

Έχουν επηρεαστεί οι πωλήσεις σας λόγω του Covid-19;

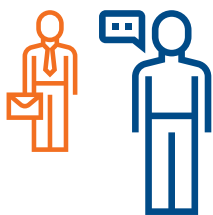


Δυσκολία στην παράδοση;



Χρειάζεστε

Έτοιμες Πρότυπες Παραγγελίες
Γρήγορη Καταχώρηση
Online Γκάμα Πελάτη

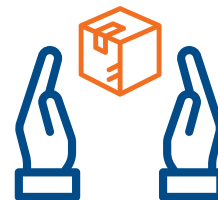


Μειώθηκαν οι επισκέψεις των πωλητών σας;



Δίνετε

24/7 Εξυπηρέτηση
Φωτογραφικό Κατάλογο
Ψηφιακές Πληρωμές



Περισσότερες αλλά πιο μικρές παραγγελίες;

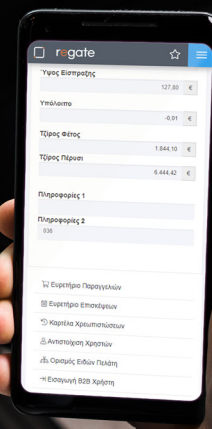
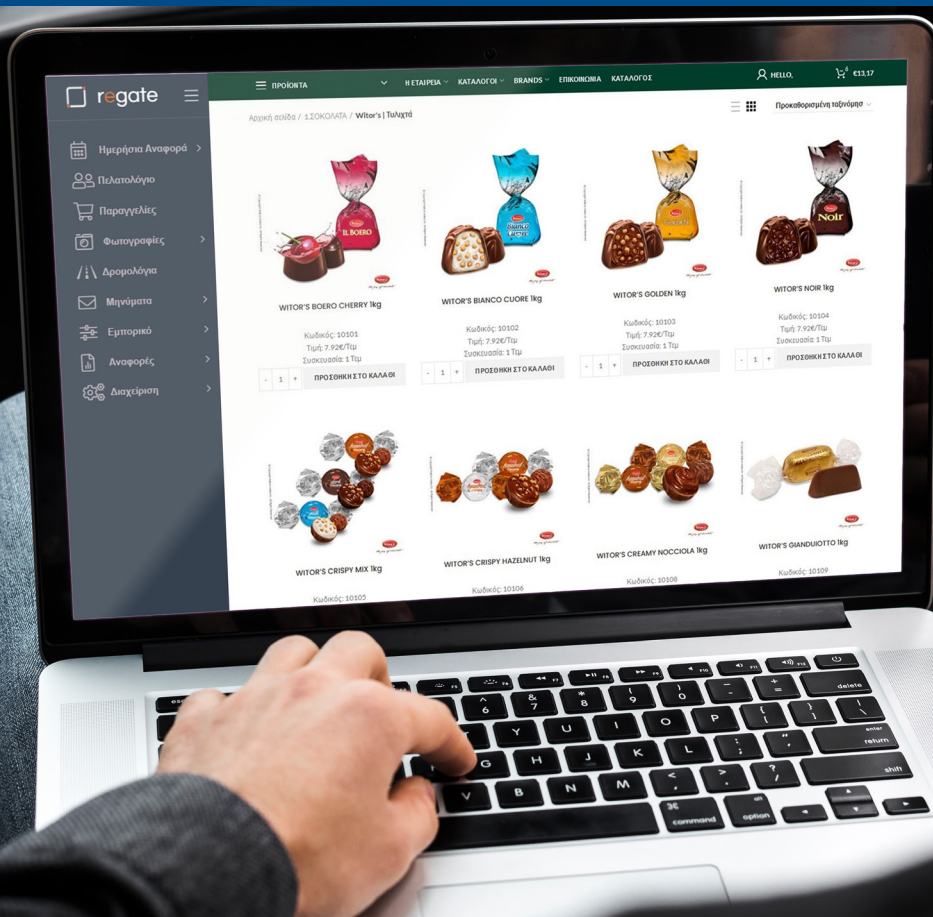


Έχετε

Διαχείριση Προσφορών
Up & Cross Selling Ενέργειες
Εξατομικευμένο Marketing

Δείτε τα σημερινά προβλήματα που προέκυψαν από την πανδημία και τις προτεινόμενες λύσεις!

myb2b.gr



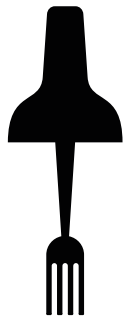
 **regate**

Ο συνεργάτης σας για το Τμήμα Πωλήσεων!

www.regate.gr



Τηλ.: Αθήνα : 215-55.17.050, Θεσσαλονίκη : 2312-201.555



HORECA. OPEN

Powered by
FnB Daily

ΤΟ ΑΠΟΛΥΤΟ NEWSLETTER
ΓΙΑ ΤΟΝ ΚΛΑΔΟ HORECA.



