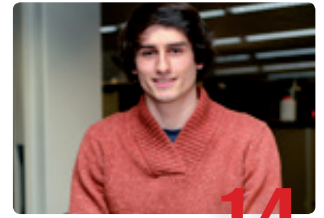
11

Wat is GDPR?



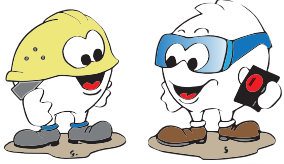
12

Ceci n'est pas un
calendrier



14

Bewuster omgaan met
energie



16

Op stap met Gizzie en
Embeeke



18

Agfa HealthCare
aan het woord



21

Alles begint met een
goede gezondheid



22

Tournée Minérale:
op je gezondheid!



24

Drukwerk krijgt
nieuwe dimensie



25

Agfa SP stelt ABSOLUT-ID
voor op Trustech



26

ACE 105 bekroond met
Procurement Excellence
Award 2016



28

Chinese ambassadeur
op bezoek bij Agfa



29

MUSICA goes Dynamic



30

Opvallen mag



31

Miss Gevaert



32

De blokhut van Danny

Colofon



nr. 28 – december 2016



REDACTIEADRES

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

HOOFDREDACTEUR

Johan Jacobs (8015)

REDACTIESECRETARIAAT

Maria Dom (8933)

FOTOGRAFIE

Johan Jacobs

WERKTEN MEE AAN DIT NUMMER

Bart Aertgeerts, Karl Anthonissen,
Ben De Crom, Eva De Herdt,

Maria Dom, Luc Gusing,
Ilse Joosen, Wouter Machiels,
Anton Marin, Viviane Michels,
Herwig Neefs, Willy Van Leemput,
Guy Vandecraen, Werner
Vandevelde, de ploeg van EB2

VORMGEVING, PREPRESS EN COÖRDINATIE
www.magelaan.be

DRUK

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

VERANTWOORDELIJK UITGEVER

Viviane Dictus
Franslei 3 – 2950 Kapellen

Plus nr. 29 verschijnt in april 2017

Beste collega,



In 2015 noteerden we twee opeenvolgende kwartalen met een omzetstijging in vergelijking met dezelfde periode in 2014. Jammer genoeg heeft deze trend zich in 2016 niet kunnen doorzetten. De omzet daalde in het derde kwartaal met 5,4% tot 625 miljoen euro. De omzettrend van de businessgroep Agfa HealthCare verbeterde in vergelijking met de voorbije kwartalen van dit jaar en de HealthCare IT-groeimotoren bleven sterk presteren. Daartegenover stellen we vast dat de businessgroep Agfa Graphics opnieuw geconfronteerd werd met de hevige concurrentiedruk in de offsetmarkten en de zwakke marktomstandigheden in sommige opkomende landen. Het succes van onze efficiëntiemaatregelen en de gunstige grondstofeffecten (voornamelijk voor aluminium) zorgden ervoor dat de positieve trend voor de winstgevendheid zich in het derde kwartaal wel kon doorzetten. We mogen dan ook aannemen dat we onze hoofddoelstelling voor 2016 – een recurrente EBITDA van 10% van de omzet voor het volledige jaar – zullen realiseren.

Dit geeft ons nu de kans om onze focus gedeeltelijk naar de omzet te verleggen. En dat is nodig. Alleen door onze omzet opnieuw te doen groeien, kunnen we genoeg middelen creëren om in de toekomst van onze onderneming te investeren. We zullen daarom verschillende nieuwe projecten opstarten om de achteruitgang van onze traditionele activiteiten te beperken en om het succes van onze groeimotoren kracht bij te zetten. We moeten hierbij onze inspanningen baseren op drie pijlers: onze traditionele activiteiten zo efficiënt mogelijk beheren, het groeitempo van onze inkjet-, DR- en IT-activiteiten opdrijven, en – waar mogelijk – kleine, gerichte overnames doen.

De organische omzeterosie omkeren is dus onze topprioriteit. Om deze doelstelling kracht bij te zetten, heeft het Directiecomité een speciale werkgroep opgericht. Op basis van de drie genoemde pijlers zal deze werkgroep voorstellen doen die een actieplan om de omzet te ondersteunen vorm moeten geven. Bij de volgende infotoer zal ik u over de vooruitgang van deze werkgroep informeren.

Onze netto financiële schuld bedraagt nu 31 miljoen euro. Ze bevindt zich hiermee op een historisch laag niveau. Ook dit zal ons mogelijkheden bieden om externe groeikansen te onderzoeken die op hun beurt onze omzet

zouden kunnen ondersteunen. Voorts streven we ernaar onze aanwezigheid in de groeiregio's verder te versterken en onze positie als technologieleider te verdedigen met nieuwe innovatieve systemen en producten. Een laatste aandachtspunt heeft te maken met klantentevredenheid. Om onze klanten tevreden te houden, moeten we ons nog meer concentreren op de kwaliteit van uitvoering in onderzoek & ontwikkeling en in de implementatiefases bij de klant. Onze systemen moeten direct na hun installatie foutloos presteren. Zo kunnen zowel de klant als wijzelf veel tijd en geld besparen.

Afsluitend mogen we stellen dat 2016 een behoorlijk goed jaar was, waarin we onze doelstellingen voor het grootste deel hebben kunnen realiseren en waarbij we mooie successen hebben behaald. Ik denk hierbij voor Agfa Graphics aan de geslaagde drupa-beurs en de vele awards voor onze inkjetprinters, en voor Agfa HealthCare aan de succesvolle doorbraak van ons Enterprise Imaging-platform, het DIN-PACS IV-contract van de Amerikaanse overheid en de geslaagde hernieuwing van het AP-HP-contract in Frankrijk. Voor Agfa Specialty Products vermeld ik graag de voortzetting van onze *last man standing*-strategie voor de filmproducten in combinatie met het succes van Synaps en Orgacon.

Ondertussen heeft u ongetwijfeld vernomen dat de gesprekken met CompuGroup Medical over een mogelijke overname van onze onderneming gestopt zijn. De toekomst zal uitwijzen of dit een goede zaak is. Feit is dat wij nooit vragende partij waren. Na een lange transformatieperiode verkeert Agfa in goede vorm. De netto financiële schuld is praktisch tot nul herleid, de blootstelling aan de volatiele zilverprijs is voor het grootste deel afgebouwd; de pensioengerelateerde cash-out is onder controle en de recurrente EBITDA steeg tot 10%. Het mag dus niet verwonderen dat men geïnteresseerd is in onze onderneming. Ik denk dat dit aantoont dat wij op het juiste spoor zitten.

Tot slot wil ik u allen danken voor uw inzet en creativiteit in 2016. Ik wens u en uw dierbaren een mooie en gezonde start voor een veelbelovend 2017.

Christian Reinaudo





“Er is ruimte voor groei!”

Last but not least in het rijtje van interviews met de presidenten van onze businessgroepen sprak PLUS op de vooravond van RSNA, het belangrijkste radiologie-event wereldwijd, met Luc Thijs, President van Agfa HealthCare.

PLUS: *Agfa moet opnieuw groeien, zei CEO Christian Reinaldo begin dit jaar. Maar de jongste kwartaalcijfers bewijzen dat dit niet eenvoudig zal zijn. Hoe pakt Agfa HealthCare dit aan?*

LUC THIJS: Ondanks het feit dat IT en DR (Direct Radiography) met meer dan 8% gestegen zijn na negen maanden in 2016, blijkt dit voorlopig niet voldoende om de afname van de film- en CR-business (Computed Radiography) volledig te compenseren. Ik wil daarom op drie vlakken actie ondernemen.

Eerst en vooral ben ik ervan overtuigd dat we de groei van onze huidige groeimotoren nog verder kunnen aan-

zwengelen. Voor Imaging IT zie ik de positieve impact van het nieuwe 'Enterprise Imaging'-platform zich zeker verder doorzetten eens de eerste grote projecten operationeel zijn en de klanten actief voor publiciteit zorgen. Ik zie dat laatste ondertussen al gebeuren bij Ziekenhuisgroep Oost Limburg in Genk, onze eerste grote Europese referentie. Anderzijds verwacht ik ook veel van de Amerikaanse markt waar we het voorbije jaar flink aan marktaandeel wonnen.

In Enterprise IT brengen we ondertussen ook nieuwe ORBIS-toepassingen op de markt met een doorgedreven klinische functionaliteit: het voorschrijven en toedienen van geneesmiddelen, het beheer van intensieve zorgen, het beheer van spoeddiensten, ... Die toepassingen vervolledigen onze portfolio voor onze bestaande klanten, maar ze versterken ook de slaagkansen van ORBIS bij het winnen van nieuwe klanten. Op de Britse markt rollen we nu een eerste ORBIS-project uit, maar het is duidelijk dat we daar verder willen groeien.

Daarnaast werken we goed door aan een nieuwe ORBIS 'NG'-architectuur die gebruik maakt van de nieuwste softwaretechnologie en -concepten. Het is de basis voor een nieuwe ontwikkel- en gebruikersomgeving die de groei van ORBIS ook in de toekomst zal blijven voeden. Tot slot verwacht ik ook heel wat van de internationalisering van HYDmedia, onze oplossing voor Enterprise Content Management, die ziekenhuizen de kans biedt om papierloos te werken.

Binnen Imaging werken we aan de uitbouw van een competitieve DR-portfolio die ons in staat zal stellen om nieuwe klanten aan te spreken en bestaande CR-klanten om te schakelen. De jongste telg van het portfolio is de DR 800-röntgenkamer. Die is – voor het eerst – voorzien van de dynamische MUSICA-beeldsoftware die nu ook bewegende beelden kan verwerken. De steeds groeiende basis van geïnstalleerde toestellen zal overigens zorgen voor een continue toename van onderhoudscontracten aan goede marges. Sterke, weerkerende omzetstromen zijn de basis van elke goede business in diagnostische modaliteiten.

Als tweede punt zie ik ook nog ruimte voor verbetering in de hardcopy-filmbusiness. De laatste twee jaren hebben een aantal groeimarkten helemaal niet gepresteerd zoals verwacht werd, deels door de socio-economische of de politieke context, maar deels ook door een te starre distributiestructuur aan onze kant. Ik zie alvast beterschap in Latijns-Amerika.

“Klanten verwachten een echte partnerrelatie.”

Als derde actierrein ten slotte moeten we de eigen organische groei ook met gerichte overnames blijven versterken. Denk daarbij niet alleen aan mega-projecten, maar ook aan een gestage stroom van kleinere initiatieven in welbepaalde landen. Zo versterkt de TIP-overname van

begin dit jaar in Oostenrijk bijvoorbeeld onze positie in de DACH-markt. Naar dergelijke 'targets' zijn wij continu op zoek.

Samengevat ben ik er dus van overtuigd dat we kunnen groeien indien we al deze zaken naar plan uitvoeren. De regio

Europa bewijst vandaag al dat dit kan.

PLUS: Wat is hierbij het belang van de nieuwe HE-structuur, het 'HealthCare Transformation Program'?

LUC THUIS: Begin 2016 deden we een studie bij klanten, concurrenten en andere industrieën om na te gaan of nieuwe diensten onze groei zouden kunnen bevorderen. De conclusie was dat we groei niet in de eerste plaats moeten zoeken in het ontwikkelen van volledig nieuwe diensten die ver van onze portfolio staan. Integendeel, de studie gaf aan dat we nog het meest zouden kunnen groeien door daadwerkelijk uit te blinken bij de installatie en de support van onze eigen kernportfolio.

Eenzijds is onze portfolio er alleen maar gesofisticeerder op geworden. Anderzijds zijn klanten niet meer tevreden met het eenvoudig afleveren van een product 'an sich'. Zij verwachten een echte partnerrelatie, waarbij we naast het product ook de nodige kennis overdragen. Eenvoudig gezegd: leer de klant hoe hij met het product de door hem gezochte oplossing het best kan bereiken. Doordat wij onze producten/oplossingen vele keren per jaar implementeren, hebben we dus heel wat ervaring opgebouwd. Onze klanten doen dit veelal maar één keer in hun leven. Het doel van het 'HealthCare Transformation Program' is om in de regionale organisaties service en verkoop beter op elkaar af te stemmen, zodat we systematisch tot een beter begrip van de gezochte oplossing en bijgevolg ook tot een betere implementatie komen. Daarnaast willen we een betere doorstroming van kennis tussen R&D, portfolio-beheer en services realiseren. Het nieuwe productengamma is zo gesofisticeerd dat dit echt nodig is. Naast een organisatorische wijziging omvat het transformatieprogramma ook een versterking van zowel onze capaciteit als van onze competenties om de installatie van complexere projecten bij klanten tot een goed einde te brengen.

