



# HO.RE.CA. OPEN

Powered by  
FnB Daily

## ΠΡΟΧΩΡΑΜΕ ΜΠΡΟΣΤΑ !

Δεν χρειάζεται να αναφερθώ εκτενώς το πόσο τα περιοριστικά μέτρα για την πανδημία του κορονοϊού ανέτρεψαν άρδην τα business plan όλων των εμπλεκομένων στην αγορά του HO.RE.CA.

Η κρίση, μάλιστα, ήρθε σε μια περίοδο, όπου όλοι σχεδίαζαν πάνω σε σημαντικά αυξημένους τζίρους, λόγω τόσο του καλού κλίματος στην οικονομία, όσο και των ανοδικών τάσεων στον τουρισμό.

Ακόμα περισσότερο, το πρόβλημα εντείνεται λόγω του γεγονότος ότι η κίνηση στα καταστήματα αυτά δεν ήταν η αναμενόμενη, μετά την άρση του lockdown.

Το θέμα, βέβαια, δεν είναι να κλαίμε πάνω από το χυμένο γάλα, αλλά να προχωρήσουμε μπροστά, με ρεαλιστικές λύσεις και την απαιτούμενη ευελιξία.

Ο βασικός στόχος πρέπει να είναι, τόσο η επιβίωση όσο το δυνατόν περισσότερων υγιών και σοβαρών επιχειρήσεων, όσο και η περαιτέρω ανάπτυξη αυτών, που και αντέχουν και κινούνται μέσα στην κρίση έντονα ανοδικά (γιατί υπάρχουν και τέτοιες μέσα στο HO.RE.CA.).

Η Notice Content and Services, στο πλαίσιο των δράσεων εταιρικής κοινωνικής υπευθυνότητας, που αναπτύσσει, προχώρησε στη δημιουργία του συγκεκριμένου ηλεκτρονικού newsletter:

### **HO.RE.CA. OPEN, powered by FnB Daily.**

Το **HO.RE.CA. OPEN, powered by FnB Daily**, θέλουμε να αποτελέσει το σύνδεσμο επικοινωνίας μεταξύ των επιχειρήσεων του κλάδου και των προμηθευτών τους.

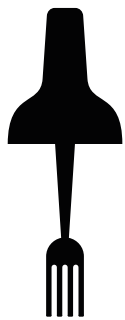
Μέσα στις σελίδες του, φιλοξενούνται απόψεις ειδικών, που προτείνουν λύσεις για τη διαχείριση της κατάστασης, παρουσιάζονται οι κινήσεις και οι δράσεις των προμηθευτών στην κατεύθυνση της υποστήριξης των πελατών τους, καθώς και οι νέες τάσεις, που διαμορφώνονται στον κλάδο παγκοσμίως.

Το **HO.RE.CA. OPEN, powered by FnB Daily**, φιλοδοξούμε να αποτελέσει τη διαδραστική πλατφόρμα μεταξύ των δύο πλευρών και όλων των εμπλεκομένων στο κανάλι του HO.RE.CA., και να συμβάλει ουσιαστικά στην έξοδο από την κρίση.

Στη Notice Content and Services αφουγκραζόμαστε διαρκώς τις ανάγκες του επιχειρείν και στηρίζουμε από την πιο μικρή ως τη μεγαλύτερη επιχείρηση της χώρας, σε ό,τι αφορά τόσο τη διαχείριση της τρέχουσας κρίσης, όσο και τη διαρκή ανάπτυξη και εξωστρέφεια.

Προχωράμε μπροστά !

**Νεκτάριος Β. Νώτης**



# HO.RE.CA. OPEN

Powered by  
FnB Daily

ΤΟ ΑΠΟΛΥΤΟ  
NEWSLETTER  
ΓΙΑ ΤΟΝ ΚΛΑΔΟ  
HO.RE.CA.

Παρασκευή 26 Ιουνίου 2020  
ΤΕΥΧΟΣ #1

## • ΕΣΤΙΑΣΗ

## TIPS ΓΙΑ ΤΗΝ ΕΣΤΙΑΣΗ ΜΕ ΤΟ ΒΛΕΜΜΑ ΣΤΗ ΜΕΤΑ-ΚΟΡΟΝΟΪΟΥ ΕΠΟΧΗ\_



Παναγιώτης Καραλίβανος, CEO, Νηρηΐς

Tips για να ξεπεράσουν τα εστιατόρια, bars και καφέ την κρίση του κορονοϊού δίνει μέσω του FnB Daily ο Παναγιώτης Καραλίβανος, σύμβουλος επιχειρήσεων εστίασης και CEO της Νηρηΐς. Όπως ο ίδιος αναφέρει « η πρωτοφανής επιδημία του κορονοϊού έχει δημιουργήσει σοβαρά ζητήματα επιχειρηματικής συνέχειας στις επιχειρήσεις που δραστηριοποιούνται στον τομέα της εστίασης.