Με την υποστήριξη της πρωτοβουλίας ΕΛΛΑ-ΔΙΚΑ ΜΑΣ

Παρασκευή 16 Οκτωβρίου 2020 ΤΕΥΧΟΣ #14



• J. MODIANO (ΠΙΤΑ ΠΑΝ) ΟΙ ΛΟΓΟΙ ΠΟΥ ΟΔΗΓΟΥΝ ΤΙΣ ΠΛΑΤΦΟΡΜΕΣ ΣΕ ΥΨΗΛΕΣ ΧΡΕΩΣΕΙΣ

«Οι πλατφόρμες χρεώνουν υψηλές προμήθειες για τις παραγγελίες και το delivery προϊόντων. Εμείς συνεργαζόμαστε με την E-food, η οποία δεν έχει τις χρεώσεις άλλων πλατφορμών. Χρεώνουν την παραγγελία περίπου 10%, ένα ποσό, που είναι μεγάλο αν σκεφτείς πως εμείς που έχουμε δικό μας στόλο, μας κοστίζει ένα επιπλέον 20-25% το delivery. Άλλες πλατφόρμες, όπως η Wolt, χρεώνουν μεγαλύτερα ποσοστά, γιατί έχουν συμπεριλάβει και το delivery. Τότε, το ποσοστό προμήθειας είναι μεταξύ 20%-25%, ωστόσο αυτή η λύση ενδείκνυται για όσους δεν έχουν δικό τους στόλο», δηλώνει στο Horeca Open ο CEO της ΠίταΠαν, Joe Modiano.

«ΔΕΝ ΕΧΟΥΝ ΠΑΡΕΙ ΠΡΩΤΟΒΟΥΛΙΕΣ»

«Άλλες πλατφόρμες στο εξωτερικό έχουν πάρει πρωτοβουλίες προκειμένου να στηρίξουν τον κλάδο. Λιγότερες προμήθειες ή άλλες ενέργειες προς αυτή την κατεύθυνση. Στην Ελλάδα, παρόμοιες πρωτοβουλίες δεν έχουν ληφθεί και αυτό οφείλεται στο γεγονός πως δεν υπάρχουν τόσα πολλά κεφάλαια, όσο στο εξωτερικό. Αυτές οι επιχειρήσεις στην Ελλάδα έχουν επενδύσει μεγάλα κεφάλαια και δεν βρίσκουν τον χώρο για τέτοιες ενέργειες», σημειώνει ο Joe Modiano.

INFO - ΚΑΤΑΣΤΗΜΑΤΑ

Νέο Ψυχικό
Παγκράτι
Αγία Παρασκευή
Metro Mall

ΙΣΟΡΡΟΠΙΑ ΣΤΗΝ ΚΑΤΑΝΑΛΩΣΗ

Η Πίτα Παν έχει επανέλθει μετά την κρίση του κορονοϊού - σχεδόν- στα επίπεδα πωλήσεων του 2019. «Είμαστε ένα 10-15% κάτω, συγκριτικά με την αγορά πηγαίνουμε καλά. Ορισμένα καταστήματα στα malls καταγράφουν μεγαλύτερη πτώση, καθώς οι κινηματογράφοι δεν λειτουργούν με ουσιαστικές πληρότητες και αυτό έχει ως αποτέλεσμα την πτώση της κατανάλωσης. Κανάλια, όπως το delivery και το takeaway, καταγράφουν υψηλές πωλήσεις», επισημαίνει ο CEO της Πίτα Παν.