PLUS: *Yambla, Innovation Days, AgfaHack, Eureka, Blue Health en andere partnerships met start-up-bedrijven en universiteiten bewijzen dat Agfa HealthCare sterk inzet op innovatie (zie PLUS 27). Wat zijn de resultaten die daaruit voortvloeien?*

LUC THUIS: Innoveren doe je vandaag niet meer binnen R&D alleen. En ook niet binnen de muren van je eigen bedrijf.

Innoveren doe je bovendien niet louter op technologisch vlak, maar ook op het vlak van business-modellen en van diensten. Denk maar aan Uber of aan Amazon.

Zoals je weet, richtten we al vijf jaar geleden het Eureka-programma op, waarbij onze R&D-mensen binnen de IT-divisie 10% van de

beschikbare tijd mochten besteden aan 'hun' innovatie-project. Met dat project moesten ze in een periode van zes maanden tot een prototype komen, dat na formele evaluatie ofwel verder werd gesteund ofwel werd opgeborgen. Ondertussen hebben wij het Eureka-programma uitgebreid naar alle divisies binnen HealthCare, maar ook naar de services-organisatie en naar de regio's. Behalve een prototype, wordt er nu ook een business case verwacht.

Tijdens de Agfa 'hackaton' – een formule waarbij multidisciplinaire teams op een vooraf bepaalde 'uitdaging' werken om binnen de 48 uur tot een 'proof of concept' te komen – hebben we ook externe firma's betrokken. Hiervoor waren meer geïnteresseerden dan verwacht, iets wat we alvast in het achterhoofd houden voor de volgende sessie.

Ondertussen hebben we ook Yambla in huis genomen, een innovatiemanagementplatform dat iedereen in de HealthCare-organisatie de kans geeft om een uitdaging te formuleren of in staat stelt bij te dragen tot de realisatie ervan. Echte *grass-roots*-innovatie dus.

Met al die initiatieven hebben we de drempel behoorlijk verlaagd om innovatieve ideeën van waar ook in de organisatie zichtbaar te maken en een echte slaagkans te geven. Daarnaast hebben we een open innovatie-omgeving in het leven geroepen, waarbij we de input van derden mee betrekken in het proces. Ten slotte slagen we er steeds beter in om die innovatieve ideeën ook om te zetten in verkoopbare functionaliteiten of in een nieuwe manier om business te doen.

Voorbeelden zijn de printkiosk in China, het Easy Payment System voor CR-financiering in India en een aantal samenwerkingsstools die ondertussen in het nieuwe

Enterprise Imaging platform opgenomen werden. Onlangs hebben we een pilootproject gestart voor geassisteerde codering van medische handelingen binnen ORBIS en binnenkort starten we een Big Data-project om de support desk sneller en beter in staat te stellen klachten te beantwoorden.

“Onze DR- en IT-oplossingen kunnen een sterke rol spelen in de value-based zorgverlening.”

PLUS: *Wie de media volgt, weet dat er heel wat beweegt in de wereld van de gezondheidszorg. Om deze betaalbaar te houden wordt er door de overheden heel wat bespaard en hervormd. Is dit een goede zaak voor Agfa?*

LUC THUIS: Door de verouderende bevolking en de daarmee gepaard

gaande snelle toename van de kosten voor gezondheidszorg is zowat elke nationale overheid verplicht om zijn systeem van gezondheidszorg te herdenken. Ondertussen is iedereen het er wel over eens dat het bestaande terugbetalingssysteem tot overconsumptie van zowel dure diagnostische onderzoeken als therapeutische verrichtingen heeft aangezet. We beginnen in te zien dat het onhoudbaar is om in elk ziekenhuis alle medische specialisaties aan te bieden. Het besef groeit ook dat het ziekenhuis niet altijd de aangewezen plaats is om elk type zorg te verlenen.

Om het zorgsysteem duurzaam te maken, gaan overheden voortaan meer en meer betalen voor een zorguitkomst. In plaats van voor individuele eenheden 'zorg' te betalen, gaat men prikkels inbouwen om de kwaliteit en de kost van de zorgen samen te coördineren. Een goed voorbeeld is de betaling van een vaste som voor het aanbrengen van een heupprothese, waarbij de zorgverstreker zelf verantwoordelijk blijft voor alle kosten vanaf het moment dat de diagnose werd gesteld tot negentig dagen na de ingreep. Daarnaast gaat men ook de waarde meten die voor de patiënt wordt gegenereerd in de gehele zorgketen. Zo gaat men bijvoorbeeld meten of de heupvervanging beantwoordt heeft aan de internationale 'best-practice' in dat verband. Criteria zijn dan bijvoorbeeld pijn-beleving, bewegingsfunctie, heropname, mortaliteit, ... In het jargon spreekt men van *value-based* zorgverlening. Zowel onze DR-oplossingen als onze IT-oplossingen zijn bijzonder goed geplaatst om in die *value-based* zorgverlening een sterke rol te spelen. Onze DR-oplossingen met MUSICA-beeldverwerking laten immers toe om op bijzonder economische wijze en met een zo laag mogelijke stralingsdosis tot een diagnose te komen voor ruwweg 45% van alle onderzoeken in radiologie. Onze IT-

oplossingen zijn dan weer een essentieel middel om zorgprocessen te optimaliseren. Denk daarbij niet alleen aan de zorg binnen het ziekenhuis, maar ook aan de communicatie tussen ziekenhuizen onderling en uiteindelijk tussen alle actoren in de zorgketen die buiten het ziekenhuis werken. Dat zijn de huisarts, de specialist, de thuisverpleger, de kinesist, de apotheker en uiteraard de patiënt zelf.

PLUS: *Integrated Care en Big Data zijn de nieuwste buzz-woorden in de gezondheidszorg. Hoe ziet u de toekomst van deze sector?*

LUC THUIS: De fundamentele strategie-oefening die we in 2013 met klanten, partners en experts uit onze industrie ondernamen voor de periode 2014-2018, gaf reeds aan dat een betere zorgcoördinatie essentieel zou worden om tot een duurzame en kwalitatieve zorgverlening te komen en dat zorgverlening ook veel meer data-gedreven zou worden. Ondertussen zien we dat beide elementen inderdaad in de nieuwe zorg- en samenwerkingsmodellen van verschillende landen worden opgenomen.

Wij komen hieraan tegemoet door een nieuw *e-health* platform op de markt te brengen. Dat platform laat in de eerste plaats toe dat medische gegevens uit verschillende informatiesystemen kunnen worden opgevangen en vervolgens op veilige wijze via een portaal kunnen worden gedeeld met de actoren in het zorgproces. Daarbovenop gaan we nu diensten aanbieden, zoals het aanvragen van onderzoeken, het delen van zorgplannen, het analyseren van de zorggegevens op niveau van de individuele patiënt, de patiëntengroep of de bevolking van een regio.

Het kernplatform wordt samen met de firma MphRx gebouwd. In die firma hebben we een minderheids-participatie genomen. Essentieel in dit verhaal is dat we ons platform ook eenvoudig kunnen integreren met die van andere firma's die reeds deeloplossingen bieden voor specifieke en vaak lokale toepassingen. Zo zijn er zeer gespecialiseerde oplossingen voor de verzorging van diabetici of van psychiatrische patiënten. Het is duidelijk dat we in dit nieuwe gebied niet alles zelf gaan ontwikkelen.

Momenteel lopen er wereldwijd verschillende piloot-projecten, telkens met een andere toepassing. Het vermelden waard is het project in Bonheiden, waar huisartsen en patiënten via een portaal direct onderzoeken kunnen aanvragen en vervolgens de resultaten met elkaar kunnen delen. Bij de Cleveland Clinic in de VS wordt het platform gebruikt om de medische informatie te



communiceren van patiënten die uit een ander ziekenhuis naar Cleveland getransfereerd worden voor een ingreep. In San Marino gaan de inwoners via onze technologie in staat zijn om hun medische gegevens zelf te raadplegen via het web.

Ik sprak reeds over het groeiend belang van data-gedreven zorgverlening. Ik meen dat Big Data daar nog ongekende mogelijkheden te bieden heeft. Met de digitalisering van de gezondheidszorg is een enorme hoeveelheid gegevens in principe bereikbaar geworden voor analyse. Maar medische gegevens zijn veelal erg complex, niet altijd goed gestructureerd, tijdsafhankelijk en in veel verschillende silo's opgeborgen: bijvoorbeeld informatiesystemen in ziekenhuizen, bij specialisten, bij huisartsen, bij verzekeringsmaatschappijen, maar ook DNA-databanken of biometrische sensorgegevens die we ondertussen wel allemaal genereren. Met Big Data gaat men in staat zijn om verbanden te leggen tussen al die gegevens. Daarbij gaan tot nog toe ongekende patronen en trends bloot komen te liggen, die bijvoorbeeld tot een betere diagnose



gaan leiden of tot een behandeling met betere slaagkansen. Men gaat zorgverlening ook beter kunnen afstemmen op de bevolking van een regio, rekening houdend met haar socio-economische profiel of zelfs haar blootstelling aan vervuiling of aan bepaalde weertypes. Binnen Big Data zijn er enorm veel spelers actief. IBM Watson en Google Analytics zijn waarschijnlijk de meest bekende namen op dat gebied. Ze bieden immers Big Data 'ontdekkingsdiensten' in de cloud.

Bij Agfa hebben we vandaag een kernplatform en de knowhow in huis om medische gegevens die in verschillende silo's opgeborgen zitten op te vangen en te structureren. Daarnaast hebben we diep inzicht in zowel medische beeldinformatie als zorgprocessen. In verschillende pilotprojecten combineren we onze kennis met die van Big Data-firma's, in de eerste plaats om onze eigen toepassingen nog krachtiger te maken. Het is de bedoeling om onze ORBIS- of Enterprise Imaging-gebruikers bijkomende inzichten te geven. Die kunnen ze dan gebruiken om snellere of beter geïnformeerde beslissingen te nemen.

PLUS: *Enkele jaren geleden had onze omzet in de VS behoorlijk te lijden onder de invoering van het ObamaCare-project. Nu lijkt het tij echter gekeerd. Hoe komt dit?*

LUC THUIS: Tijdens de periode 2009-2016 kenden de Verenigde Staten inderdaad een ingrijpende hervorming

van de gezondheidszorg, in de volksmond *ObamaCare* genoemd. De overheid legde aan het grotendeels private zorgsysteem een aantal belangrijke nieuwe verplichtingen op met bijhorende strafmaatregelen wanneer deze niet tijdig werden nageleefd. Daardoor stroomde erg veel geld en aandacht weg van de IT-oplossingen die we daar op de markt brachten.

De golf van investeringen om aan die *ObamaCare*-regels te voldoen is nu grotendeels achter de rug, maar ondertussen zijn de IT-systemen in radiologie aan vervanging toe. Vandaag brengen wij er het nieuwe Enterprise Imaging-platform op de markt. En dit biedt niet alleen een oplossing voor radiologie, maar voor alle disciplines in het ziekenhuis die beelden maken. We zorgen ervoor dat geen enkel beeld meer verloren gaat, maar integendeel dat het zijn weg vindt naar het juiste patiëntendossier dat daarmee echt multimediaal wordt. Perfecte timing.

In december van 2015 werd in de VS ook een wetgeving ingevoerd die het gebruik van oude technologie ontraadt. De terugbetaling voor röntgenopnames op analoge film en met CR wordt er de volgende jaren tot 20% verminderd. Het zal het gebruik van filmschermssystemen nog verminderen en ook een technologische verschuiving veroorzaken van CR naar DR. Daar spelen we nu voluit op in met specifieke verkoopprogramma's.