Οι οργανισμοί δημόσιας υγείας και οι κυβερνήσεις συμβουλεύουν σχετικά με τον τρόπο αντιμετώπισης της ασθένειας τώρα, αλλά υπάρχουν πολλά αναπάντητα ερωτήματα σχετικά με τον τρόπο αντιμετώπισης των οικονομικών επιπτώσεων.»

### Η ΚΑΤΑΣΤΑΣΗ ΠΟΥ ΔΙΑΜΟΡΦΩΝΕΤΑΙ

Σύμφωνα με τον κ.Καραλίβανο η κατάσταση που έχει δημιουργηθεί, επιγραμματικά είναι η ακόλουθη:

- Υπάρχει πρωτόγνωρη κατάσταση αναγκαστικής παύσης εργασιών. Πρέπει να γίνει κατανοητό πως αυτή η κατάσταση είναι προσωρινή και θα τελειώσει σύντομα. Επίσης, είναι ένα γεγονός το οποίο δύσκολα μπορεί να αλλάξει από μεμονωμένες ενέργειες μας.
- Είναι βέβαιο ότι οι συμβουλές σχετικά με τις αποστάσεις ασφαλείας θα δημι-

ουργήσουν αντίκτυπο στον τρόπο που εξυπηρετούμε πελάτες στις επιχειρήσεις εστίασης

- Οι καταναλωτές για ένα μεγάλο διάστημα θα έχουν χαμηλότερη εμπιστοσύνη, λιγότερο διαθέσιμο εισόδημα και μεγαλύτερες ανησυχίες για την υγεία τους.
- Είναι βέβαιες οι μειώσεις στην μετακίνηση, ειδικά για εταιρείες.
- Οι εταιρικές μαζικές εκδηλώσεις θα αργήσουν να επανέλθουν σε προ-κορονοϊού επίπεδα

### ΤΑ TIPS ΓΙΑ ΤΗΝ ΕΠΟΜΕΝΗ ΜΕΡΑ

Όπως αναφέρει ο Παναγιώτης Καραλίβανος απευθυνόμενος στους επιχειρηματίες εστίασης, τα tips για να ξεπεράσουν την κρίση είναι τα ακόλουθα:

- Δείξτε έμπρακτα στους πελάτες σας τα μέτρα που λαμβάνετε και πως τους προσέχετε.
- Αφήστε μεγαλύτερο κενό μεταξύ των τραπεζιών σας.
- Εξηγήστε στους πελάτες σας στο κατάστημα και στις διαδικτυακές πλατφόρμες σας (FB, Instagram, web) τα μέτρα καθαριότητας και απολύμανσης
- Δώστε ακόμα περισσότερη προσοχή στην εξυπηρέτησή σας, είτε είναι κατάστημα, είτε είναι μέσω διαδικτύου.