Η γνωστή αλυσίδα εστίασης εφαρμόζει ένα σύνολο μέτρων υγειονομικής προστασίας, ώστε να έχουν οι πελάτες την ασφάλεια, που χρειάζονται:

- Γάντια και μάσκες
- Απολυμαντικά σε κάθε τραπέζι
- Αντισηπτικά στους χώρους των καταστημάτων
- Απολύμανση εσωτερικών - εξωτερικών χώρων
- Συσκευασμένα μαχαιροπίρουνα
- Σουπλά μενού μιας χρήσης

EDITORIAL

Delivery platforms: Πανάκεια ή αδιέξοδο;

Πριν από περίπου δύο χρόνια, συζητώντας με επιχειρηματίες της εστίασης, τον είχα ρωτήσει σχετικά με τις πλατφόρμες delivery:

Ποιος επωμίζεται το κόστος των προσφορών, που συχνά βγάζουν; -Το εστιατόριο, μου είχε απαντήσει.

Και, στο τέλος της ημέρας, οι πλατφόρμες αυτές είναι πανάκεια, αναγκαίοι partners ή συνεργασία, που οδηγεί σε ζημιές;

«Η διαχείριση της οικονομικής σχέσης και της συνολικής συνεργασίας με αυτές τις πλατφόρμες απαιτεί λεπτούς και ψύχραιμους χειρισμούς. Κι αυτό, γιατί μπορεί στην αρχή να είναι απολύτως απαραίτητες και να βοηθούν στην αναγνωρισιμότητα της επιχείρησης, όμως, και ακριβώς λόγω αυτού του γεγονότος, μπορεί να οδηγήσουν σε αδιέξοδο στη συνέχεια. Διότι, αν αποφασίσεις να αποχωρήσεις από την πλατφόρμα, κινδυνεύεις να εξαφανιστείς πλήρως από τον χάρτη, αφού όλο και περισσότεροι καταναλωτές παραγγέλνουν με βάση το ποια εστιατόρια υπάρχουν στις πλατφόρμες».

Υπάρχει απάντηση σε αυτόν τον μείζονα προβληματισμό του κλάδου;

Ναι. Δεν υπάρχει αδιέξοδο, αν είσαι γνωστή και established αλυσίδα, που ήδη έχεις δουλέψει πολύ το delivery κομμάτι.

Ναι. Δεν υπάρχει αδιέξοδο, αν είσαι μεγάλη αλυσίδα, όπου εκεί οι χρεώσεις των πλατφορμών είναι στο 4%.

Ναι. Δεν υπάρχει αδιέξοδο, αν είσαι μικρό μαγαζί, διάσπαστο για κάποια πιτάτα σου, οπότε και άπαντες σε αναζητούν στο τηλέφωνό σου.

Η επιχειρηματική λογική λέει, πάντως, ότι θα έρθει γρήγορα η στιγμή, που πλατφόρμες και σημεία εστίασης θα κάτσουν στο ίδιο τραπέζι και θα βρουν τη χρυσή τομή.

Προς το συμφέρον όλων.

Διότι ούτε τις πλατφόρμες συμφέρει οι πελάτες τους να έχουν οικονομικά προβλήματα.

Νεκτάριος Β. Νώτης
nectarios@notice.gr

• HORECA USA

ΑΝΤΙΔΡΑΣΕΙΣ ΓΙΑ ΤΙΣ ΠΡΟΜΗΘΕΙΕΣ ΤΩΝ ΠΛΑΤΦΟΡΜΩΝ DELIVERY

Το delivery αποτελεί πλέον τη μοναδική γραμμή πωλήσεων, που έχει μονοδικές τάση στη μετά κορονοϊό εποχή. Οι καταναλωτές, υπό το φόβο μετάδοσης του ιού, στρέφονται στην κατανάλωση στο σπίτι και προτιμούν να αγοράζουν προϊόντα, τα οποία θα τους έρχονται στο σπίτι. Για τις αλυσίδες εστίασης στις Ηνωμένες Πολιτείες, οι πλατφόρμες delivery αποτελούν μία λύση, ωστόσο η συντριπτική πλειονότητα αυτών χρεώνουν υψηλές προμήθειες: Από 25% έως και 35% - 40%!

INFO - ΠΛΑΤΦΟΡΜΕΣ

Postmates
Uber Eats
Door Dash
Grubhub

Αν και πολλοί καταναλωτές δεν γνωρίζουν τον τρόπο χρέωσης των υπηρεσιών delivery, τα περισσότερα εστιατόρια έχουν έρθει αντιμέτωπα με υπέρογκες χρεώσεις, οι οποίες την εποχή του κορονοϊού οδηγούν τον τζίρο των επιχειρήσεων τους σε χαμηλότερα επίπεδα και αυξάνουν τα έξοδα.