PLUS: *RSNA is net achter de rug. Wat is het belang van RSNA voor Agfa HealthCare ?*

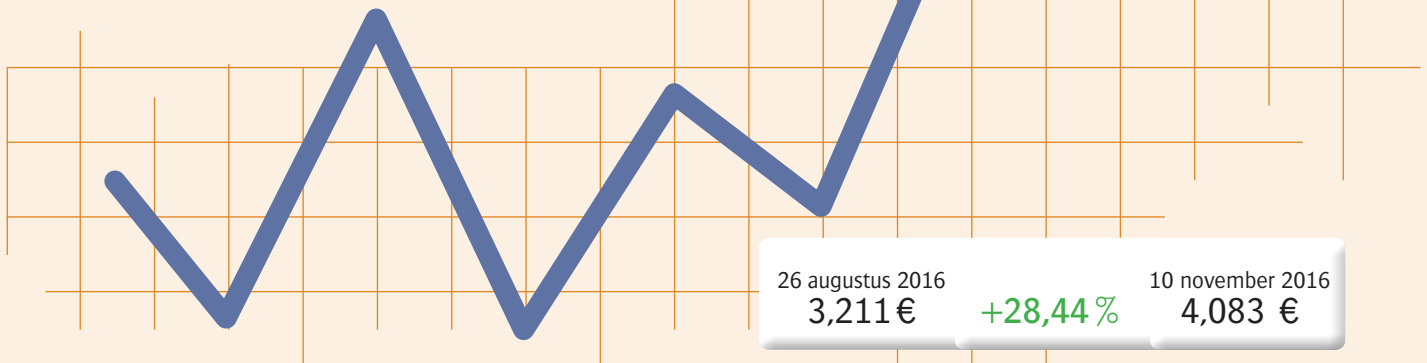
LUC THUIS: Het jaarlijks congres en technische tentoonstelling van de Radiological Society of North America trekt jaarlijks ongeveer 55.000 professionele bezoekers aan. Wij stellen er onze nieuwste producten ten toon, geven er demo's aan gebruikers en ontvangen er delegaties van klanten. Op de tentoonstelling worden er doorgaans geen echte orders getekend, maar het is toch een essentiële mijlpaal in het beslissingsproces van vele klanten. Ze kunnen er het topmanagement van de firma ontmoeten, krijgen er een blik op wat we voor de toekomst in voorbereiding hebben en het is er makkelijk om verschillende concurrenten met elkaar te vergelijken. Ook dit jaar was het congres voor ons een echt succes. We verhoogden opnieuw het aantal gekwalificeerde 'leads'. Opvallend daarbij was het groot percentage – bijna de helft – nieuwe klanten. Zowel met ons DR-assortiment als met onze Enterprise Imaging-oplossing slagen we er duidelijk in om nieuwe relaties op te bouwen.

PLUS: *Bedankt voor dit gesprek!*



De koers

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



Omzet, zoals te verwachten viel

Dat Donald Trump op 9 november de verkiezingen zou winnen, hadden we niet zien aankomen. Dat de omzet van onze onderneming diezelfde dag de meeste aandacht zou krijgen in de kwartaalcommentaren van de analisten en journalisten voorspelden we wel in het vorige PLUS-nummer. Kort samengevat luiden die commentaren: zwakke omzet, winst op schema.

De omzetzakking in het derde kwartaal – voornamelijk in Graphics (-8,9%) – heeft deels te maken met de krimpende markten voor de analoge drukvoorbereiding. Maar ook andere traditionele producten – zoals onze digitale drukplaten – kennen een daling. De belangrijkste reden hiervoor is de prijsdaling als gevolg van een scherpe concurrentiestrijd, maar ook de opkomende markten laten het deels afweten. Ook Inkjet presteerde het voorbije kwartaal niet goed. Hier valt wel te verwachten dat we in het vierde kwartaal de vruchten van de succesvolle *drupa*-beurs kunnen plukken. De omzet van HealthCare bleef nagenoeg stabiel. De traditionele röntgenfilm blijft structureel achteruitgaan, maar de Hardcopy-omzet heeft zich opnieuw gestabiliseerd. IT steeg opnieuw met meer dan 5%, waarbij zowel Information IT Solutions als Imaging IT Solutions het goed deden. Vooral het Enterprise Imaging-platform presteerde sterk. Het kon wereldwijd weer heel wat zorgverstrekkers overtuigen.

Specialty Products, met voorop Synaps en Orgacon, deed het eveneens naar behoren.

Door het succes van de efficiëntiemaatregelen en de gunstige grondstofeffecten zette de positieve trend voor de winstgevendheid zich door in het derde kwartaal. Daardoor zal Agfa zijn belangrijkste doelstelling voor 2016 – een recurrente EBITDA van 10% van de omzet voor het volledige jaar – kunnen realiseren. Dit moet ons dan weer de nodige ruimte geven om onze focus naar de omzet te verleggen. Zoals CEO Christian Reinaudo stelt, is het ombuigen van de organische omzeterosie een topprioriteit.

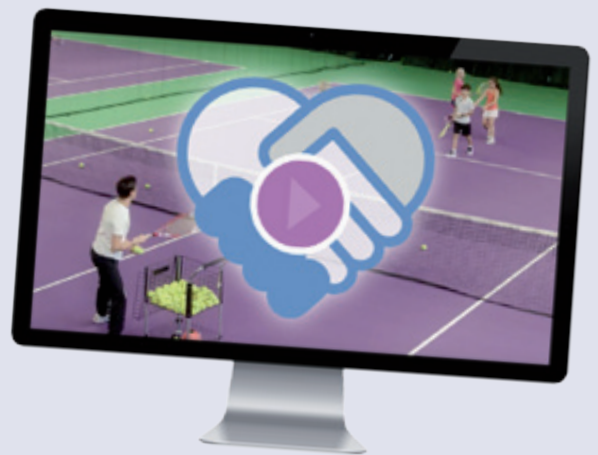
Behoorlijke resultaten dus die de investeerders wel konden appreciëren. Het Agfa-aandeel bleef immers zijn klimcurve gestaag verder volgen. Dat was door de verkiezingscommotie op de dag van de publicatie geen evidentie. In tegenstelling tot wat de financiële experts verwachtten had de verkiezing van Donald Trump geen onmiddellijk effect op de markten. De beurzen reageerden aanvankelijk zenuwachtig, maar de meeste beurzen sloten de dag af met winst. De koers van het Agfa-aandeel werd ongetwijfeld ook positief beïnvloed door de interesse van het Duitse CompuGroup Medical in onze onderneming. Besluit: de toekomst voorspellen blijft tot nader order vooral in de politiek een moeilijke zaak.

1 miljoen belichte drukplaten

Onlineprinters, een grote Duitse onlinedrukkerij, belichtte onlangs de miljoenste drukplaat van Agfa Graphics op hun Avalon N8-80. Onlineprinters gebruikt de plaatbelichter nog maar vijf jaar, maar verwerkt per dag enkele duizenden drukopdrachten.

Onlineprinters bedient klanten uit 30 Europese landen via 15 webshops met een breed productenassortiment: van businesscards, flyers en posters, over brochures en catalogi tot billboards en volledige beursstanden. Veel van hun klanten zijn zelf drukkerijen.

De Avalon N8 wordt in drie shiften non-stop ingezet. Hij was de voorbije vijf jaren maar liefst 98% van de tijd in gebruik. Geen enkele belichter van Agfa Graphics werd tot hiertoe zo intensief gebruikt.



Agfa HealthCare's wereld van geïntegreerde zorg

In het interview met Luc Thijs vooraan in dit magazine, gaat het onder meer over de toekomst van de gezondheidszorg waarin zorgcoördinatie en data-gedreven zorgverlening centraal zullen staan. Luc spreekt over het e-healthplatform dat medische gegevens uit verschillende bronnen kan opvangen en nadien weer kan delen met de verschillende actoren in het zorgproces.

Hoe zal zo'n wereld van geïntegreerde zorg er uitzien? Surf naar www.agfahealthcare.com/youtube en klik op *Living in a world of Integrated Care*.



SYNAPS veroverd Nederland

Sinds kort rijdt er over de Nederlandse wegen een vrachtwagen van Agfa's distributeur met een reclame voor SYNAPS. De slogan op de vrachtwagen luidt "Een papier bestand tegen water en scheuren? Zonder laminatie? Da's de wereld op zijn kop!"



GDPR

GDPR staat voor General Data Protection Regulation. Op 27 april werd een Europese verordening over de bescherming van natuurlijke personen in verband met de verwerking van persoonsgegevens en betreffende het vrije verkeer van die gegevens van kracht. Deze *algemene verordening gegevensbescherming* – je zal waarschijnlijk vaker de afkorting GDPR horen – moet een verdere harmonisatie van de 28 verschillende wetgevingen van de lidstaten van de EU mogelijk maken. De oude privacyrichtlijn is bovendien ruim 20 jaar oud en dus hoogstnodig aan een facelift toe. Fijn, hoor ik je denken, maar waarom staat dit in mijn favoriete personeelsblad?

Wel, om de eenvoudige reden dat deze verordening in de toekomst toch heel wat impact op onze activiteiten zal hebben. Vanaf mei 2018 zal ieder van ons op het vlak van de bescherming van zijn of haar persoonlijke gegevens heel wat nieuwe rechten krijgen. Tezelfdertijd zullen bedrijven die gebruik maken van deze data heel wat nieuwe verplichtingen krijgen. Bovendien zullen er bij misbruik strenge sancties kunnen worden opgelegd.

Het verzamelen en beheren van data zal in de toekomst heel transparant moeten gebeuren en zal bijvoorbeeld deel moeten uitmaken van een contract of van een wettelijke verplichting. Denk hierbij aan het beschikbaar

stellen van je pensioengegevens. Of het vinkje dat je op tal van websites moet zetten naast de formulering *'Ik aanvaard de algemene voorwaarden'* wanneer je bijvoorbeeld software download of een aankoop doet, ook hier zal je als onderneming duidelijk moeten omschrijven wat de gebruiker juist aanvaardt. Een bedrijf zal bovendien alleen nog data kunnen verzamelen voor een duidelijk omschreven doel, zal enkel de hoogstnodige data mogen verzamelen, moet er voor zorgen dat de gegevens up-to-date worden gehouden en mag ze niet langer dan nodig bijhouden. Bovendien moeten ze de gegevens goed beschermen tegen misbruik en verlies. Tot slot moet je als gebruiker van de data ook kunnen aantonen dat je aan de nieuwe regelgeving voldoet.

Externe adviseurs hebben onze processen rond data-verzameling en -beheer onderzocht en hun rapport overgemaakt. Binnen Agfa is er nu een werkgroep met leden van de businessgroepen, ICS, HR en Legal aan de slag om onze onderneming voor te bereiden op deze nieuwe regelgeving.



In de volgende maanden zullen alle betrokken collega's meer informatie krijgen over deze toch wel belangrijke materie. Mocht je hierover vragen hebben dan kan je meer informatie vinden op de website van de EU. Geef *CELEX:32016R0679* op als zoekopdracht in je browser. Die leidt je naar de volledige tekst van de verordening. Je kan ook een van de leden van de werkgroep aanspreken: Karl Anthonissen (ICS), Peter Dignef (HR), Tom Hendrickx (Agfa Graphics), Geert Claeys (Agfa HealthCare), Ludo De Donder (Agfa Specialty Products) of Marie-France Lemmer en Kai Pawlowski (Legal).

Tijdloze esthetiek en geavanceerde druktechnologie voor de Agfa Graphics kalender 2017

Ceci n'est pas

Traditiegetrouw creëerde Agfa Graphics een geavanceerde gedrukte kalender voor zijn VIP-klanten. Met duurzame innovatie als leidmotief biedt de kalender 2017 een verbluffende combinatie van hedendaagse kunst, grafisch ontwerp, schitterende druk kwaliteit en levendige verbeter technieken.

Ceci n'est pas un calendrier (Dit is geen kalender) is de titel van de kalender. Met een knipoog naar *La Trahison des Images* (beter gekend als *Ceci n'est pas une pipe* / Dit is geen pijp), het beroemde werk van de Belgische schilder René Magritte, vertolkt hij het idee dat je niet altijd krijgt wat je ziet. Of in dit geval: dat je soms meer krijgt dan je verwacht...

Twaalf kunstwerken om te hebben en te houden

Vergankelijkheid is een typisch trekje van kalenders. Het nut van een kalender eindigt immers reeds na één jaar. Behalve in dit geval. Deze kalender is gemaakt om 2017



un kalender

te overleven. Elk blad toont een unieke creatie van een beroemde kunstenaar. De twaalf werken kunnen worden uitgesneden en ingelijst – misschien wel het begin van een galerie. Dat is al een eerste vorm van duurzaamheid. Maar ook in de keuze van de onderwerpen weerspiegelt de kalender de inzet van Agfa Graphics voor duurzame innovatie, met een focus op ecologie, economie en extra comfort: ECO³.