- Χρησιμοποιήστε λελογισμένα αλλά προγραμματισμένα το κέρασμα.
- Προσπαθήστε να αυξήσετε την κατά κεφαλήν κατανάλωση. Θυμίζω ο,τι οι έξοδοι για ένα διάστημα θα είναι περιορισμένες, οπότε είναι πιο πιθανό να γίνονται και για ειδικούς λόγους. Προωθήστε γλυκά, κρασί, συνοδευτικά.
- Δοκιμάστε το delivery. Λόγω των αλλαγών στη συμπεριφορά μπορεί οι έξοδοι να περιορίζονται αλλά σε κάθε περίπτωση όλοι χρειάζονται φαγητό. Το «no-contact» delivery ήδη έχει ξεκινήσει στην Ελλάδα. Είναι βέβαιο ότι θα αυξηθεί το take-away / drive-through.
- Ο,τι ενέργεια κάνετε για την προστασία του καταναλωτή προτείνουμε να την ανακοινώνετε στα ηλεκτρονικά κανάλια πώλησης, ιδανικά με τη χρήση ενός γνωστού hashtag όπως το #Menoume\_spriti
- «Κουτιά συνταγών»: Μια ιδέα για ένα διαφορετικό κανάλι πώλησης είναι τα κουτιά συνταγών. Σε μια συσκευασία, περιλαμβάνονται όλα τα υλικά και ο τρόπος παρασκευής μιας συνταγής από το μενού σας. Αρκετά καινοτόμο, το προτείνουμε σε περιπτώσεις signature πιάτων.
- Δωροκάρτες / προγράμματα επιβράβευσης πελατών: Έχουν αρχίσει να εμφανίζονται δωροκάρτες εστιατορίων με προπληρωμένα ποσά. Το κόστος δημιουργίας τους είναι εξαιρετικά χαμηλό σε σχέση με τα οφέλη διότι ουσιαστικά πληρωνόμαστε σήμερα χωρίς να χρειάζεται να παράδωσουμε. Ταυτόχρονα, δημιουργούμε σοβαρές πιθανότητες να αυξήσουμε την πελατεία μας με τους παραλήπτες της δωροκάρτας.
- Μικροί λόγοι για επαναλαμβανόμενες επισκέψεις: Όπως αναφέραμε, τα προγράμματα πιστότητας/επιβράβευσης πελατών θα είναι εξαιρετικά χρήσιμα το επόμενο διάστημα. Μπορείτε να προσφέρετε μικρά δώρα / κέρασματα σε αντάλλαγμα της επαναλαμβανόμενης πώλησης.
- Εκπαίδευση προσωπικού: Εκτός από την απαραίτητη ευγένεια, το προσωπικό πρέπει να εκπαιδευτεί στην αύξηση της πώλησης. Είτε σε επίπεδο αύξησης του λογαριασμού του τραπεζιού, είτε για την αρχική κράτηση

Νικόλας Ταμπακόπουλος  
[nicolas@notice.gr](mailto:nicolas@notice.gr)

● ΠΑΣΚΕΔΙ

## Ο ΤΡΑΠΕΖΙΚΟΣ ΔΑΝΕΙΣΜΟΣ ΘΑ ΚΑΤΑΣΤΡΕΦΕΙ ΤΙΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ ΤΟΥ ΚΛΑΔΟΥ\_



Νίκη Κωνσταντίνου, Πρόεδρος ΠΑΣΚΕΔΙ

Αρκετά εκτεταμένη είναι η ζημία στην εστίαση σύμφωνα με την ΠΑΣΚΕΔΙ καθώς πέρα από τις επιχειρήσεις των αστικών κέντρων μεγάλο πρόβλημα αντιμετωπίζουν και τα σημεία στα νησιά. “Σε περιοχές όπως η Κέρκυρα, η Σάμος και η Ρόδος, όπου τα καταστήματα δουλεύουν με τουρίστες Βόρειας Ευρώπης, πάνω από το 30% αυτών δεν θα προσλάβουν προσωπικό γιατί η κίνηση είναι πτωχή”, αναφέρει στο Fnb Daily η Νίκη Κωνσταντίνου, πρόεδρος της ΠΑΣΚΕΔΙ, συμπληρώνοντας ότι οι 100.000 επιχειρήσεις υγειονομικού ενδιαφέροντος που υπάρχουν στην Ελλάδα επιβιώνουν σε μεγάλο ποσοστό χάρη στα 30 εκατ., τουρίστες που κάθε χρόνο έρχονται στην χώρα. “Δεν τους συμβάλλει να ανοίξουν μόνο για το ελληνικό κοινό και δεν μπαίνουν στη διαδικασία

να ανοίξουν”. Μια ακόμα διάσταση που επιδεινώνει την εικόνα της αγοράς είναι και οι πανελλήνιες εξετάσεις που άρχισαν χθες, με αποτέλεσμα πολλές οικογένειες να μην μπορούν για την ώρα να ξεκινήσουν τις διακοπές τους. “Ίσως όταν τελειώσουν οι Πανελλήνιες, να έχουμε σχετική αύξηση στον εγχώριο τουρισμό”.

