

Ποιος είναι ο Γιάννης Μαρλαφέκας που αντέχει



Τελικά, ποια είναι

πιο «ελληνική» εταιρεία; Μια επιχείρηση με Έλληνες ιδιοκτήτες που απολύει κόσμο και μεταφέρει την έδρα της στο εξωτερικό ή μια πολυεθνική που διατηρεί -παρά την κρίση- τις μονάδες της στη χώρα μας και εξακολουθεί να φορολογείται βάνουσα στην Ελλάδα; Αυτό ήταν το ερώτημα σε πρόσφατο συνέδριο περί της ανάγκης στήριξης των ελληνικών επιχειρήσεων. Οι απόψεις δίστανται, όμως σε κάθε περίπτωση υπάρχουν και οι βιομηχανίες εκείνες που δικαιολογούνται να δηλώνουν ελληνικότερες των άλλων. Είναι αυτές που σε πείσμα των καιρών παράγουν στην Ελλάδα, προωθούν προϊόντα της πατρίδας, δεν απολύουν, ούτε μεταφέρουν την έδρα τους σε φορολογικούς παραδείσους. Μια τέτοια εταιρεία είναι η Λουξ της οικογένειας Μαρλαφέκα με έδρα στην Αχαΐα. Πρόκειται για μια βιομηχανία που, όπως μας λέει ο πρόεδρος και διευθύνων σύμβουλός της, κ. Γιάννης Μαρλαφέκας, «παραμένει ζωντανή και ανταγωνιστική» παρά τον οξύ πολυεθνικό ανταγωνισμό - από επιχειρήσεις μάλιστα που ανήκουν στην... άλλη

όχθη. Από ελληνικής καταγωγής πολυεθνικές που επέλεξαν τελικά τον δρόμο της φορολογικής και μετοχικής φυγής όταν οι άνθρωποι της Λουξ δίνουν μάχες εντός των συνόρων.

Πώς όμως η εταιρεία μέσα στην πρωτόγνωρη αυτή κρίση κατορθώνει να μένει ζωντανή και ανταγωνιστική; Πώς αντέδρασε η διοίκησή της στο διάστημα 2010-2013; «Η Λουξ κατάφερε να παραμείνει ζωντανή και ανταγωνιστική διότι πολύ πριν από το ξέσπασμα αυτής της πρωτοφανούς κρίσης που βιώνουμε στη χώρα μας είχε φροντίσει να θωρακίσει τον επιχειρησιακό της οργανισμό με την ενδεδειγμένη και την απολύτως αναγκαία χρηματοοικονομική διάρθρωση που οφείλει να έχει κάθε υγιώς σκεπτόμενη εταιρεία, τηρώντας απαρέγκλιτα όλες αυτές τις αρχές και αξίες που δημιουργούν την οικονομική αυτάρκεια, το πολύτιμο οξυγόνο που είναι απαραίτητο κυρίως για τις δύσκολες χρονικές περιόδους που υποχρεωτικά κάθε εταιρεία θα γνωρίσει στον κύκλο ζωής της», τονίζει ο κ. Μαρλαφέκας. Αχαιός, αλλά με οικογενειακές ρίζες στα μπαρουτάδικα της Δημητσάνας, ο ίδιος γνωρίζει από πρώτο χέρι πώς δίνονται οι μάχες. Το 2012, λοιπόν, ύστερα από κόπο και αγώνες, παρουσιάστηκε θετικό για την επιχείρηση σε όλα τα σημεία, με άνοδο πωλήσεων κοντά στα 3 εκατ. ευρώ (24,7 έναντι 21,8 εκατ. ευρώ) και συγκράτηση κερδών. «Από το ξέσπασμα της κρίσης, το 2008, άρχισε να διαφαίνεται σιγά-σιγά σαφής μεταστροφή της επιλογής των καταναλωτών προς τα αμιγώς ελληνικά προϊόντα. Αυτή η επιλογή σίγουρα είναι μία από τις αιτίες που μας οδήγησαν σε αυτά τα οικονομικά αποτελέσματα του 2012», υποστηρίζει ο πρόεδρος της εταιρείας και προσθέτει: «Επιπροσθέτως, η αδιάλειπτη επικοινωνιακή μας πολιτική μαζί με τη στοχευμένη εμπορική πολιτική είτε προς το χονδρεμπόριο είτε προς το λιανεμπόριο, με σαφή προσανατολισμό τη μείωση των τιμών στα προϊόντα μας, χωρίς φυσικά καμία έκπτωση στην ποιότητα, αποτέλεσαν τους σημαντικότερους πυλώνες αυτής της επιτυχίας. Για το 2013 -και σύμφωνα με τα τρέχοντα οικονομικά στοιχεία- αναμένουμε επίσης άνοδο στα μεγέθη μας και σίγουρα όλη η προσπάθεια εστιάζεται στην παγίωση της πρώτης θέσης μεταξύ των ελληνικών εταιρειών - και κυρίως στη δεύτερη θέση του κλάδου».