De kracht van drukwerk

Elk gedrukt product heeft een luxedimensie die tot uiting komt in zijn artistieke en creatieve karakter en in de toepassing van unieke, geraffineerde technieken. Net als

zijn voorgangers is de kalender 2017 van Agfa Graphics een schoolvoorbeeld van en een hulde aan de kracht van drukwerk.

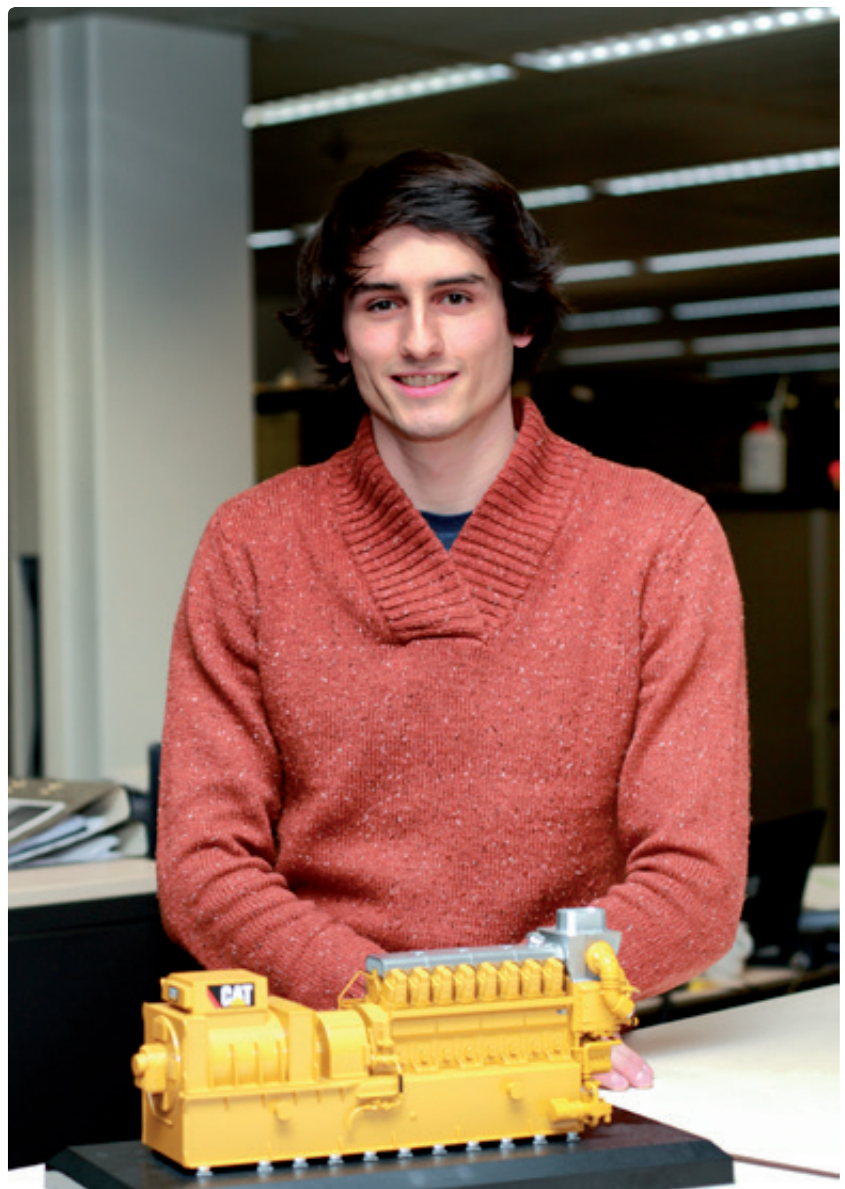
Onze Agfa Graphics-collega's demonstreren hier met succes hun geavanceerde prepressoplossingen, waaronder de Apogee-workflowsoftware, Energy Elite Eco-drukplaten, een Avalon-platesetter en de Sublima-screening. Ze worden aangevuld met zeefdruk en een uitgebreid gamma veredelings technieken – van metallic inkt en structuurinkt tot folie- en reliëfdruk. Voeg daar een assortiment hoogwaardig kringlooppapier bij en je hebt een uniek en oogverblindend gedrukt product. Drukken is kunst geworden.



EBO

Bewuster omga

Collega Ben De Crom is sinds september 2016 actief als projectmanager Energie en Duurzaamheid bij de afdeling Proces, Energie en Mechanica (PEM). Deze nieuwe functie is een rechtstreeks gevolg van de nieuwe Europese regelgeving op het vlak van energiebeleid. Die richtlijnen stellen dat elke onderneming met meer dan 250 medewerkers of met een omzet van meer dan 50 miljoen euro om de vier jaar een energie-audit moet laten uitvoeren en een energieplan moet definiëren. Deze Europese richtlijnen zijn op het niveau van Vlaanderen vertaald in een Energiebeleidsvereenkomst (EBO).



an met energie

PLUS: *Ben, hoe definieer je een energieplan?*

BEN: Het opstellen van een energieplan verloopt in twee fases. Een eerste fase loopt nu van 2015 tot eind 2017. De tweede fase loopt van 2018 tot eind 2020. In zo'n energieplan worden de engagementen opgenomen die je als onderneming wil nemen op het vlak van energiebesparing. Besparingsmogelijkheden met een IRR na belastingen groter dan 14% moeten als rendabele maatregel ingepland en geïmplementeerd worden.

“Bewust omgaan met energie wordt vanaf 2017 een basiscompetentie”

PLUS: *Wat betekent een IRR groter dan 14%?*

BEN: IRR staat voor Internal Rate of Return. Het is een analysemethode voor investeringen. Je neemt enerzijds de investeringskost en vergelijkt die met de weerkerende opbrengst die je door die investering gaat realiseren. Die vergelijking geeft je de IRR. Is die gelijk aan of groter dan 14% dan betekent dit dat je de gemaakte investering in ongeveer vier jaar of minder hebt terugverdiend. Deze projecten – die als economisch rendabel worden beschouwd – ben je dan ook wettelijk verplicht om uit te voeren.

PLUS: *Welke projecten hebben we in deze eerste fase kunnen realiseren?*

BEN: We hebben een nieuwe grote koelmachine geïnstalleerd voor een efficiëntere waterkoeling van de conditioneringslucht. Om je een idee te geven van de capaciteit: het vermogen van deze koelmachine komt overeen met zo'n 40.000 huishoudkoelkasten. We bestuderen ook om de klassieke TL-verlichting in de kantoren te vervangen door LED-verlichting. De brander van de WKK2-installatie (WarmteKrachtKoppeling), de rode Kawasaki-machine op Gevaert 5, wordt opgesplitst zodat we de capaciteit gericht kunnen inzetten naar gelang de behoefte. In Heultje hebben we aan een efficiëntere energie-opwekking gewerkt. Voor het persluchtnet werd de investering voor een energiezuinigere persluchtcompressor met warmterecuperatie goedgekeurd.

PLUS: *En de volgende fase? Zijn daarvoor al projecten geïdentificeerd?*

BEN: Hier moeten we opnieuw heel het proces doorlopen. We gaan dus met de productiecentra van Mortsels en Heultje in brainstormsessies samenzitten. Vanuit die

sessies krijgen we dan voorstellen, ideeën of probleemmeldingen aangereikt die we dan verder kunnen onderzoeken, analyseren en vertalen naar nieuwe projecten.

Ook hier berekenen we dan weer die IRR en delen zo de projecten in verschillende categorieën in: van 'zekere maatregelen' (IRR groter dan 14%), tot 'potentieel rendabel' (IRR tussen 10 en 14%) of 'studiemaatregelen' die we nog verder moeten onderzoeken.

PLUS: *Om de impact van de genomen maatregelen te kennen en deze eventueel bij te sturen, moet je toch heel wat opvolgingswerk doen.*

BEN: Ondertussen hebben we negen energieverantwoordelijken (plus één reserveverantwoordelijke) die de energiedata voor hun sector maandelijks ontvangen. Zij gaan die data voor hun sector grondig analyseren. Is er meer energie verbruikt of juist minder? Wat is de reden? Zij bespreken de verbeteringsplannen met de collega's in hun sector.

PLUS: *Uit dit alles blijkt dat energieverbruik wel degelijk ernstig genomen wordt binnen onze onderneming.*

BEN: Zeker. Bovendien wordt energie vanaf 2017 – net zoals bijvoorbeeld milieu dat nu al is – ook als een basiscompetentie beschouwd. We nodigen iedereen dan ook uit om zijn of haar ideeën of voorstellen voor energiebesparende acties in te dienen. Anderzijds kan iedereen probleemsituaties – bijvoorbeeld stoom- of persluchtlekken – op het centrale meldingsnummer 2121 melden. Verder willen we volgend jaar alle collega's sensibiliseren met een informatiecampagne.

PLUS: *Veel succes!*



Meer info over energie en de wetgeving vind je op www.energiesparen.be
<https://navigator.emis.vito.be/mijn-navigator>

Heb je meer vragen over bewuster omgaan met energie dan kan je Ben steeds contacteren op 2064 of via ben.decrom@agfa.com

Op stap met Giz

Op maandag 28 november hielden de collega's van Gietzalen en Emulsiebereiding 2 een themadag. In het verleden werd zo'n dag meestal gewijd aan het thema Veiligheid. Dit jaar werden er ook heel wat andere onderwerpen aangesneden. Collega Luc Heremans sprak over toekomstige ontwikkelingen in de traditionele filmbusiness en focuste daarbij op *Kwaliteit, Kosten en Kunnen leveren*. Eric Janssens wees op de nefaste gevolgen van stofdeeltjes en onzuiverheden in onze emulsies voor onze PCB-film. Jozef Verdonck sloot het eerste programmagedeelte af met een uiteenzetting over de missie en de visie van Agfa Materials.

Na het maken van de groepsfoto verdeelden de 83 aanwezigen zich over een zestal groepen die een parcours van informatie- en doe-standen verspreid over de site aflegden. In de auditoria van gebouw 128 vroeg Robert Pauwels aandacht voor het onderwerp 'Aandacht op de

Werkvloer' en Mon Jacobs gaf een overzicht van het Jaaractieplan 2016/2017. Stonden nog op het programma: een heuse evacuatie uit een kantoorruimte die door de Interventiediensten vakkundig onder een (onschuldige) rooklaag was bedolven en een teambuildingsoefening waarbij je als groep het gestelde probleem moest oplossen.

Tot slot werd er nog een bezoek gebracht aan de Inkjet-demoruimte en aan de Monomed Confectie-afdeling. De commentaren na afloop waren eensluidend positief. De deelnemers beleefden een gevulde en leerzame dag waarbij veel interessante onderwerpen aan bod kwamen en waarbij ook over het spreekwoordelijke muurtje kon worden gekeken. Voor herhaling vatbaar was de terechte eindconclusie en een dikke proficiat voor Athina De Baetselier, Dirk Van Den Wyngaert en hun team die deze dag organiseerden!



zie en Embeeke



Een kijkje nemen over het muurtje bij de collega's van Monomed Confectie ...



... en bij de collega's van de Inkjet-demoruimte.



Teambuilding is samen zoeken naar de juiste oplossing...



... zonder de grond te raken.

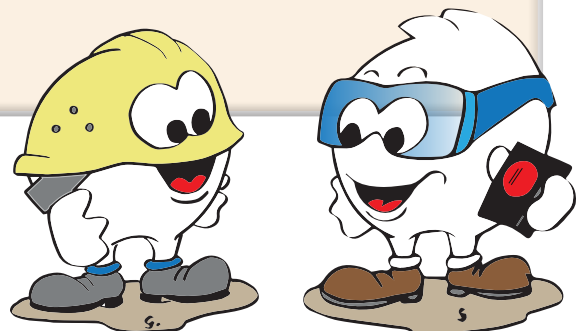


Als de rook om je hoofd is verdwenen...

... betekent dat je de uitgang hebt gevonden

Maak kennis met de Agfaantjes

De figuurtjes Gizzie (naar GZ van Gietzalen) en Embeeke (naar EMB van Emulsiebereiding) zijn een creatie van collega Luc Gunsing. Luc heeft inmiddels al een hele 'familie' Agfaantjes – want zo noemt hij zijn figuurtjes – getekend. Je zal ze ongetwijfeld in de toekomst nog tegenkomen.



Dit najaar kwam Agfa HealthCare verschillende malen aan het woord op verschillende belangrijke conferenties en evenementen.