### ΔΥΣΚΟΛΗ Η ΒΙΩΣΙΜΟΤΗΤΑ ΜΕΧΡΙ ΤΕΛΟΣ ΚΑΛΟΚΑΙΡΙΟΥ

Σύμφωνα με την κα. Κωνσταντίνου, η άρση της αναστολής πληρωμής των επιταγών από χθες φέρνει σε αδιέξοδο τους επαγγελματίες, καθώς πολλές επιχειρήσεις δεν έχουν καταφέρει να τζιράρουν, προκειμένου να ανταποκριθούν στις υποχρεώσεις τους. “Οι προμηθευτές πρέπει να πληρωθούν από εδώ και έπειτα από τους επαγγελματίες για τις πρώτες ύλες που έχουν αγοραστεί μέχρι 13 Μαρτίου, καθώς δεν μπορούν να δώσουν εκτεταμένες πιστώσεις, αλλά και εμείς από πλευράς μας, έχουμε συνολική πτώση του τζίρου”, εξηγεί τονίζοντας ότι πέρα από τους προμηθευτές, οι επιχειρήσεις πρέπει να αντιμετωπίσουν τη ΔΕΗ, τις υποχρεώσεις των ΟΤΑ, τα συνδρομητικά κανάλια που έχουν επιβάλει πέναλτι για τη διακοπή των συνδρομών της περιόδου της καραντίνας, αλλά και το κράτος που επιβάλλει πρόστιμα. “Θεωρώ ότι δεν θα υπάρξει βιωσιμότητα μέχρι τέλος του

καλοκαιριού για πολλές επιχειρήσεις” καταλήγει.

### ΣΥΓΧΥΣΗ ΩΣ ΠΡΟΣ ΤΑ ΠΡΩΤΟΚΟΛΛΑ

Επίσης αναφέρει ότι δεν έχει γίνει διάδοση ενός επίσημου πρωτοκόλλου προστασίας των καταναλωτών που πρέπει να τηρήσουν οι επιχειρήσεις ώστε να αποφευχθεί ένα δεύτερο lockdown τους επόμενες μήνες. “Υπάρχει μια σύγχυση για το πως θα προχωρήσουμε και δεν υπάρχει ολοκληρωμένη μελέτη για τη χρήση μάσκας”.

### ΠΛΑΝΟ ΑΠΟΠΛΗΡΩΜΗΣ ΟΦΕΙΛΩΝ

Η κα. Κωνσταντίνου υποστήριξε τέλος ότι πρέπει να υπάρξει κρατική μεσολάβηση για διαμόρφωση ενός πλάνου αποπληρωμής των οφειλών με χρηματοδότηση και εγγύηση του ελληνικού δημοσίου. “Δεν μπορεί το κράτος να μας οδηγήσει σε δανεισμό γιατί όλοι θα ριξουν τα χρήματα που θα πάρουν στην παραγωγή. Είναι μαθηματικά βέβαιο ότι θα καταστραφούμε, ενώ αυτοί που μπορούν να πάρουν δάνειο, δεν είναι πάνω από 58%”. Περιμένουμε με αγωνία να δούμε τι θα γίνει στην αγορά, ωστόσο οι οικονομικοί δείκτες που βλέπουμε δεν μπορούν να μας οδηγήσουν σε μία επιτυχημένη χρονιά.”

Στέλλα Αυγουστάκη  
stella@notice.gr

● ΣΕΦΥΜΕΝ

## ΣΕ ΣΥΝΕΧΗ ΕΠΑΦΗ ΜΕ ΠΕΛΑΤΕΣ - Η ΑΓΟΡΑ ΜΗΔΕΝΙΣΤΗΚΕ ΣΤΟ LOCKDOWN\_



Δημήτρης Μεντεκίδης, Πρόεδρος, ΣΕΦΥΜΕΝ

«Η αγορά κατά τη διάρκεια του lockdown μηδενίστηκε» δηλώνει ο Δημήτρης Μεντεκίδης, πρόεδρος του Συνδέσμου Εταιρειών Εμφιαλωσών Ελληνικού Φυσικού Μεταλλικού Νερού (ΣΕΦΥΜΕΝ) στο Fnb Daily. Όπως χαρακτηριστικά αναφέρει «κατά τη διάρκεια του lockdown το κανάλι της κρύας αγοράς δροχτήκε το μεγάλο πλήγμα» και συμπληρώνει πως «παρά τις φιλότιμες προσπάθειες των επιχειρήσεων υγειονομικού ενδιαφέροντος να προσαρμοστούν στις νέες συνθήκες, όπως το delivery -take away, δεν μπόρεσαν να καλύψουν το κενό πωλήσεων που δημιουργήθηκε».