ΧΡΕΩΣΗ 25% ΓΙΑ ΚΑΘΕ ΠΑΡΑΓΓΕΛΙΑ

Ο γνωστός Chef, Elis Sussman, ιδιοκτήτης του Samesa, δηλώνει πως - σύμφωνα με το συμβόλαιο, που έχει με τη Seamless - απαιτείται να δίνει 25% για κάθε παραγγελία. «Το ποσό είναι υπέρογκο και μάλιστα η εταιρεία μπορεί, αν θέλει, να με χρεώσει επιπλέον προμήθεια 10% σε περίπτωση, που κάνει delivery του προϊόντος στην πόρτα του καταναλωτή. Η λύση είναι η συνεργασία με εταιρείες delivery, που κάνουν παραδόσεις προϊόντων με ένα flat fee».



ΕΩΣ 30% ΟΙ ΧΡΕΩΣΕΙΣ

Παρόμοια εικόνα παρουσιάζουν και άλλοι ιδιοκτήτες εστιατορίων. Ο Deepak Kaul, ιδιοκτήτης του Bhuna, σημειώνει πως πληρώνει:

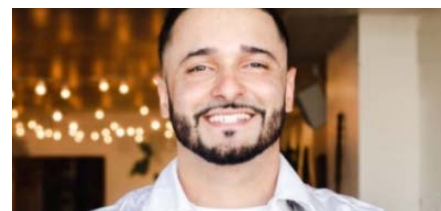
- 27% προμήθεια στο Caviar
- 30% προμήθεια στο Grubhub
- 30% προμήθεια στο Postmates

Ο ίδιος σημειώνει πως «οι χρεώσεις είναι υπέρογκες και δημιουργούν πρόβλημα στα οικονομικά της επιχείρησης την εποχή του κορονοϊού. Θα μπορούσαν οι τιμές να είναι πιο φιλικές σε αυτή τη δύσκολη φάση, που περνάμε, εξαιτίας της κρίσης της πανδημίας και όχι να προστίθεται έξτρα κόστος για τους επιχειρηματίες».



«ΖΗΤΟΥΝ ΑΠΟΚΛΕΙΣΤΙΚΟΤΗΤΑ»

Η Uber Eats, στην ιστοσελίδα της, σημειώνει πως χρεώνει 30% τα εστιατόρια για delivery και 15% για απλή παραγγελία. Ωστόσο, όπως σημειώνει η Reem Assil, ιδιοκτήτρια του ομώνυμου εστιατορίου στο Oakland και την California, «σε περίπτωση, που κάνεις αποκλειστική συμφωνία μαζί τους, τότε υπάρχει μια μικρή μείωση της συνολικής προμήθειας. Γενικότερα, σε αυτές τις περιπτώσεις, οι προμήθειες κυμαίνονται από 20-29%». Φέρνοντας ως παράδειγμα τη δική της αλυσίδα εστίασης, σημειώνει: «Ανοιξα πρόσφατα εστιατόριο και στο San Francisco, και για τα τρία εστιατόρια έχω αποκλειστική συνεργασία με την Uber Eats. Με αυτό τον τρόπο έχω πετύχει προμήθεια 20%, η οποία περιλαμβάνει και την παράδοση των παραγγελιών.»



ΔΥΣΚΟΛΟ ΝΑ ΤΑ ΒΓΑΛΕΙΣ ΠΕΡΑ»

Από τη μεριά του, ο Samir Mogannam, ιδιοκτήτης του Beit Rima στο San Francisco, δηλώνει πως «είναι πολύ δύσκολο για τις επιχειρήσεις εστίασης στη συγκεκριμένη συγκυρία να ανταπεξέλθουν σε προμήθειες 30%. Είναι άδικο, καθώς οι πλατφόρμες θα έπρεπε να στηρίζουν τον κλάδο σε αυτή τη δύσκολη κατάσταση και να βοηθήσουν να αυξηθούν οι παραγγελίες. Από τα έσοδα από τις πωλήσεις μας εξαρτώνται οι θέσεις εργασίας και η βιωσιμότητά μας». Ο ίδιος αναφέρει πως «με προσέγγισαν από την Caviar, όπου μου έδωσαν προμήθεια 8% για κάθε παραγγελία και επιπλέον 10% για delivery κατ'οίκον. Ωστόσο, είμαι από τους τυχερούς, καθώς γενικά οι προμήθειες, που χρεώνουν, είναι από 20%-30%».