Άδικος και άνισος ο ανταγωνισμός με τις δύο πολυεθνικές

Το γεγονός όμως ότι η Λουξ έχει να ανταγωνιστεί δύο μεγάλες πολυεθνικές, την Coca-Cola και την Pepsi, φαίνεται πως καταλήγει να είναι ένας δημιουργικός πονοκέφαλος παρά ένα πρόβλημα. Κι αυτό διότι η εταιρεία λόγω της πίεσης έμαθε να λειτουργεί πιο δυναμικά. Ο ίδιος ο κ. Μαρλαφέκας στο συγκεκριμένο θέμα είναι επιθετικός: «Η Λουξ είναι αναμφισβήτητα η ελληνική εταιρεία που από τις αρχές της δεκαετίας του '80 βίωσε στον υπέρτατο βαθμό όλες τις "εισαγόμενες" πρακτικές του αθέμιτου ανταγωνισμού και έπρεπε από τη μια πλευρά να καταφέρει

να αντεπεξέλθει και να μείνει όρθια, αλλά από την άλλη να συντηρεί την άμυνα εναντίον αυτών των πρωτόγνωρων μεθόδων μέσω μιας σειράς από επίπονες και πολύχρονες καταγγελίες σε όλα τα αρμόδια εκάστοτε κυβερνητικά όργανα, που όμως -δυστυχώς- δεν είχαν και πολλή διάθεση για κατανόηση και επίλυση αυτού του ζητήματος. Να σημειωθεί ότι το γεγονός αυτό οδήγησε σε αφανισμό πάμπολλες ελληνικές εταιρείες που δεν άντεξαν αυτή την πίεση. Σε ευθεία δε απάντηση στο ερώτημά σας θα πω ότι ο ανταγωνισμός με τις δύο γνωστές πολυεθνικές, και ιδιαίτερα με αυτή που κατέχει την πρώτη θέση, όσον αφορά τα πραγματικά γεγονότα που διαδραματίστηκαν στη χώρα μας ήταν και είναι δυστυχώς άδικος και άνισος».

Αντίστοιχα επικριτικός είναι ο κ. Μαρλαφέκας και για τη μείωση του ΦΠΑ στο 13% που καθιέρωσε η κυβέρνηση και στην οποία δεν συμπεριέλαβαν τα ποτά και φυσικά τα νερά και τα αναψυκτικά. Σαν να μην έφτανε αυτό, φαίνεται πως υπάρχουν σκέψεις και για νέες αυξήσεις στον φόρο των αναψυκτικών. «Θέλω να ελπίζω ότι εν τέλει δεν θα επιβληθεί ακόμα ένας φόρος, ακόμα ένα καθαρά εισπρακτικό μέτρο σαν και τόσα άλλα, που αβίαστα, άμετρα και αναποτελεσματικά το μόνο που πετυχαίνουν είναι να επιτείνουν το μείζον πρόβλημα της βαθιάς ύφεσης στην οποία έχει περιέλθει η ελληνική οικονομία», τονίζει ο επιχειρηματίας. Ιδιαίτερα όσον αφορά στη μείωση του ΦΠΑ στα αναψυκτικά υπογραμμίζει: «Αναφορικά με το ζήτημα της πρόσφατης μείωσης του ΦΠΑ στην εστίαση, πρόκειται για ένα ακόμα νομοσχέδιο-γονατογράφημα καταδικασμένο από την αρχή να αποτύχει εν τη γενέσει του. Διότι αν οι ιθύνοντες ήθελαν τελικά να αποφέρει τα πολυπόθητα εισπρακτικά αποτελέσματα για τον κρατικό κορβανά, θα έπρεπε να πράξουν -αν μη τι άλλο- το αυτονόητο, δηλαδή στα προϊόντα όπως και τα αναψυκτικά όπου εξήγγειλαν τη μείωση του 10% να εφαρμόσουν το μέτρο αυτό στο είδος, για να μπορέσει αυτή η μείωση να ξεκινήσει από τη βιομηχανία, να περάσει στον χονδρέμπορο και τελικά στο τελικό σημείο της εστίασης έτσι ώστε να επωφεληθεί ουσιαστικά ο καταναλωτής. Αναρωτιέμαι πραγματικά αν οι εκπρόσωποι του κλάδου της εστίασης ζητούσαν επί τόσο μεγάλο χρονικό διάστημα από τον αρμόδιο υπουργό αλλά και από τον πρωθυπουργό της χώρας αυτή την πρωτότυπη ρύθμιση. Διότι γιατί τη χρειάζονταν άραγε αφού στην πραγματικότητα, όπως προανέφερα, σε όλη την αλυσίδα της διακίνησης των αγαθών μόνο η συμπαθής ομάδα των καταστηματαρχών της εστίασης έχει κληθεί από την 1/8/2013 να αλλάξει τον σχετικό ΦΠΑ μειώνοντας επί της ουσίας το όποιο εναπομείναν περιθώριο κέρδους της. Σας λέω λοιπόν απερίφραστα ότι δεν μπορούμε να περιμένουμε τίποτα ιδιαίτερο για τον κλάδο μας, ειδικά σε αυτή τη ζοφερή περίοδο που διάγουμε, διότι κάθε μέρα ανακοινώνονται μέτρα για περικοπές και όχι για οποιαδήποτε μορφή άμεσης ή έμμεσης επιχορήγησης. Για να μπορέσει να ενταχθεί ο κλάδος μας σε ένα οποιασδήποτε μορφής καθεστώς βοήθειας, η