Agfa HealthCare aan het woord



ADM bezoekt Agfa HealthCare

Op 11 oktober kwamen een 80-tal leden van Antwerp Digital Mainport op bezoek bij Agfa HealthCare. ADM is een netwerkorganisatie die mensen uit verschillende bedrijfstakken bij elkaar brengt om ideeën uit te wisselen en samenwerkingsverbanden te zoeken. Het werd een interessante avond met onder meer een presentatie door Agfa HealthCare President Luc Thijs over de transformatie naar een wereldspeler op het vlak van medische beeldvorming en e-health en het belang van (open) innovatie in dit transformatieproces.

Een bezoek aan de Agfa HealthCare demoruimte, een presentatie over de managed services, een toelichting over de geïntegreerde gezondheidszorg en een interessante vragen- en discussieronde maakten het programma die avond compleet. De geïnteresseerde bezoekers gingen in elk geval met een heel ander beeld van Agfa HealthCare naar huis.

Dubai Transformation Forum

Enkele weken later waren Luc Thijs en James Jay, Vice-President Imaging IT, samen met enkele andere senior managers van Agfa HealthCare uitgenodigd om te spreken tijdens het Dubai Transformation Forum, georganiseerd door de Dubai Health Authority. Met het oog op de nabije toekomst werden de opportuniteiten van e-health en healthcare-IT en de bijhorende uitdagingen besproken.

Het forum bood Agfa HealthCare nog maar eens een mooie gelegenheid om, in de aanwezigheid van de belangrijkste beslissers in Dubai en de leden van de Belgische ambassade, onze ervaringen te delen en onze expertise te tonen.



Gartner CIO Symposium

De volgende afspraak op het podium was begin november in Barcelona, voor het Gartner CIO Symposium. Dat is de belangrijkste CIO-bijeenkomst ter wereld met meer dan 6.500 senior IT-managers.



Collega Jan De Clippeleer, Global Services Operations Manager, was gevraagd een getuigenis te brengen over hoe ServiceNow geïmplementeerd is als Agfa HealthCare's service management tool (ASSM) en gebruikt wordt door al onze service- en support-medewerkers en onze klanten. Over de ASSM/ServiceNow-tool en de implementatie ervan kon je reeds in een vorige editie van PLUS lezen.

De presentatie van Jan was het ideale aanknopingspunt voor gesprekken met heel wat CIO's en positioneerde Agfa HealthCare bij het publiek van IT-executives als een sterke globale healthcare IT-speler.



Fabriekskalender 2017

www.agfa.com http://intra.agfa.net



**BRAND, ONGEVAL,
MILIEU-INCIDENT**
NOODNUMMER 3333
Via gsm 03/444 33 33

Afwezigheid wegens ziekte of ongeval meldt u onmiddellijk – telefonisch – op 03 444 26 00 en – bij voorkeur – aan uw afdelingsleiding/-secretariaat. Bezorg binnen 48 uur een doktersattest aan HR/8999.

Vraag tijdig uw vakantie aan via ESS. Voor arbeiders: via afdelingssecretariaat. Raadpleeg/controleer uw persoonlijke documenten (loombrieven) en persoonlijke gegevens via ESS. <http://ess.agfa.net>

NUTTIGE CONTACTGEGEVENS

ABC-clubs ABC_agfa.com@agfa
 Bedrijfsbeveiliging (administratie) 8989
beveiliging_extemen.be@agfa.com
 Bedrijfsgezondheidsdienst 8033
bedrijfsgezondheidsdienst.be@agfa.com
 Hulplijn technische diensten 2121
<http://melding2121.agfa.net>
 Catering 8990
mail.agfa.gevaert@compass-group.be
 Hospitalisatieverzekering Vanbreda 03 217 69 97
agfa@vanbreda.be
 Human Resources HR_HQ-Belux_BE_agfa.com
 Interne logistiek + Post 7990
interne.logistiek.be@agfa.com
 Interventiedienst (Bedrijfsbrandweer) 5555
interventiedienst.be@agfa.com
 Milieudienst 5505
 Niet-recupereerbare materialen (NRM) 2698
 Pensioenfonds Agfa-Gevaert OFF 8928
fabriekspensioen@agfa.com
 Portier Gevaert 1 – personeelsingang 8998
 Portier Gevaert 6 (Heultje) 3426
 Portier Gevaert 8 (Essers) 2381
 Preventiedienst 5481
 Receptie gebouw 70 7001
receptie70.be@agfa.com
 Security (Toezicht) 8986
toezicht.be@agfa.com

* 1/1 vrij te nemen voor Graphics/HE/CC/GSS

JANUARI (73)			FEBRUARI (74)			MAART (75)			APRIL (76)			MEI (77)			JUNI (78)		
kal. dag	werk-dag	kal.d. cum.	kal. dag	werk-dag	kal.d. cum.	kal. dag	werk-dag	kal.d. cum.	kal. dag	werk-dag	kal.d. cum.	kal. dag	werk-dag	kal.d. cum.	kal. dag	werk-dag	kal.d. cum.
1	zo		1	wo	1	1	za	1	1	ma	1	1	ma	1	1	ma	1
2	ma		2	do	2	2	zo	2	2	di	2	2	di	2	2	di	2
3	di		3	vr	3	3	ma	3	3	wo	3	3	wo	3	3	wo	3
4	wo		4	za	4	4	di	4	4	do	4	4	do	4	4	do	4
5	do		5	zo	5	5	wo	5	5	vr	5	5	vr	5	5	vr	5
6	vr		6		6	6	za	6	6		6	6	za	6	6	za	6
7	za		7	1	7	7	ma	7	7	1	7	7	ma	7	7	ma	7
8	zo		8	2	8	8	di	8	8	2	8	8	di	8	8	di	8
9	ma		9	3	9	9	wo	9	9	3	9	9	wo	9	9	wo	9
10	di		10	4	10	10	do	10	10	4	10	10	do	10	10	do	10
11	wo		11	5	11	11	vr	11	11	5	11	11	vr	11	11	vr	11
12	do		12	6	12	12	za	12	12	6	12	12	za	12	12	za	12
13	vr		13	7	13	13	ma	13	13	7	13	13	ma	13	13	ma	13
14	za		14	8	14	14	di	14	14	8	14	14	di	14	14	di	14
15	zo		15	9	15	15	wo	15	15	9	15	15	wo	15	15	wo	15
16	ma		16	10	16	16	do	16	16	10	16	16	do	16	16	do	16
17	di		17	11	17	17	vr	17	17	11	17	17	vr	17	17	vr	17
18	wo		18	12	18	18	za	18	18	12	18	18	za	18	18	za	18
19	do		19	13	19	19	ma	19	19	13	19	19	ma	19	19	ma	19
20	vr		20	14	20	20	di	20	20	14	20	20	di	20	20	di	20
21	za		21	15	21	21	wo	21	21	15	21	21	wo	21	21	wo	21
22	zo		22	16	22	22	do	22	22	16	22	22	do	22	22	do	22
23	ma		23	17	23	23	vr	23	23	17	23	23	vr	23	23	vr	23
24	di		24	18	24	24	za	24	24	18	24	24	za	24	24	za	24
25	wo		25	19	25	25	ma	25	25	19	25	25	ma	25	25	ma	25
26	do		26	20	26	26	di	26	26	20	26	26	di	26	26	di	26
27	vr		27	21	27	27	wo	27	27	21	27	27	wo	27	27	wo	27
28	za		28	22	28	28	do	28	28	22	28	28	do	28	28	do	28
29	zo		29	23	29	29	vr	29	29	23	29	29	vr	29	29	vr	29
30	ma		30	24	30	30	za	30	30	24	30	30	za	30	30	za	30
31	di		31	25	31	31	ma	31	31	25	31	31	ma	31	31	ma	31

() gietmaand

schoolvakantie

uitbetaling lonen en salarissen

opladen elektronische maaltijdcheques

kwartaalresultaten

zomeruur

verplicht voor MAT

collectief gesloten

te kiezen voor Graphics/HE/CC/GSS

Fabriekskalender 2017



www.agfa.com <http://intra.agfa.net>

<http://servicedesk.agfa.net>
ICS Service Desk voor MAT/CC/GSS
7070-service-desk-ics-he-bnl@agfa.com

ICS Service Desk HE
8080-service-desk-ics-he-bnl@agfa.com

ICS Service Desk Graphics
6060-service-desk-gs-bnl@agfa.com

<http://melding2121.agfa.net>
Meldingspunt voor technische problemen en catering

Intranet Algemene Diensten
http://intra.agfa.net/cc/belgium/nl/intranet/alg_diensten/index.jsp

Intranet HR Benelux HQ
<http://intra.agfa.net/cc/belgium/nl/intranet/hr/index.jsp>

Toegangsbadje verloren?
<http://intra.agfa.net/cc/belgium/nl/intranet/hr/index.jsp>

Contacteer Bedrijfsbeveiliging
8989

Meld uw bezoekers aan in de BEMOR
visitors registration databank.

Plattegronden + info parkeerterreinen vindt u terug op het intranet Algemene Diensten.

NUTTIGE ADRESSEN

Agfa-Gevaert NV
Ondernemingsnummer 0404 021 727

Septestraat 27, 2640 Mortsel
Tel. 03 444 21 11 – Fax 03 444 70 94

Gevaert 1
Hendrik Kuijpersstraat 80, 2640 Mortsel

Gevaert 2
Hendrik Kuijpersstraat 97, 2640 Mortsel

Gevaert 4
Vredebaan 74, 2640 Mortsel

Gevaert 5
Septestraat, site 5, 2640 Mortsel

Gevaert 6 (Heultje)
August Cannaeartsstraat 125, 2260 Westerlo

Gevaert 8 (Locatie Essers)
Terbekehoofdreef 19, 2610 Wilrijk

Agfa HealthCare NV
Ondernemingsnummer 0403 003 524

Septestraat 27, 2640 Mortsel
Moutstraat 100, 9000 Gent

Agfa Graphics NV
Ondernemingsnummer 0456 366 588

Septestraat 27, 2640 Mortsel

Agfa Finance NV
Ondernemingsnummer 0436 501 879

Septestraat 27, 2640 Mortsel

JULI (79)			AUGUSTUS (80)			SEPTEMBER (81)			OKTOBER (82)			NOVEMBER (83)			DECEMBER (84)		
kal. dag	werk-dag	kal.d. cum.	kal. dag	werk-dag	kal.d. cum.	kal. dag	werk-dag	kal.d. cum.	kal. dag	werk-dag	kal.d. cum.	kal. dag	werk-dag	kal.d. cum.	kal. dag	werk-dag	kal.d. cum.
			1 di	1	213							1 wo					
			2 wo	2	214							2 do	1	306			
			3 do	3	215							3 vr	2	307			
			4 vr	4	216			244				4 za		308			
1 za		182	5 za	5	217			245				5 zo		309			
2 zo		183	6 zo	6	218			246			1 zo			274			
3 ma	1	184	7 ma	7	219	week 32		247	week 36		2 ma	1	275	week 40			
4 di	2	185	8 di	8	220			248			3 di	2	276				
5 wo	3	186	9 wo	9	221			249			4 wo	3	277				
6 do	4	187	10 do	10	222			250			5 do	4	278				
7 vr	5	188	11 vr	11	223			251			6 vr	5	279				
8 za		189	12 za	12	224			252			7 za		280				
9 zo		190	13 zo	13	225			253			8 zo		281				
10 ma	6	191	14 ma	14	226	adv-brugdag		254	week 37		9 ma	6	282	week 41			
11 di		192	15 di	15	227	OLV Hemelv.		255			10 di	7	283				
12 wo	7	193	16 wo	16	228	week 33		256			11 wo	8	284				
13 do	8	194	17 do	17	229			257			12 do	9	285				
14 vr	9	195	18 vr	18	230			258			13 vr	10	286				
15 za		196	19 za	19	231			259			14 za		287				
16 zo		197	20 zo	20	232			260			15 zo		288				
17 ma	10	198	21 ma	21	233	week 34		261	week 38		16 ma	11	289	week 42			
18 di	11	199	22 di	22	234			262			17 di	12	290				
19 wo	12	200	23 wo	23	235			263			18 wo	13	291				
20 do	13	201	24 do	24	236			264			19 do	14	292				
21 vr		202	25 vr	25	237			265			20 vr	15	293				
22 za		203	26 za	26	238			266			21 za		294				
23 zo		204	27 zo	27	239			267			22 zo		295				
24 ma	14	205	28 ma	28	240	week 35		268	week 39		23 ma	16	296	week 43			
25 di	15	206	29 di	29	241			269			24 di	17	297				
26 wo	16	207	30 wo	30	242			270			25 wo	18	298				
27 do	17	208	31 do	31	243			271			26 do	19	299				
28 vr	18	209						272			27 vr	20	300				
29 za		210						273			28 za		301				
30 zo		211									29 zo		302				
31 ma	19	212	week 31								30 ma	21	303	week 44			
											31 di	22	304				

** 11/11 vrij te nemen voor Graphics/HE/CC/GSS vanaf 13/11

collectief gesloten

verplicht voor MAT

() gietmaand

schoolvakantie

uitbetaling lonen en salarissen

opladen elektronische maaltijdcheques

kwartaalresultaten

winteruur





Het Huis van Werkvermogen

Alles begint met een goede gezondheid

In het vorig nummer van PLUS schreven we over het Huis van Werkvermogen. Je kon er kennis maken met de filosofie van de Finse professor Juhani Ilmarinen die het huis als model gebruikt om de randvoorwaarden te beschrijven die nodig zijn om langer op een zinvolle, gezonde en werkbare wijze aan de slag kunnen blijven. Vandaag concentreren we ons op de gelijkvloerse verdieping: Gezondheid. Daarvoor legden we ons oor te luisteren bij – waar anders – de Bedrijfsgezondheidsdienst.