HORECAOPINION

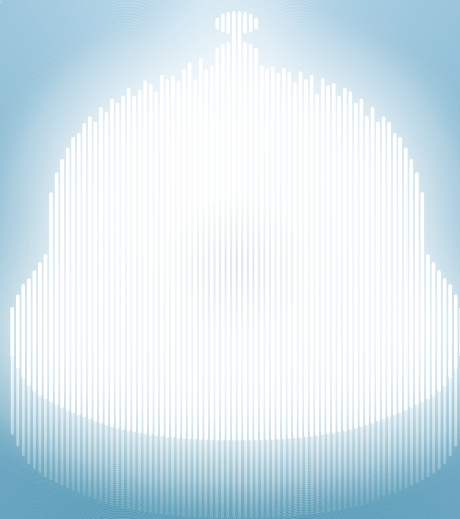
Delivery...παραδόξων

Το σημερινό Horeca Open αναδεικνύει ένα σημαντικό και ουσιαστικό θέμα: αυτό των προμηθειών που χρεώνουν πλατφόρμες delivery, όπως η E-food και η Wolt. Οι δύο εταιρείες «τρέχουν» ασθμαίνοντας να ενημερώσουν το κοινό για νέες συνεργασίες με αλυσίδες εστίασης. Λογικό, πρόκειται για πελατάκια. Για αλυσίδες που θα δουν το 20-30% της αξίας των παραγγελιών τους να πηγαίνουν στις πλατφόρμες. Οι πλατφόρμες όμως όπως η E-food και η Wolt δεν δείχνουν τα ίδια αντανακλαστικά όταν πρόκειται για τη στήριξη του κλάδου της εστίασης, ή για να δώσουν πληροφορίες για την ακολουθούμενη πολιτική τους. Και εδώ είναι το πρώτο παράδοξο της άτυπης αυτής συμφωνίας μυστικοπάθειας: Δεν δίνονται πληροφορίες για τις προμήθειες και την πολιτική τιμολόγησης. Το Horeca Open απευθύνθηκε στις δύο πλατφόρμες, σχετικά με τις προμήθειες που χρεώνουν, όμως δεν ήταν σε θέση ν' απαντήσουν. Ο κλάδος διέρχεται μια πολύ δύσκολη συγκυρία και χρειάζεται την στήριξη όλων. Το efood και η Wolt αναμετρώνται με την κοινωνική ευθύνη. Μια ευθύνη που έκαναν πράξη άλλες παρόμοιες εταιρείες στο εξωτερικό (όπως αναδεικνύει το σημερινό τεύχος), είτε πηγαίνοντας πίσω την πληρωμή προμηθειών, είτε μειώνοντάς αυτές. Είναι εμφανές πως οι εταιρείες πρέπει να λειτουργούν με κέρδος και καλώς χρεώνουν τις -έστω υψηλές προμήθειες- στην παρούσα φάση όμως; Τι κάνουν για να στηρίζουν τον κλάδο; Και εδώ έγκειται το δεύτερο παράδοξο: Η απουσία ευρείας ενημέρωσης - εκτός αν μου διαφεύγει κάτι - για πρωτοβουλίες, που έχουν ληφθεί για την-ουσιαστική- στήριξη του κλάδου της εστίασης. Το τρίτο παράδοξο είναι πως έχουν μαζευτεί δύο παράδοξα σε διακόσιες λέξεις. Άλλωστε, αυτή δεν είναι η δουλειά τους; Delivery...παραδόξων.

Νικόλας Ταμπακόπουλος
nicolas@notice.gr

100% HOTEL SHOW

20>23
NOΕΜΒΡΙΟΥ
2020



THE ONLINE EDITION

ΔΙΟΡΓΑΝΩΣΗ
DEMAND
FAIRS & MEDIA

Μέλος • Member

SETE

www.hotelshow.gr

One to One
Video
Συναντήσεις
με 200+
εταιρείες
στο ειδικά
προστατευμένο
περιβάλλον της
Έκθεσης