### ΑΥΞΗΘΗΚΕ Η ΚΑΤΑΝΑΛΩΣΗ ΛΙΑΝΙΚΗΣ

Ο κ. Μεντεκίδης τονίζει πως κατά τη διάρκεια της καραντίνας «αυξήθηκε η κατανάλωση εντός σπιτιού με ωφελημένο το κανάλι του λιανεμπορίου». Ο ίδιος αναφέρει πως «με το άνοιγμα των καταστημάτων εστίασης περνάμε στη φάση μιας «νέας ιδιαιτερότητας» που θα επηρεάσει το πλήθος και τον τρόπο λειτουργίας των επιχειρήσεων και τη συμπεριφορά των καταναλωτών».

### «ΣΤΟΧΟΣ Ο ΠΕΡΙΟΡΙΣΜΟΣ ΤΩΝ ΑΠΩΛΕΙΩΝ»

«Ο κλάδος ξεκίνησε εντυπωσιακά τη χρονιά με σημαντικές προσδοκίες, οι οποίες διαφεύστηκαν από την έλευση του lockdown, η οποία δημιούργησε πιέσεις στις καταναλώσεις εκτός σπιτιού» δηλώνει ο Δημήτρης Μεντεκίδης και προσθέτει πως «μικρό μέρος των πιέσεων αυτών απορροφήθηκαν από την αύξηση ζεστής αγοράς». Σε ό,τι αφορά στην κατάσταση που επικρατεί στον κλάδο μετά την άρση των περιοριστικών μέτρων και το άνοιγμα της HORECA υπογραμμίζει πως « κύριο μέλημά μας είναι ο περιορισμός των απωλειών, μιας και οι τουριστικές εισροές θα είναι μικρές καθώς επίσης και οι επιπτώσεις από την οικονομική ύφεση θα επηρεάσουν αρνητικά τον κλάδο» και επισημαίνει πως ο Μάιος από τον Απρίλιο του τρέχοντος έτους είναι καλύτερος, αλλά χαμηλότερος σε σχέση με πέρυσι».

### ΠΩΣ ΒΟΗΘΟΥΝ ΤΟΥΣ ΠΕΛΑΤΕΣ

Ο κ. Μεντεκίδης αναφερόμενος στα μέτρα στήριξης των επιχειρήσεων από τις εταιρείες της Ένωσης τονίζει πως «οι επιχειρήσεις μέλη μας αφογκράζονται τις ανάγκες της κοινωνίας αλλά και του σημαντικού καναλιού της HORECA» και προσθέτει πως «η κάθε επιχείρηση και αναλόγως της πολιτικής της, βρίσκεται σε συνεχή επαφή με τους συνεργάτες της που εξυπηρετούν τα σημεία HORECA, για αναζήτηση βέλτιστων πρακτικών». Ο ίδιος καταλήγει πως «σε κάθε περίπτωση όπως σταθήκαμε υπεύθυνα κατά τη διάρκεια του lockdown το ίδιο θα κάνουμε και κατά την επάνοδο στις νέες διαμορφούμενες συνθήκες».

Νικόλας Ταμπακόπουλος  
nicolas@notice.gr

## ● Σ. ΠΑΝΑΓΙΩΤΟΥ (ΖΥΘΟΠΟΙΟΙ) ΚΛΕΙΔΙΑ Ο ΕΦΚ ΚΑΙ ΟΙ ΕΠΙΣΤΡΟΦΕΣ ΓΙΑ ΤΗ ΣΤΗΡΙΞΗ ΤΩΝ ΠΕΛΑΤΩΝ



Σοφοκλής Παναγιώτου, Πρόεδρος, Ελληνική Ένωση Ζυθοποιών

Εικόνα ανεφοδιασμού παρουσιάζει αυτή την περίοδο η αγορά της μπύρας σε ό,τι αφορά τις παραγγελίες από τα καταστήματα εστίασης. Αυτό λέει στο HORECA OPEN ο Πρόεδρος της Ελληνικής Ένωσης Ζυθοποιών, Σοφοκλής Παναγιώτου.

«Ουσιαστικά, τώρα είναι το ξεκίνημα. Ανοίγουν πλέον όλα τα μαγαζιά, και σίγουρα υπάρχει μια τελείως διαφορετική εικόνα από τον Απρίλιο και τον Μάιο, όπου όλα ήταν περιορισμένα. Κινητικότητα υπάρχει, αλλά δεν μπορούμε να βγάλουμε ασφαλή συμπεράσματα, γιατί πρόκειται για εικόνα ανεφοδιασμού, μετά από τρεις μήνες».