Vandaag gebeurt er al heel wat op het vlak van gezondheid binnen onze onderneming; gezond zijn is bovendien ook de belangrijkste voorwaarde om langer te kunnen werken. De Bedrijfsgezondheidsdienst heeft begin september een werkgroep in het leven geroepen die ideeën verzamelt en deze toetst op het vlak van haalbaarheid. Ze doet dat onder meer via een Yammer-groep* van collega's die voorstellen doen en informatie verzamelen om acties te kunnen opstarten.

Heel wat creatieve ideeën zijn zo bijeengebracht. Het nationale Tourné Minerale-initiatief (zie verder in dit nummer) is zo'n project waar we als onderneming ons wagonnetje eenvoudig kunnen aanhangen. Andere projecten vragen dan weer wat meer onderzoek, inzet en eventueel een budget. Daar moet dan de afweging worden gemaakt of de projecten realiseerbaar zijn en in het programma van het Huis van Werkvermogen kunnen worden opgenomen.

“Op dit moment moeten we de brug maken van idee naar uitvoering. De Bedrijfsgezondheidsdienst kan dit echter niet alleen trekken,” stelt Bedrijfsarts Kristien Van Hoof. “We nodigen alle geïnteresseerden dan ook uit om zich aan te sluiten bij de Yammer-groep HvW – GEZONDHEID. Zo blijf je op de hoogte van wat er leeft rond dit thema en wie weet kan je ook een constructieve bijdrage leveren? Kan je geen gebruik maken van dit sociaal netwerk, dan kan je natuurlijk steeds rechtstreeks contact opnemen met de BGD.”

Contact opnemen met de Bedrijfsgezondheidsdienst op nummer 8033 of via e-mail bedrijfsgezondheidsdienst.be@agfa.com.

* Voor toegang tot de Yammer-groep HvW – GEZONDHEID moet je je op Yammer.com registreren met je Agfa e-mailadres. Eens je de registratieprocedure hebt doorlopen kan je onder 'Meer groepen ontdekken' de groep HvW-Gezondheid selecteren.



Tournée Minérale:

Je hoort steeds vaker dat mensen spontaan beslissen om gedurende een bepaalde periode te stoppen met het drinken van alcohol. Men doet dit bijvoorbeeld als een gezondheidskuur of om de uitdaging ("Kan ik wel zonder?") met zichzelf aan te gaan. En die persoonlijke initiatieven vinden veel weerklank. Zo organiseerde de stad Brugge begin 2016 'Even Zonder', een campagne waar de inwoners uit vrije wil op konden intekenen. In februari 2017 loopt een nationale actie Tournée Minérale van de Stichting Tegen Kanker, VAD en de regionale overheden. Heel wat bedrijven zullen ook deelnemen. In het kader van het Huis van Werkvermogen kan Agfa niet achterblijven! We zoeken dan ook enthousiaste collega's die, samen met ons, de volledige maand februari het gebruik van alcohol achterwege willen laten.

Tournée Minérale is een prima initiatief dat ons de kans geeft om even stil te staan bij ons nationaal en individueel alcoholverbruik. Door – samen met vele anderen – een maand lang de alcohol aan de kant te schuiven, krijgt je lichaam de tijd om te recupereren van je gebruikelijke alcoholconsumptie. Al doende kan echter ook je mening over alcohol veranderen. Zeker als je geregeld alcohol gebruikt, zal je merken dat in een alcoholloze maand je slaapkwaliteit verbetert, waardoor je je ongetwijfeld fitter gaat voelen. Geestrijke dranken zijn meestal ook erg calorierijk. Eén maand neen zeggen tegen alcohol betekent voor velen ook wat winst op de weegschaal. Een paar kilo afvallen is misschien een gedroomd extraatje, zeker na de drukke feestdagen. Daarnaast kan je ook heel wat geld besparen door een maand zonder alcohol.

De initiatiefnemers van *Tournée Minérale* hebben een leuke en informatieve site (www.tourneeminerale.be) gemaakt met heel wat tools. Zo zijn er de vele tips om je 'maandje zonder' vol te kunnen houden. Je vindt er ook een alcoholcalculator waarmee je kan uitrekenen hoeveel je bespaart, uitgedrukt in euro en in calorieën. Om de actie te steunen kan je je registreren op de site. Je kan dit individueel of met een vereniging. Ook Agfa heeft zich als bedrijf ingeschreven onder de teamnaam Agfa. We hopen dan ook dat heel wat collega's meedoen en zich ook registreren. Ben je helemaal overtuigd en heb je geen extra uitleg meer nodig? Ga dan naar Team Agfa via deze rechtstreekse link (bit.ly/TM2017) of scan de QR-code op de volgende pagina en registreer je. Je bepaalt zelf met een vinkje of je naam al dan niet getoond wordt op de website van *Tournée Minérale*.



op je gezondheid!

Bij het inschrijven kan je ook enkele namen van collega's opgeven zodat zij ook uitgenodigd worden om mee te doen. Help ons om deze mail viraal te laten gaan! De eerste 500 (maar we rekenen uiteraard op veel meer deelnemers) krijgen een leuke pin van de actie *Tournée Minérale* toegestuurd.

Een deel van je (financiële) winst kan je op de website van *Tournée Minérale* ook doneren voor het onderzoek naar kanker.

Want dat er een verband is tussen alcoholgebruik en allerlei vormen van kanker, dat staat vast. Het is echter een erg breed gebied waar nog heel wat nuttig onderzoek te verrichten valt. Wil je nog een extra inspanning doen dan kan je je ook laten sponsoren. Ook hierover vind je extra informatie op de site.

Tot slot geven we je ook deze Agfa short link mee: agfa.to/TM2017.

Daar verschijnt vanaf januari 2017 alle informatie en feedback rond de deelname van ons Agfa-team.

Alcohol: niet zo onschuldig

Alcohol drinken is heel normaal geworden. Meer dan 80% van de bevolking geeft aan alcohol te gebruiken: een glas wijn bij het eten, een pint na het sporten, ... voor velen maakt het deel uit van een dagelijkse routine. Toch zijn er heel wat risico's verbonden aan alcohol en lang niet alleen voor de problematische gebruikers. Alcoholgebruik heeft invloed op bijna alle organen, inclusief de huid, en hangt samen met ongeveer 200 verschillende aandoeningen. De relatief onschuldige kater is daar één van, maar er is ook een verband met heel wat ernstigere gezondheidsklachten: black-out, hartklachten, leveraandoeningen... Met het gebruik van alcohol neemt ook het risico op verschillende kankers toe: mond- en keelholte, strottenhoofd, slokdarm, lever, maag, borst (bij vrouwen), dikke darm en endeldarm (bij mannen).

Alcohol heeft ook rechtstreeks een negatieve invloed op de kwaliteit van leven: het kan onder andere leiden tot slaapproblemen, geheugenproblemen, problemen in relaties met partner, relatie met de kinderen of met vrienden. Uiteraard kan het ook leiden tot verslaving. Daarnaast zijn er nog heel wat situaties waarin alcohol voor problemen kan zorgen, ongevallen in het verkeer, veiligheid op het werk, ... Redenen genoeg dus om op zijn minst heel bewust met alcohol om te gaan.

Meer info

bit.ly/TM2017 (Schrijf je in bij Tournée Minérale)
www.tourneeminerale.be
www.kanker.be
www.druglijn.be
www.alcoholhulp.be
bit.ly/TM17FB (Volg Tournée Minérale op Facebook)

Je kan ook steeds contact opnemen met de Bedrijfsgezondheidsdienst op nummer 8033 of via e-mail bedrijfsgezondheidsdienst.be@agfa.com.



Je kent ze wel: kaartjes die een illusie van diepte of beweging geven, of die een beeld tonen en een ander beeld als je het kaartje beweegt. Agfa Graphics introduceerde onlangs op de Jeti Mira-vlakbedprinter een nieuw systeem dat op digitale wijze een gelijkaardige illusie creëert.



Drukwerk krijgt nieuwe dimensie met 3D-lenstechnologie

De traditionele lenticulaire beelden worden gemaakt met een plastic vel dat lange, dunne cilindervormige lenzen bevat van slechts enkele millimeters breed. Eronder bevindt zich een gedrukt blad met een of meerdere beelden opgedeeld in smalle stroken, even breed als de lenzen. De lenzen weerspiegelen het beeld zodat je vanuit de ene hoek een bepaald beeld ziet, en vanuit een andere hoek een ander beeld. Dit zorgt voor een 3D-effect, of voor een zeer eenvoudige animatie.

Agfa Graphics' 3D-lenstechnologie doet het een beetje anders. In plaats van lange, dunne cilindervormige lenzen te printen, worden er superkleine transparante dots geprint die dienst doen als lensjes en gebruik maken van een moiré patroon om beelden een 3D-effect te geven. In plaats van het gedrukte beeld op een plastic vel met lenzen te monteren, worden de lenzen rechtstreeks gedrukt met een helder vernis.



**“Agfa Graphics’
3D-lenstechnologie
creëert een drie-
dimensionaal effect
door te drukken
met vernis”**

De software die deze techniek aanstuurt, wordt nu standaard bij de Jeti Mira-printer geleverd. Eens het juiste patroon met de software gecreëerd is, volgt de uitvoering in twee stappen. Het beeld zelf wordt gedrukt op een witte achtergrond op de achterkant van een transparant materiaal. Daarna wordt het materiaal omgedraaid en wordt het lenzenpatroon met helder vernis in verschillende laagjes op de voorkant gedrukt.

Het precieze 3D-effect hangt af van de combinatie van materiaaldikte, lensdiameter en lenshoogte. Verschillende combinaties geven verschillende resultaten, van een beeld dat haast uit de achtergrond springt tot eentje dat erin lijkt te verzinken. Het printen van het geheel duurt 20 à 30 minuten, afhankelijk van de gewenste lenshoogte. Het 3D-effect werkt het best met eenvoudige beelden, zoals geometrische vormen.

Het effect voegt diepte toe aan een vlak beeld, of zorgt er zelfs voor dat de achtergrond verandert terwijl je er voorbij loopt. Twee beelden mengen – misschien de meest bekende toepassing van de lenticulaire techniek – is nog niet mogelijk, maar daar wordt aan gewerkt.

Het doel is om posters, banners, bordjes... dynamisch te maken en zo extra stopping power te geven. Een schijnbaar bewegende achtergrond trekt immers meer aandacht dan een statisch beeld. De techniek wordt door Agfa Graphics-klienten ook gebruikt voor kunstwerken en interieurdecoratie.





Agfa Specialty Products stelt **ABSOLUT-ID** voor op **Trustech**

De editie 2016, voor het eerst in Cannes, kon rekenen op een opgemerkte aanwezigheid van Agfa. De businessgroep Agfa Specialty Products stelde er – naast het vertrouwde portfolio van PETix en de beveiligingssoftware van Agfa Graphics – samen met zijn Franse partner LCsys immers zijn nieuwste oplossing ABSOLUT-ID voor.