κυβέρνηση θα πρέπει να αποφασίσει να εφαρμόσει ένα γενικότερο μοντέλο στήριξης της ελληνικής βιομηχανίας τροφίμων και ποτών με στόχευση και όραμα, κάτι ίσως που μοιάζει την παρούσα χρονική στιγμή με μακρινό όνειρο».

Οι εξαγωγές της Λουξ αυτή τη χρονική περίοδο ανέρχονται περίπου σε ένα ποσοστό που αγγίζει το 5%. Εξαγωγές ήδη πραγματοποιούνται σε Αγγλία, Ιταλία, Γερμανία, Κύπρο, Ελβετία, Αυστραλία, ΗΠΑ, Καναδά, Παναμά, Κίνα και Ισραήλ. Οι νέες αγορές-στόχοι είναι οι Σαουδική Αραβία, Ηνωμένα Αραβικά Εμιράτα, Ουκρανία, Ρωσία και Νότιος Αφρική, ενώ παράλληλα επιχειρείται περαιτέρω διεύρυνση στις χώρες όπου ήδη γίνονται εξαγωγές. Και όλα αυτά χωρίς μεγάλη στήριξη από τις τράπεζες, καθώς ο μόνιμος καθημερινός πονοκέφαλος για την πλειονότητα των ελληνικών επιχειρήσεων δεν απασχολεί εδώ και πολλά χρόνια την εταιρεία του κλάδου αναψυκτικών, επειδή η φιλοσοφία της ήταν, είναι και θα είναι ότι κάποιος πρέπει να χρησιμοποιεί τη δανειοδότηση από τα τραπεζικά ιδρύματα με φειδώ: όταν πραγματικά θα χρειάζεται κεφάλαια για την ουσιαστική και αληθινή ανάπτυξη της εταιρείας του και όχι για να μεταφέρει κεφάλαια, ικανοποιώντας δυστυχώς πολλές φορές εφήμερες προσωπικές ανάγκες ή φιλοδοξίες. «Ο κάθε επιχειρηματίας, ανεξάρτητα αν χειρίζεται ο ίδιος τα οικονομικά ζητήματα της εταιρείας του, έχω την ταπεινή γνώμη ότι πρέπει πάντα να ενεργεί ή να νουθετεί τους συνεργάτες του ώστε να ενεργούν αντ' αυτού σαν τον ταμιά της τράπεζας, δηλαδή με απλά λόγια να αντιλαμβάνεται ότι διαχειρίζεται λεφτά τρίτων και όχι τα δικά του», λέει ο κ. Μαρλαφέκας.