Live
Προϊοντικές
Παρουσιάσεις
Λύσεων

Video
Workshops
από
επιλεγμένους
Ομιλητές

Ζωντανή
Παρουσίαση
των
Συμμετοχών
των 100%
Hotel Design
Awards

• **DELIVERY PLATFORMS**

ΤΙ ΠΡΟΣΦΕΡΟΥΝ ΟΙ DOORDASH, UBER EATS ΚΑΙ GRUBHUB

Με τους περισσότερους ιδιοκτήτες εστιατορίων να διαμαρτύρονται για τις προμήθειες, που παίρνουν οι πλατφόρμες delivery, οι εταιρείες προχωρούν σε -εν μέρει-τροποποίηση των πολιτικών τους. Στόχος τους είναι να εμφανιστούν ότι στηρίζουν τον κλάδο της εστίασης, ο οποίος έχει δεχθεί σημαντικό πλήγμα από την κρίση του κορονοϊού. Επίσης, μέσω ειδικά σχεδιασμένων προσφορών, προσεγγίζουν καταστάματα σε συγκεκριμένα γεωγραφικά διαμερίσματα, προσωποποιώντας τις προσφορές τους.

DOORDASH: ΔΩΡΕΑΝ ΕΓΓΡΑΦΕΣ

Η Doordash, όταν ξεκίνησε η κρίση του κορονοϊού και επιβλήθηκε το lockdown, λάνσαρε μια πρόσφορα, σύμφωνα με την οποία τα εστιατόρια, που θέλουν να εγγραφούν στην πλατφόρμα της, δεν θα κατέβαλαν κανένα ποσό. Πρόκειται για μία κίνηση, που στόχευε στα ανεξάρτητα, μικρά εστιατόρια, τα οποία και ζουν πιο έντονα την κρίση του κορονοϊού. Μάλιστα, η προσφορά αυτή περιελάμβανε και μη-δενικές προμήθειες για 30 ημέρες. Η κίνηση αυτή της πλατφόρμας έγινε δεκτή με ικανοποίηση από μικρομεσαία εστιατόρια, και έτσι η πλατφόρμα είδε τον αριθμό των συνεργαζόμενων εστιατορίων να αυξάνεται κατά 100.000 εστιατόρια.

UBER EATS: ΜΙΚΡΟΤΕΡΗΣ ΑΞΙΑΣ ΠΡΟΣΦΟΡΕΣ

Από τη μεριά της, η Uber Eats λανσάρει προγράμματα, τα οποία βοηθούν -ίσως

όχι σημαντικά- τους ιδιοκτήτες εστιατορίων. Προωθεί στοχευμένες καμπάνιες marketing, που στοχεύουν να πείσουν τους μικρομεσαίους εστιάτορες να εγγραφούν στην πλατφόρμα, ενώ προωθεί μια νέα μέθοδο πληρωμών. Σύμφωνα με αυτή, το ποσό των προμηθειών, που χρεώνει, θα μπορεί να παρακρατείται αυτόματα από την παραγγελία, η οποία γίνεται μέσω της πλατφόρμας. Στόχος αυτής της κίνησης, σύμφωνα με την εταιρεία, είναι να μην πρέπει οι ιδιοκτήτες των εστιατορίων, στο τέλος του μήνα, να υπολογίζουν τα οφειλόμενα σε προμήθειες και να μειωθεί η γραφειοκρατική δουλειά, που απαιτείται από τα εστιατόρια στον εντοπισμό και την πληρωμή των προμηθειών. Τέλος, η εταιρεία, για κάθε νέα εγγραφή μικρομεσαίου εστιατορίου, δίνει δώρο ένα tablet, ένα λογισμικό διαχείρισης στα εστιατόρια και δωρεάν επαγγελματικές φωτογραφίες των χώρων αυτών.

GRUBHUB: ΑΝΑΣΤΟΛΗ ΠΛΗΡΩΜΩΝ

Ίσως την πιο σημαντική βοήθεια στους ιδιοκτήτες εστιατορίων προσέφερε η Grubhub. Η εταιρεία, τον Μάιο, όταν η каранτίνα είχε επιβληθεί και οι επιχειρήσεις εστίασης λειτουργούσαν μόνο με delivery, ανακοίνωσε την αναστολή είσπραξης των προμηθειών, αξίας \$100 εκατ. Τα εστιατόρια, όμως, θα έπρεπε μέσα στο επόμενο τρίμηνο να καταβάλλουν στην εταιρεία τις προμήθειες, ενώ το συγκεκριμένο μέτρο - σύμφωνα με την Grubhub - βρίσκεται αποκλειστικά στη διακριτική της ευχέρεια πότε θα σταματήσει.