### ΟΙ ΠΑΡΑΓΓΕΛΙΕΣ ΔΕΝ ΕΙΝΑΙ ΣΙΓΟΥΡΟ ΟΤΙ ΘΑ ΑΠΟΤΥΠΩΘΟΥΝ ΣΤΗΝ ΚΑΤΑΝΑΛΩΣΗ

Πέραν, όμως, των παραγγελιών, το μεγάλο ζητούμενο είναι η κατανάλωση στα συγκεκριμένα σημεία.

«Όλοι μας τρέχουμε και δεν φτάνουμε, με την έννοια ότι προσπαθούμε να ανεφοδιάσουμε την αγορά, να είμαστε on time στις παραγγελίες μας. Αυτό δεν είναι σίγουρο ότι θα αποτυπωθεί στην κατανάλωση. Όλα τα σημεία έχουν πάει σε προσεκτική διαχείριση των παραγγελιών για να δουν πώς θα ανταποκριθεί ο κόσμος. Είμαι συγκρατημένα αισιόδοξος ότι όλα θα πάνε καλύτερα από ό,τι εκτιμούσαμε πριν από ένα μήνα».

### ΜΗ ΧΑΡΑΜΙΣΟΥΜΕ ΟΛΟΚΛΗΡΗ ΣΕΖΟΝ ΣΤΟ ΒΩΜΟ 1-2 ΜΗΝΩΝ

«Το στοίχημα είναι η μετάβαση από την απόλυτη απομόνωση, που ζήσαμε σε ένα συγκρατημένο distancing, στην τήρηση των αποστάσεων χωρίς παρεκτροπές. Δυστυχώς, βλέπουμε ότι σε άλλες χώρες, που έχουν ανοίξει τα μαγαζιά, ανεβαίνουν τα κρούσματα. Θέλει πολύ προσεκτική διαχείριση, ειδικά τώρα, που ανοίγει το τουριστικό κομμάτι. Στο βωμό 1-2 μηνών, να μη χαράμισουμε ολόκληρη σεζόν. Νομίζω ότι και τα μαγαζιά θα είναι προσεκτικά».

### ΚΑΛΗ ΡΟΗ ΚΑΙ ΣΤΑ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑ

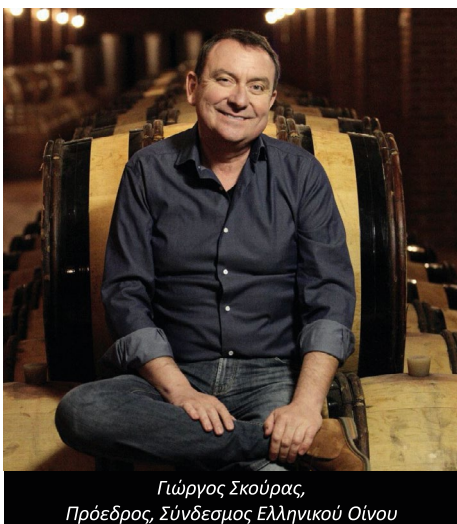
Αναφορικά με τα ξενοδοχεία, ο κ. Παναγιώτου σημειώνει ότι «Ουσιαστικά, τώρα ξεκινούν. Πιστεύω ότι θα υπάρχει μια καλή ροή και στα ξενοδοχεία. Οι πρώτες μέρες θα είναι προσεκτικές. Πιστεύω ότι η Ελλάδα έχει κερδίσει την εμπιστοσύνη των τουριστών με τον τρόπο, που διαχειρίστηκε το θέμα. Πιστεύω ότι, τελικά, από τον τουρισμό, που θα υπάρξει φέτος - γιατί, κακά τα ψέματα, τα νούμερα δεν θα είναι μεγάλα - σίγουρα οι μεγάλες μονάδες και το all inclusive θα πληγούν περισσότερο. Είναι μια χρονιά διαχείρισης για όλους μας».

