



## ASML'S EERSTE HIGH NA-CHIPMACHINE

ASML is druk bezig met het verschepen en installeren van de nieuwste generatie lithografiemachines. De High NA EUV-machines zijn de opvolgers van de huidige paradepaardjes, de EUV-machines. Kort gezegd: EUV-lithografiemachines maken gebruik van extreem ultraviolet licht (EUV) om zeer kleine patronen op siliciumwafers te projecteren. Chipfabrikanten als Samsung en Intel hebben de EUV- en de NA-EUV-machines nodig voor het produceren van geavanceerde chips. Eind 2023 werd de eerste High NA EUV-machine – de Twinscan EXE:5000 – verscheept naar Intel. Deze machine heeft de afmetingen van een dubbeldekker en om de hele installatie bij Intel in Oregon te krijgen, waren dertien containers nodig. Het opbouwen van de complete machine duurt waarschijnlijk zes maanden; 250 specialisten van Intel en ASML werken in ploegendiensten aan het installeren. Prijskaartje van de Twinscan EXE:5000: om en nabij de 350 miljoen euro.

FOTO: ASML

## QUOTE



*“De welvaarts-groei in Nederland hebben we voor het overgrote deel aan de vrouwen te danken, die meer zijn gaan werken. Niet aan productiviteitsgroei, die was van ondergeschikt belang.”*

**Egbert Jongen**, hoogleraar economie aan de Universiteit Leiden, in een toelichting op zijn onderzoek naar inkomensongelijkheid in Nederland. *Telegraaf*, 18-1-2024.

FOTO: ANP - HOLLANDE HOOGTE - DIJKSTRA BV



## PRIJSSTIJGINGEN ZITTEN PEPSICO DWARS

Voor het eerst sinds 2020 zag PepsiCo de omzet in het vierde kwartaal dalen.

De Amerikaanse frisdrank- en snackfabrikant (onder andere Pepsi-cola, Lay's, Doritos en Duyvis) heeft de prijzen de afgelopen jaren meerdere keren flink verhoogd om de hogere lonen, grondstofprijzen en energie-

CONSUMENT  
SLIKT PRIJS-  
VERHOOGINGEN  
PEPSICO NIET  
MEER

kosten door te berekenen aan consumenten.

In het vierde kwartaal van 2022 ging dat nog tamelijk probleemloos. PepsiCo kon toen de prijzen nog met 16 procent verhogen zonder flinke volumedaling (min 1 procent). Maar inmiddels accepteren consumenten die prijsverhogingen steeds minder, zo blijkt uit de gedaalde afzet in het vierde

kwartaal van vorig jaar.

De resultaten werden volgens topman Ramon Laguarta beïnvloed door geopolitieke onzekerheden en de fors gestegen kosten van levensonderhoud in de VS. De topman verwacht dat de prijzen niet veel verder zullen stijgen: “In 2024 zullen we volumegroei laten zien. De jaarlijkse prijsverhogingen zullen naar verwachting terugvallen tot zo'n 2 à 3 procent.”

Voor beleggers waren de jongste kwartaalresultaten even slikken. De voorgaande kwartalen leek het erop dat PepsiCo beter dan concurrenten Nestlé, Procter & Gamble en Unilever in staat was de hogere kosten door te berekenen aan klanten. Maar de vierdekwartaalcijfers laten zien dat ook voor de merkproducten van PepsiCo de merkproducten van PepsiCo de pijngrens bij de consument is bereikt.