• **Δ. ΡΑΚΑΛΟΣ (HASHIKO)**

«ΥΨΗΛΕΣ ΠΡΟΜΗΘΕΙΕΣ - ΚΑΜΙΑ ΕΝΕΡΓΕΙΑ ΔΙΕΥΚΟΛΥΝΣΗΣ ΤΩΝ ΕΣΤΙΑΤΟΡΙΩΝ»

«Στην εποχή του κορονοϊού, οι πλατφόρμες delivery, όπως η Wolt και η E-food, με τις οποίες συνεργαζόμαστε, έχουν γνωρίσει ιδιαίτερη άνθηση. Ο λόγος είναι πως οι καταναλωτές προτιμούν την κατανάλωση φαγητού στο σπίτι, από το να βγουν έξω εξαιτίας του κορονοϊού. Ωστόσο, οι πλατφόρμες χρεώνουν χρεώνουν μεγάλες προμήθειες, από 20-30%, οι οποίες συμπεριλαμβάνουν και την παράδοση στα σπίτια των καταναλωτών. Μου κάνει εντύπωση πως σε αυτή τη δύσκολη συγκυρία δεν προωθούν προσφορές ή δεν στέκονται στο πλευρό των επιχειρηματιών εστίασης, όπως κάνουν αντίστοιχες πλατφόρμες στο εξωτερικό», δηλώνει στο Horeca Open ο Δημήτρης Ράκαλος, υπεύθυνος του γνωστού εστιατορίου Hashiko στο Ψυχικό.

«ΕΧΟΥΜΕ ΔΙΚΟ ΜΑΣ ΣΤΟΛΟ»

«Η απάντηση στις υψηλές χρεώσεις μπορεί να είναι η απόκτηση ιδιόκτητου στόλου delivery, για όσα εστιατόρια έχουν τη δυνατότητα να το υποστηρίξουν. Σε αυτή

την περίπτωση, η χρέωση είναι πολύ χαμηλότερη, καθώς καταβάλλεται μόνο για την παραγγελία», αναφέρει ο Δημήτρης Ράκαλος.

«ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΙΔΙΩΤΙΚΟΥ E-SHOP»

«Στο Hashiko έχουμε ιδιαίτερη κίνηση στο ηλεκτρονικό μας κατάστημα. Επομένως, οι περισσότεροι καταναλωτές έχουν εκπαιδευτεί στο να παραγγέλνουν μέσω του ηλεκτρονικού μας καταστήματος, το οποίο καταγράφει υψηλά ποσοστά πωλήσεων. Το ίδιο ισχύει και για το take away, καθώς, μέσα στην κρίση του κορονοϊού, καταφέραμε ως επιχείρηση να διατηρήσουμε το σύνολο της κατανάλωσης μέσω take away και delivery», επισημαίνει ο Δημήτρης Ράκαλος.

Η ΣΗΜΑΣΙΑ ΤΗΡΗΣΗΣ ΤΩΝ ΜΕΤΡΩΝ

«Το μυστικό είναι να λαμβάνεις περισσότερα μέτρα από όσα ορίζει ο νομοθέτης. Μόνο έτσι αισθάνονται ασφάλεια οι καταναλωτές και ο επιχειρηματίας θα μπο-



ρέσει να αυξήσει την κατανάλωση εντός του καταστήματος. Εμείς στο Hashiko εφαρμόζουμε περισσότερα μέτρα υγιεινής, όπως:

- Γάντια
- Μάσκες
- Ατομικά απολυμαντικά
- Αντισηπτικά σε όλους τους χώρους
- Σουπλά μιας χρήσης για το menu
- Απολύμανση συχνή εσωτερικών και εξωτερικών χώρων».

• **HORECA FINANCE**

ΠΟΙΑ ΕΣΤΙΑΤΟΡΙΑ ΔΙΚΑΙΟΥΝΤΑΙ ΝΑ ΕΝΤΑΧΘΟΥΝ ΣΤΟ ΕΣΠΑ

Του Παναγιώτη Καραλίβανου*

Το νέο ΕΣΠΑ δίνει σημαντική ανάσα στις πληττόμενες επιχειρήσεις εστίασης, οι οποίες εφόσον τηρούν τις προϋποθέσεις μπορούν να ενταχθούν στο πρόγραμμα και να ενισχύσουν τη ρευστότητά τους. Η δημόσια χρηματοδότηση καλύπτει κεφάλαιο κίνησης ίσο με το 50% των εξόδων της επιχείρησης το 2019 με ελάχιστο ποσό επιχορήγησης τα €5 χιλ. και μέγιστο τα €50 χιλ.