### ΔΙΑΒΗΜΑΤΑ ΓΙΑ ΤΗ ΣΤΗΡΙΞΗ ΤΗΣ ΕΣΤΙΑΣΗΣ

«Έχουμε κάνει αρκετά διαβήματα και προς το υπουργείο Οικονομικών και προς τους αρμόδιους φορείς, με αιτήματα, που πρακτικά στηρίζουν τον κλάδο της εστίασης. Ένα από αυτά, ήταν η ένταξη της μπύρας στο χαμηλό συντελεστή ΦΠΑ. Όπως και το θέμα των επιστροφών. Αν προέκυπταν επιστροφές, να μπορούσαν να συμψηφίσουν τον ειδικό φόρο κατανάλωσης, προκειμένου και να υποστηρίξουμε τους πελάτες μας, και να μην υποστούμε τη ζημιά των ληγμένων στην αγορά».

Κάθε ζυθοποιία προσπαθεί με δικές της ενέργειες να στηρίξει γενικά το HORECA, να βρει συνέργειες ώστε να στηριχθεί το τελικό σημείο. Ήταν ξεκάθαρο στη διάρκεια της κρίσης ότι η δουλειά μας στηρίζεται στη ζεστή αγορά, όταν τον Απρίλιο τρέξαμε με -75%. Είναι σημαντικό για εμάς, αφενός να στηριχθούν οι πελάτες μας, αφετέρου να στηριχθούν και τα μικροζυθοποιεία, δεδομένου ότι τα περισσότερα είναι startups, που σημαίνει ότι η ρευστότητα είναι σε χαμηλό επίπεδο. Όσο περισσότερο στηριχθεί η εστίαση, τόσο περισσότερο θα στηριχθεί ο κλάδος μας».

## ● Γ. ΣΚΟΥΡΑΣ - ΟΙΝΟΠΟΙΕΙΑ ΠΡΟΣΦΟΡΕΣ ΚΑΙ ΣΥΝΕΝΝΟΗΣΕΙΣ ΓΙΑ ΠΡΟΗΓΟΥΜΕΝΑ ΥΠΟΛΟΙΠΑ



Γιώργος Σκούρας,  
Πρόεδρος, Σύνδεσμος Ελληνικού Οίνου

Δύο ταχύτητες έχει η εικόνα, που παρουσιάζουν οι παραγγελίες για κρασιά από τις επιχειρήσεις εστίασης. Όπως λέει στο HORECA OPEN ο Πρόεδρος του Συνδέσμου Ελληνικού Οίνου, Γιώργος Σκούρας:

- «Στα μεγάλα αστικά κέντρα, φαίνεται να έχει ξεκινήσει κάποια κίνηση. Όχι μεγάλη, και με τίποτα όπως η περυσινή».
- Στα μικρότερα μέρη, και ειδικά όπου τουριστικά στηρίζοντα σε ξένους, τα πράγματα είναι άσχημα. Υπάρχει μόνο προσμονή».

### ΣΤΟ ΜΗΔΕΝ ΟΙ ΠΑΡΑΓΓΕΛΙΕΣ ΑΠΟ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑ

Σε ό,τι αφορά τις παραγγελίες από ξενοδοχεία, ο κ. Σκούρας είναι κατηγορηματικός: «Σε επίπεδο ξενοδοχείων, είμαστε στο μηδέν!».

### ΠΟΛΙΤΙΚΗ TAKE CARE ΣΤΟΥΣ ΠΕΛΑΤΕΣ

Πώς, όμως, βοηθούν τα οινοποιεία τις επιχειρήσεις - πελάτες τους να ξεπεράσουν την κρίση; «Εμείς, ως οινοποιοί, διακινούμε τα προϊόντα μας μέσα από δίκτυα, που ήδη προβλέπουν πιστώσεις και πακέτα. Πολλά οινοποιεία προβαίνουν σε συνεννοήσεις για τα προηγούμενα υπόλοιπα των επιχειρήσεων εστίασης. Αρκετά οινοποιεία προχωρούν και σε πολιτική προσφορών προς τους πελάτες τους».

Γενικώς, το σήμα είναι, «δεν κάνουμε πολιτική προβολής brand, αλλά πολιτική take care στους πελάτες», όπως λέει και ο φίλος μου, Στέλιος Μπουτάρης. Αυτό, όμως, το take care πρέπει με τη σειρά τους να το εφαρμόσουν και τα εστιατόρια στους καταναλωτές. Το μήνυμα είναι ότι αν δεν στηρίξουμε ο ένας τον άλλο, θα κοπεί η αλυσίδα και τότε χαθήκαμε όλοι».