ABSOLUT-ID is een geïntegreerde en geautomatiseerde oplossing voor het maken van identiteitskaarten met een hoge beveiligingsgraad. Voor die beveiliging tekent Agfa met zijn expertise in DTR-technologie* en de bijhorende verbruiksmaterialen. DTR genereert de persoonsgegevens op de kaart via het contact tussen een negatiefbeeld en het kaartoppervlak zodat ze ‘onder’ de beveiligingsdruk liggen. Vermits DTR het beeldvormingsproces uiteindelijk fixeert, zijn de ABSOLUT-ID-kaarten immuun voor namaak of vervalsing.

Voor de kaartenfabrikant biedt ABSOLUT-ID bovendien een kostenvoordeel. De productie verloopt immers volautomatisch en maakt gebruik van materiaal op rol in plaats van de conventionele losse vellen. Aangezien het productieproces van ABSOLUT-ID start met het aanbrengen van de persoonsgegevens van de uiteindelijke kaarthouder, worden antidiestalmaatregelen voor de tijdelijke bewaring van volledig voorbereide kaarten die enkel nog wachten op personalisatie overbodig. Ook daar kunnen dus kosten bespaard worden.

ABSOLUT-ID draagt zo bij tot betaalbare en betrouwbare identiteitsbewijzen. De ingezette technologie en expertise in beeldvorming bewijzen hun waarde ten volle wanneer kwaliteit het verschil moet maken.

- DTR staat voor Diffusion Transfer Reversal



ABSOLUT-ID
ID Security Reinvented

Op 29 september kreeg Agfa de Procurement Excellence Award 2016 toegekend door de VIB (Vereniging voor Inkoop en Bedrijfslogistiek) en Pascion (Purchase And Supply Chain is Our Nature vzw). De professionele jury onder leiding van Paul Matthyssens, decaan van de Antwerpse Management School, selecteerde in juni drie projecten die in een finale keuzeronde streden om de Award. Zoals gezegd won Agfa met het ACE 105-project.

ACE 105 bekroond met Procurement Excellence Award 2016

Het belangrijkste doel van het ACE 105-inkoopproject was een bijdrage van 105 miljoen euro te leveren aan de winstdoelstellingen van Agfa. Deze ambitieuze doelstelling werd onder meer dankzij een bijzondere cross-functionele en cross-categorie aanpak gerealiseerd. In de verschillende projectteams werden de interne en externe partnerships gebundeld met als doel elke vaste of variabele kostenpost kritisch te analyseren.

Wat begon als een financiële doelstelling, mondde uit in een herdefiniëring van de inkooporganisatie – en belangrijker nog – in een veranderde perceptie van de inkooporganisatie binnen Agfa. “Deze prijs is dus niet alleen een prijs voor de teams van Purchasing, maar is meer nog een erkenning van de talrijke inkoopinspanningen die doorheen heel Agfa gebeuren,” beamen Emmanuel Bernoux, voormalig CPO, en Wouter Machiels, hoofd Purchasing Process Office.

Het ACE 105-programma is inmiddels afgerond. Sindsdien zijn er volgens dezelfde projectmatige werkwijze heel wat nieuwe projecten van de businessgroepen samen met purchasing opgestart, bijvoorbeeld in Direct Radiography en Inkjet. De lanceringen van de Tauro inkjetprinter van Agfa Graphics en de nieuwste DR 800-röntgenkamer voor Agfa HealthCare zijn in belangrijke mate succesvol verlopen dankzij deze nieuwe aanpak. Bij de ontwikkeling van nieuwe apparatuur maakt Agfa in de meeste gevallen het ontwerp, waarna samen met Purchasing naar de beste modules op de markt wordt gezocht om het ontwerp uiteindelijk te realiseren. De uiteindelijke productie gebeurt dan door Agfa.

Een ander goed voorbeeld is het Integrated Care project van Agfa HealthCare. Ook hier ondersteunde Purchasing de businessgroep ten volle. De Integrated Care Engage Suite is gebouwd op softwarecomponenten van derden. In dit geval van leverancier MphRx. In de toekomst zullen echter ook onderdelen van andere partijen worden gebruikt. Deze aanpak vraagt een zeer nauwe samenwerking van bij het begin tijdens de Request For Proposal-fase – om de specificaties en de vereisten exact te definiëren – tot op het einde bij het afsluiten van de contracten met de leverancier. Purchasing deed hiervoor heel wat sourcing-activiteiten. Het onderzocht daarvoor het internet, expertenforums, contacteerde leveranciers voor het opzetten van demo's en organiseerde vraag & antwoord-sessies met de collega's van Integrated Care.



Het team dat in naam van Agfa de Procurement Excellence Award 2016 in ontvangst mocht nemen: vlnr. Erlend Geens, Bart Hellemans, Wouter Machiels, Cindy Vandenput, Emmanuel Bernoux en Jan de Smet.

10.000^{ste} CR in de Fabrik van het jaar!

In onze fabriek in Peissenberg in Duitsland rolde eind oktober de 10.000ste unit van de CR 10/12/15-X-familie van de band. Voor de hele fabriek en voor heel Agfa HealthCare is dat een prestatie om bijzonder trots op te zijn. Wereldwijd zorgt dit gamma CR-systemen (computed radiography) al vele jaren voor een betaalbare overstap naar digitale beeldvorming. De inzet en expertise van het team in Peissenberg is daarbij al die jaren van cruciaal belang geweest.

Met nog meer trots konden we enkele dagen later aankondigen dat de fabriek in Peissenberg reeds voor de derde keer de prestigieuze prijs *Fabrik des Jahres* gewonnen had in de categorie 'Excellente onderdelen-productie en montage'. De jury was vooral onder de indruk van de hoge graad van automatisering, in combinatie met slimme montageconcepten en een hoge graad van autonomie voor de arbeiders.

Nog een flinke pluim erbij dus! Proficiat!



Nieuwe website voor Agfa HealthCare

Wat doe je als je informatie zoekt? Inderdaad, googelen! Een sterke digitale aanwezigheid en een aantrekkelijke website zijn dus cruciaal. Ze moeten dan ook hoog op het prioriteitenlijstje van elke organisatie staan. Bovendien worden websites steeds vaker vanop mobiele toestellen bezocht. Met dat in het achterhoofd begon Agfa HealthCare aan een grondige herwerking van zijn website.

Eind september werd de website volledig vernieuwd: een frisse, moderne look, makkelijke en snelle navigatie, interessante animaties en veel video's... Het *responsive webdesign* zorgt ervoor dat de website er altijd aantrekkelijk uitziet, of je hem nu bezoekt via een PC, laptop, tablet of smartphone. De bezoekers krijgen zeer veel informatie op een overzichtelijke manier aangeboden. Overal kunnen ze white papers en klantenverhalen eenvoudig downloaden. En wie toch niet vindt wat hij zoekt, kan op elke webpagina een vraag stellen via het contactformulier.

Think global, act local! Nieuw zijn ook de vertaalde regionale pagina's, waar ruimte is voor nieuws en hoogtepunten uit de regio, specifieke campagnes,... Een tiental van deze pagina's staan al live, andere volgen nog.

Ga zeker zelf eens een kijkje nemen op de nieuwe website: <http://global.agfahealthcare.com/main/>

Reis door de ruimte met de DR 600

In de radiologie-afdeling van het Princess Elizabeth Hospital op het Britse Kanaaleiland Guernsey, wanen de kleine patiëntjes zich vanaf nu in de ruimte. Het ziekenhuis installeerde recent Agfa HealthCare's DR 600-röntgenkamer en kleepte die aan als de binnenkant van een ruimteschip, compleet met controlepanelen, luchtsluizen en uiteraard, patrijspoorten die het zicht bieden op een oneindige sterrenhemel!





Chinese ambassadeur op bezoek bij Agfa

In oktober verwelkomde Agfa Qu Xing, de Chinese ambassadeur in België. Hij was er op uitnodiging van Stefaan Vanhooren, President van Agfa Graphics, die eerder dit jaar benoemd werd tot Voorzitter van de Vlaams-Chinese Kamer van Koophandel (VCKK). Hij volgt Bert De Graeve, voorzitter van de Raad van Bestuur van Bekaert, op.

De VCKK werd in 2005 opgericht door een groep van toonaangevende Vlaamse investeerders als platform ter bevordering van de economische en wetenschappelijke relaties met China. Agfa Graphics is een van de stichtende leden van deze organisatie. Het VCKK ondersteunt Vlaamse bedrijven die handel willen drijven met China, evenals Chinese bedrijven die in Vlaanderen willen investeren. Andere stichtende leden zijn onder andere AB Inbev, Barco, Bekaert en Umicore.



Na een werkvergadering met de Raad van Bestuur van VCKK kreeg de ambassadeur een rondleiding in de democentra van onze onderneming. Hij maakte zo kennis met de nieuwste technologische ontwikkelingen van de businessgroepen. Hij was erg geïnteresseerd en naar eigen zeggen erg onder de indruk van het aanpassingsvermogen en vooral de innovatieve kracht van Agfa. Zijn bezoek werd afgesloten met een lunch in aanwezigheid van CEO Christian Reinaudo.



Nieuwe veelzijdige DR 800



Op RSNA, het jaarlijkse congres van de radiologiewereld in Chicago, stelde Agfa HealthCare de nieuwe DR 800-röntgenkamer met MUSICA for Dynamic Imaging voor aan de wereld. Deze nieuwe veelzijdige digitale radiografieoplossing komt tegemoet aan de groeiende vraag naar fluoroscopie, zonder daarvoor meerdere investeringen te moeten doen.

MUSICA goes Dynamic

De nieuwe DR 800 kan het volledige beeldvormingsgamma aan: de klassieke röntgenopnames (thorax, abdomen, skelet), maar ook fluoroscopie-opnames, waarbij de patiënt gedurende langere tijd doorstraald wordt met röntgenstraling om zo bewegingen in organen of contracties te kunnen waarnemen en vastleggen. Denk hierbij bijvoorbeeld aan bariumstudies waarbij de werking van de slokdarm in beeld wordt gebracht. De DR 800 wordt hiervoor ondersteund door MUSICA for Dynamic Imaging, Agfa's beeldverwerkingssoftware die nu dus ook bewegende beelden kan verwerken. Hoogkwalitatieve beeldvorming is essentieel in een value-based zorgverlening omdat het geïnformeerde beslissingen in diagnose en behandelplannen mogelijk maakt. Over value-based zorgverlening kan je ook meer lezen in het interview met Luc Thijs in dit nummer.

Op het YouTube-kanaal van Agfa HealthCare vind je een mooi filmpje over deze nieuwe Musica-oplossing: spectaculaire beelden verzekerd en... zet voor een keer het volume maar eens goed hoog. ;-)
Surf naar www.agfahealthcare.com/youtube en klik op "MUSICA goes Dynamic".

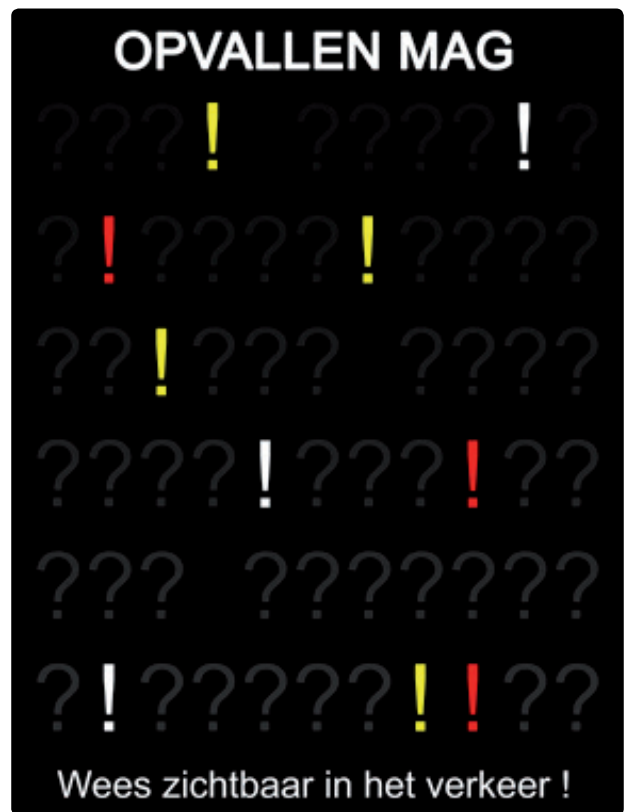


Op hetzelfde YouTube-kanaal vind je ook een filmpje over *Gesture controlled DR*. In deze video laten we zien hoe de beeldvormingstoekomst er kan uitzien: handgestuurde beeldvorming en doorgedreven automatisatie maken de hele workflow nog efficiënter. Surf naar www.agfahealthcare.com/youtube en klik op *Gesture controlled DR*.