Τα ποσά επί των οποίων θα υπολογιστεί το ακριβές ποσό επιχορήγησης προκύπτουν από το άθροισμα:

- των Αγορών Εμπορευμάτων Χρήσης
- των Αγορών Α' Υλών και Υλικών Χρήσης
- του συνόλου των Δαπανών για Παροχή Υπηρεσιών
- του συνόλου των Ενοικίων που καταβλήθηκαν στην χρήση από την επιχείρηση επί του συνόλου των Παροχών σε εργαζομένους (πλην αυτών που απασχολήθηκαν σε Αγροτικές-Βιολογικές δραστηριότητες)
- των Διαφόρων Λειτουργικών Εξόδων

Επισημαίνεται ότι αποδεκτές είναι μόνο οι αιτήσεις των επιχειρήσεων που:

- Έχουν υποβάλει την δήλωση φορολογίας εισοδήματος για την χρήση του 2019 εμπρόθεσμα σύμφωνα με την φορολογική νομοθεσία και
- Θα συμπληρώσουν τα ποσά των προαναφερθέντων πεδίων με τα στοιχεία της δήλωσης φορολογίας εισοδήματος (φορολογικό έντυπο Ε3 χρήσης 2019, όπως εξάγεται από την πλατφόρμα συστημάτων) που έχει υποβληθεί εμπρόθεσμα σύμφωνα με την φορολογική νομοθεσία.

ΠΟΙΟΙ ΕΙΝΑΙ ΟΙ ΔΙΚΑΙΟΥΧΟΙ

Δικαιούχοι της ενίσχυσης είναι μικρές και μικρομεσαίες επιχειρήσεις εστίασης, ανάμεσα στις άλλες, που νομίμως λειτουργούν στη Περιφέρεια Αττικής. Οι βασικές προϋποθέσεις συμμετοχής των επιχειρήσεων που υποβάλλουν πρόταση, είναι οι ακόλουθες:

- Να δραστηριοποιούνται στην Περιφέρεια Αττικής
- Να έχουν κάνει έναρξη πριν την 1/1/2019.
- Να έχουν ως κύριο κωδικό δραστηριότητας ή δραστηριότητα με τα μεγαλύτερα έσοδα έναν από τους επιλέξιμους ΚΑΔ του Παραρτήματος Ι και στον οποίο να δραστηριοποιούνται αδιαλείπτως τουλάχιστον από 31/1/2020 και έως την ημέρα υποβολής της πρότασης
- Να είναι Πολύ Μικρή ή Μικρή Επιχείρηση σύμφωνα με τα οριζόμενα στο Π
- Να μην ήταν προβληματικές την 31η Δεκεμβρίου 2019 ή εφόσον ήταν προβληματικές 31/12/2019 να έχουν κάνει τις απαραίτητες ενέργειες ώστε να μην είναι προβληματικές κατά την υποβολή της σχετικής αίτησης χρηματοδότησης
- Να μην εκκρεμεί σε βάρος τους εντολή ανάκτησης προηγούμενης παράνομης και ασύμβατης κρατικής ενίσχυσης βάση απόφασης ΕΕ ή ΔΕΕ.

Το συνολικό ποσό της δημόσιας χρηματοδότησης που θα λάβει η δικαιούχος επιχείρηση από τη συγκεκριμένη δράση, συναθροιζόμενη με κάθε άλλη ενίσχυση που θα έχει λάβει και η οποία μπορεί να έχει χορηγηθεί με τη μορφή:

- άμεσων επιχορηγήσεων
- φορολογικών πλεονεκτημάτων και πλεονεκτημάτων πληρωμών

- άλλες μορφές όπως επιστρεπτές προκαταβολές
 - εγγυήσεις
 - δάνεια
 - ίδια κεφάλαια,
- με την προϋπόθεση ότι δεν δύναται σε συνολική ονομαστική αξία να υπερβαίνει το συνολικό ανώτατο όριο των €800 χιλ.

Αξίζει να αναφερθεί πως όποιο κεφάλαιο κίνησης καταβληθεί θα πρέπει να έχει αναλωθεί έως το 2021.

*Ο Παναγιώτης Καραλίβανος είναι CEO της Νηρήϊς



Αμφίδρομη Επικοινωνία με την Αγορά στο horecaopen@notice.gr