Τα φορολογικά αποθέματα και η επένδυση των 33 εκατ. ευρώ

Επιχειρήσεις σαν τη Λουξ περιμένουν πολλά από τα κονδύλια και τα εργαλεία του αναπτυξιακού νόμου. Πώς βιώνει όμως η αχαϊκή βιομηχανία αυτή την προσπάθεια; Θα πρέπει να σημειώσουμε πως η Λουξ διαχρονικά από την εποχή του αναπτυξιακού νόμου του 1892/90 μέχρι και το 2009 έχει συνειδητά αξιοποιήσει όλες τις ευεργετικές διατάξεις των εκάστοτε νόμων – αρχικά τα πρώτα χρόνια λαμβάνοντας επιδοτήσεις και στη συνέχεια χρησιμοποιώντας το εργαλείο των αφορολόγητων αποθεματικών.

«Τονίζω ιδιαίτερα το ζήτημα των αφορολόγητων αποθεματικών, γιατί απερίφραστα πιστεύω ότι αποτελεί την κορυφαία απόδειξη της ανταποδοτικής προσφοράς στην κοινωνία από τους επιχειρηματίες αυτούς που συνειδητά επιλέγουν να επανεπενδύουν τα κέρδη τους στη χώρα τους, συμβάλλοντας με τον πιο άμεσο και αποτελεσματικό τρόπο στην ανάπτυξη της οικονομίας μας», λέει ο επιχειρηματίας. Αλλά, δυστυχώς, ακόμα και αυτή η ελπίδα για ανάπτυξη και ανάκαμψη χάθηκε, σύμφωνα με τα όσα υπογραμμίζει

ο κ. Μαρλαφέκας. «Κι αυτό γιατί κάποιοι ανεγκέφαλοι, ανίκανοι διαχειριστές της

εξουσίας, με μια ανήκουστη και αναιτιολόγητη κίνησή τους κατάργησαν πλήρως το 2010 τον τότε ισχύοντα αναπτυξιακό νόμο και έφεραν έναν νέο το 2011, που είχε μάλλον στρατηγικό στόχο όχι την ανάπτυξη αλλά την ανάσχεση των επενδύσεων με βάση τα μέχρι τώρα τραγικά στοιχεία που όλοι γνωρίζουμε. Για να είμαστε βέβαιοι ακριβοδίκαιοι, είναι γεγονός ότι από την τωρινή ηγεσία του υπουργείου Ανάπτυξης έγινε κάποια φιλότιμη προσπάθεια για να αλλάξουν κάποια ειδικά ζητήματα από τα κακώς κείμενα αυτού του νόμου, αλλά μάταια, πιστέψτε με. Το κλίμα και η ψυχολογία δεν αλλάζει με μπαλώματα κακοραμμένων κουστουμιών από μαθητευόμενους ράφτες-μάγους. Πρότασή μου είναι η επαναφορά του πιο αποτελεσματικού νόμου του 3299/2004 στο ειδικό σκέλος των αφορολόγητων αποθεματικών», υποστηρίζει ο επιχειρηματίας και συνεχίζει: «Γνωρίζω από πρώτο χέρι, ύστερα από προσωπική συζήτηση με τον συνεργάτη του τότε υπουργού που συνέταξε τον νόμο 3908/2011, ότι η αφόρητη πίεση της τρόικας σε συνδυασμό με την άγνοια και την αδράνεια των ιθυνόντων επέφεραν αυτή τη δραματική αλλαγή, γιατί με απλά λόγια φύγαμε από ένα καθεστώς πλήρους ευελιξίας κινήσεων και διαφάνειας ελέγχων και καταλήξαμε στο να κρινόμαστε και να αξιολογούμαστε από μια αναποτελεσματική και προβληματική δημόσια διοίκηση για τα δικά μας κέρδη, τα οποία θέλουμε να μετουσιώσουμε σε επενδύσεις». Πάντως όλη η ενέργεια της Λουξ έχει πλέον επικεντρωθεί -μετά και τη σχετική εγκριτική απόφαση που υπήρξε τον Αύγουστο του 2011 από το υπουργείο Ανάπτυξης- στην υλοποίηση μιας επένδυσης ύψους 33 εκατ. ευρώ για την παραγωγή μιας νέας σειράς καινοτόμων προϊόντων στον γενικότερο κλάδο του χώρου των μη αλκοολούχων ποτών. Παρότι δε το κλείσιμο της στρόφιγγας της σχετικής ρευστότητας των ελληνικών τραπεζών έχει αναγκάσει την αχαϊκή βιομηχανία να στραφεί και σε άλλες πηγές χρηματοδότησης -κυρίως από το εξωτερικό-, η διοίκησή της φιλοδοξεί ότι σχετικά σύντομα θα μπορέσει να ανάψει το πράσινο φως για την υλοποίηση της εν λόγω επένδυσης.

Πηγή: newmoney.gr