Voorzichtig op de baan, he!

Opvallen mag

Je moet niet gestudeerd hebben om te weten dat zichtbaarheid in het verkeer het aantal verkeersongevallen sterk kan helpen verminderen. Helaas merken we nog vaak dat de zwakkere weggebruikers – fietsers én voetgangers – bij valavond of ook 's nachts geen goede verlichting gebruiken en dus niet (voldoende) opvallen. Nochtans, opvallen mag!



Met de affiche *Opvallen mag* vraagt de VGM/Preventie-dienst je aandacht voor het probleem dat zeker op winteravonden zeer acuut is. Het is dan al donker voor de avondspits goed en wel begonnen is. Denk dus aan de volgende tips:

Als **voetganger** draag je overdag best felle kleuren. Zeker een jas in heldere kleuren maakt je beter zichtbaar. Bij donker weer of 's nachts draag je best lichtgekleurde kledij, liefst met reflecterende elementen ingewerkt. Je kan ook extra reflecterende accessoires dragen.

Voor **fietsers** geldt nagenoeg hetzelfde, maar uiteraard moet ook je fiets tiptop in orde zijn. Zodra het schemert, moet je een wit voor- en een rood achterlicht laten branden. Je kan hiervoor ook losse lichtjes bevestigen op

je fiets of jas. De fiets zelf moet vooraan een witte reflector en achteraan een rode reflector hebben. De pedalen hebben gele of oranje reflectoren. De wielen hebben dubbelzijdige oranje of gele reflectoren op de spaken en/of een witte reflecterende strook aan de beide zijden van elke band. Zorg er ook voor dat je licht effectief brandt en dat je reflectoren niet onder een laag vuil zitten.

Vergeet ook niet je **kinderen** goed uit te rusten. Als zij rolschaatsen of steppen op de openbare weg zijn zij ook verkeersdeelnemers. Voor hen gelden dan dezelfde tips als voor de voetganger. Bij slecht weer of duisternis moeten zij op het fietspad een wit licht vooraan en een rood licht achteraan hebben en op de rijbaan naast het wit en rood licht ook nog een retro-reflecterende veiligheidsvest dragen.





vanonder
het stof...

In PLUS nummer 23 vernam je alles over de schenking van het Lieven Gevaert-archief aan de provincie Antwerpen en het Fotomuseum van Antwerpen. In onze recente bezoeken aan het archief stootten we op onverwachte schatten. Voor ze naar hun nieuwe thuis vertrekken, laten we je in de volgende nummers even meegenieten.

Miss Gevaert

Naar aanleiding van het honderdjarig bestaan van de Mortselse vestiging van onze onderneming in 1994 werd een affiche ontworpen met een aantrekkelijke Jugendstilschoonheid. Zij sierde ook de kaft van het eerste Gevaert-fotohandboek uit 1913 en mag dus wellicht de titel van eerste 'Miss Gevaert' dragen. Maar de 'Miss Gevaert' van de reclamepancades in de fotohandel was vanaf de jaren vijftig wellicht bij een ruimer publiek bekend.

De archiefstukken vertellen ons niets over wie het idee had om een 'Miss Gevaert' te ontwerpen. Het is niet uitgesloten dat de toenmalige – we spreken over begin jaren vijftig – 'Reklaamafdeeling' de mosterd haalde bij de concurrentie. Kodak maakte immers sedert jaar en dag met een 'Kodak Girl' reclame. Zij werd omstreeks 1910 ontworpen door Fred Pegram, een bekend karikaturist uit die tijd. Haar gestreepte jurk heeft volgens de overlevering heel wat invloed op de mode uitgeoefend.

Feit is dat in het begin van de jaren vijftig een Miss Gevaert het leven zag. De ontwerpster ervan was de Oostenrijkse grafiste May Neama. Deze kunstenaar tekende decors en kostuums, vooral voor balletuitvoeringen, en illustreerde tientallen letterkundige werken in luxe-uitgaven. Haar Miss Gevaert werd voor het eerst in 1950 in een advertentie voor Gevaert Rolfilm opgevoerd. Gaandeweg werd de jurk iets modieuzer: de mouwen lieten de armen vrij, de halsuitsnijding werd breder en een wit boordversiersel vrolijkte het kleedje op.

In 1955 is Miss Gevaert vergezeld van een jong meisje. De jurk van Miss Gevaert onderging toen duidelijk de invloed van het modedictaat van Christian Dior: ronde nauwsluitende schouders, nadruk op het bovenlichaam en een kuitlange zeer wijde rok, met taftzijde als solide basis voor het vereiste silhouet.

“De meest bekoorlijke en elegantste Miss Gevaert is ongetwijfeld deze uit 1958”, vindt archivaris Laurent Roosens. “De witte stippen op de blauwe jurk zijn kleiner en talrijker, de rok lengte is iets ingekort en eindigt juist onder de knie. De ingesnoerde taille, versierd met een smalle witte gordel, beklemtoont de wijde rok. De vervollediging van het toilet met sierlijke witte schoenen met hoge hakken, handschoenen en sierraden om de pols sluiten de Miss Gevaert-reeks op een aangenaam aandoende wijze af.”





De blokhut

De blokhut. Het zou een titel van een klassieke roman kunnen zijn, maar in dit geval is het een kort, maar mooi verhaal over collegialiteit, vriendschap en respect. Een verhaal dat eindigde op 20 september 2016, maar een jaar vroeger begon. Geen interview deze keer, maar een verhaal verteld door een groep hechte collega's.

Dinsdag, 3 maart 2015. Tijdens de nachtschift van Emulsiebereiding 2 (EB2) voelt collega Danny Bluys zich niet goed en moe. Raar, want onze collega is *gene flauwe*. We denken eerst aan een griepje of zo, maar we beseffen dan nog niet dat we hem niet meer terug op de werkvloer zullen zien.

Na een operatie en de bijhorende revalidatie volgt het zware verdict. Bij onze collega – steeds goedgeluimd, steeds helpend waar hij kan – wordt nierkanker met





van Danny

uitzaaiingen op de botten vastgesteld, een ziekte met weinig kans op genezing. Iedereen in zijn omgeving is van de kaart.

Via ons opperhoofd – zo noemen wij de ploegchef – vernemen we dat Danny aan een project was begonnen dat hij door zijn ziekte waarschijnlijk niet af zal krijgen. Sportief als hij is, wou hij een grote blokhut bouwen achter in de tuin om fietsen en motoren te stallen. Hij had ook een groot terras voorzien om in de zomeravonden met zijn vrouw van te genieten. De fundering was in april 2015 zo goed als klaar. Maar toen kwam dus die ziekte.

Ons besluit is snel genomen. Onder impuls van de ploegchef gaan we het gestarte project proberen – nee niet proberen – gaan we het gestarte project tot de finish afwerken. En er is haast bij, want Danny's gezondheid gaat zienderogen achteruit.

Met een team van 12 man, waaronder zelfs twee bruggepensioneerde collega's, beginnen we er aan. We zijn er trouwens zeker van dat Danny voor ons hetzelfde zou doen!

Een hut van 10 meter op 5, inclusief terrassen vooraan en achteraan, is echter niet te onderschatten. Met regelmaat plande ons opperhoofd de dagen waarop we verder zouden werken aan de blokhut. Sommige collega's werken in vier ploegen, anderen in drie. Niet zo simpel dus, maar we waren zelfs bereid om verlof te nemen of van shift te wisselen om Danny's project af te krijgen.

Een van de ex-collega's legt de chape. Dan de vloer erop en dan het hele bouwwerk. Gelukkig was het een bouwpakket. Terras vooraan en achteraan geplaatst en ondertussen zijn we toch alweer een half jaar verder. De

ziekte begint echter meer en meer terrein te winnen.

Met pijn in het hart luistert Danny uren naar ons gelach en gepalaver, helpen ging totaal niet meer. Maar als hij enigszins kon, kwam hij toch eens tot achter in de tuin. Het gepalaver ging maar verder en hij lachte – zo goed hij kon – mee. Voor de winter brengt een gedreven team de eerste laag verf aan.

Op 26 december 2015 moet Danny zich moegestreden gewonnen geven aan die laffe ziekte. De verslagenheid en het ongeloof zijn groot, maar na een tijd nemen we de draad weer op. We zijn het er vlug over eens dat het project af moet. Er moet nog een tweede verlaag op en de elektriciteit moet ook nog voorzien worden!

Dinsdag 20 september 2016 hebben we de laatste klusjes afgerond. Volledig af heeft Danny zijn blokhut dus niet kunnen zien, de ziekte was te snel. Spijtig. Dat was dus een emotioneel moment, maar zijn vrouw, wij en zeker Danny zijn er fier op dat we dat samen hebben kunnen verwezenlijken.

Voor alle duidelijkheid, dit verhaal gaat niet over ons, maar wel over collegialiteit, respect en vriendschap. Danny was meer dan 30 jaar onze makker geweest op de afdeling EB2 van Agfa-Gevaert, een afdeling waar we ook op elkaar moeten kunnen rekenen. Ook bij ons is er iets veranderd – moeilijk te beschrijven wat – maar de blokhut is af en de band tussen ons is het voorbije jaar nog hechter geworden. Een levensles en een ervaring om U tegen te zeggen.

Het ga je goed daarboven of waar je ook bent, Danny!

Je makkers en collega's van EB2



Onze rubriek Zogezegd verzamelt markante uitspraken van en over Agfa, zijn medewerkers, zijn activiteiten. Ze verschijnen in de pers, of we hoorden ze op straat. Soms zijn ze zeer ernstig, soms zijn ze grappig. Maar steeds het lezen waard. Heb je ook iets gehoord of gelezen dat het delen waard is, laat het ons weten: plus@agfa.com.

Industry 4.0, big data, the internet of things. Er is vandaag heel wat te doen over de vierde industriële revolutie. Maar welke impact zullen digitalisering, automatisering en robotisering hebben op de jobs in de chemie, kunst-

stoffen en life sciences? In opdracht van essenscia vlaanderen hebben professor Ans De Vos en senior researcher Tim Gielens van de Antwerp Management School hierover een studie 'The future of jobs in chemistry and life sciences' uitgevoerd waarvoor 50 experten uit 25 sectorbedrijven werden bevroegd. De studie werd, gevolgd door een debat, voorgesteld op het jaarevent van essenscia vlaanderen in Willebroek op 29 november

jongstleden. Wij verzamelden die avond de volgende quotes. De studie zelf kan je downloaden op essenscia.be.

“Met het onderzoek ‘The future of jobs in chemistry and life sciences’, wil essenscia vlaanderen ondernemingen uit de sector inspiratie bieden om zich strategisch te positioneren en een HR-beleid op maat uit werken. Dit rapport is dus geen eindpunt, maar eerder de start van een werkproces dat we verder willen ondersteunen via de sectorale vormingsfondsen, het Demografiefonds voor werkbaar werk en diverse opleidingsprogramma’s op maat. Zo kan Industrie 4.0 uitgroeien tot een unieke opportuniteit om jobs efficiënter, zinvoller en duurzamer te maken.”

Luc Delagaye, voorzitter essenscia vlaanderen en President Agfa Materials, op het jaarevent van essenscia vlaanderen.



Zogezegd



“Als we nadenken over knowledge transfer gaat het meestal over de overdracht van kennis van een oudere, ervaren generatie naar een generatie die jonger is. Is het omgekeerde ook niet belangrijk? Volgens mij zouden jongere werknemers oudere werknemers iets kunnen leren over digitalisering. Hoe zouden we dat kunnen organiseren en hoe kan HR hierin een rol spelen?”

De video-vraag van collega Tim Desmet, Agfa MTC New Technology & Innovation Manager, aan het expertenpanel op het jaarevent van essenscia vlaanderen.

“Digitalisering is naar mijn mening een opportuniteit in een R&D-omgeving om op een snellere en efficiëntere manier communicatie tussen verschillende onderzoeksgroepen te bevorderen en om het onderzoekswerk te vereenvoudigen.”... “Zeker als we naar nieuwe innovatieve en creatieve oplossingen willen gaan, hebben we echt de menselijke input nodig.”

Fabienne Goethals, Agfa MTC R&D manager Functional Molecular Ingredients, tijdens de focusgroep jongeren bij het onderzoek 'The future of jobs in chemistry and life sciences'.