### Η ΜΕΙΩΣΗ ΤΟΥ ΦΠΑ ΣΤΟ ΚΡΑΣΙ ΘΑ ΑΥΞΗΣΕΙ ΤΗΝ ΚΑΤΑΝΑΛΩΣΗ

Ιδιαίτερη είναι η αναφορά, που κάνει ο κ. Σκούρας στο θέμα της μείωσης του ΦΠΑ: «Υπάρχει μια σοβαρή απογοήτευση για τη μη μείωση του ΦΠΑ στο κρασί, ο οποίος πλήττει πρωταρχικά τα εστιατόρια. Ενυμνούν οι δύο κλάδοι, οινοποιών και εστιατόρων, συνεχίζουμε να δείχνουμε στην κυβέρνηση ότι αυτό είναι κάτι άδικο. Αν μειωθεί ο ΦΠΑ, είναι σίγουρο ότι θα ανέβει η κατανάλωση».

● **ΕΣΤΙΑΣΗ**

**ΔΥΣΚΟΛΗ Η ΕΠΑΝΑΛΕΙΤΟΥΡΓΙΑ ΜΕΤΑ ΤΟ LOCKDOWN\_**



Δύσκολη φαίνεται να είναι η ανάκαμψη για την εστίαση εξαιτίας του Covid-19 αναφέρει η συμβουλευτική εταιρεία Aaron Allen & Associates, υπογραμμίζοντας σε σχετικό report ότι εκατοντάδες εστιατόρια έχουν υποβάλει αίτηση πτώχευσης τους τελευταίους τρεις μήνες. «Με βάση τις εκτιμήσεις μας, πιστεύουμε ότι έως και το 10% όλων των εστιατορίων παγκοσμίως θα εξαφανιστούν, με το 20% ή περισσότερο να διέρχεται μια φάση αναδιάρθρωσης», δήλωσε ο ιδρυτής της εταιρείας Aaron Allen. Ο ίδιος εκτιμά ότι υπάρχουν περίπου 22 εκατομμύρια εστιατόρια σε όλο τον κόσμο, οπότε σύμφωνα με την παραπάνω εκτίμηση, 2,2 εκατομμύρια από αυτά θα κλείσουν.

**ΠΟΙΑ ΕΧΟΥΝ ΚΥΡΗΞΕΙ ΠΤΩΧΕΥΣΗ**

Ο κατάλογος των πτωχεύσεων περιλαμβάνει μέχρι στιγμής τα

- Le Pain Quotidien

- Garden Fresh Restaurants

ενώ αλυσίδες όπως οι TGI Fridays και Cousins Subs δεν θα ανοίξουν αρκετά από τα καταστήματα τους.

**ΑΛΛΑΓΗ BUSINESS MODEL**

Εν τω μεταξύ, μεγάλες αλυσίδες και τοπικές επιχειρήσεις έχουν αλλάξει το επιχειρηματικό τους μοντέλο – με κάποιες τώρα να προσφέρουν κρέας με το κιλό, γάλα, λαχανικά και ακόμη και χαρτί υγιείας. Τα Panera Bread και Tijuana Flats, για παράδειγμα, πωλούν είδη παντοπωλείου.

Το ίδιο ισχύει και για την αλυσίδα Just Salad με έδρα τη Νέα Υόρκη, που άρχισε να παραδίδει είδη παντοπωλείου τον Απρίλιο και έκτοτε έχει επεκτείνει την υπηρεσία σε τμήματα του Μπρούκλιν, του upper Manhattan και των Hamptons. Σκοπεύει να διατηρήσει την υπηρεσία αυτή ακόμη και μετά την πανδημία.

**ΟΙ ΠΡΟΣΠΑΘΕΙΕΣ ΤΩΝ ΙΔΙΟΚΤΗΤΩΝ**

Προς το παρόν, τα εστιατόρια προσπαθούν να βρουν νέους τρόπους για να επιβιώσουν με εκπτώσεις και πωλήσεις τροφίμων και πολλοί ιδιοκτήτες μειώνουν το προσωπικό, αλλάζοντας το menu.

Ο Manish Mallick, ιδιοκτήτης του ROOH Chicago για παράδειγμα, έχει επί του παρόντος 5 από τους 30 εργαζόμενους, που απασχολούσε στην πλήρη βάρδια πριν από την πανδημία. Η Ashley Christensen, ιδιοκτήτρια της AC Restaurants, στη Βόρεια Καρολίνα, προσφέρει αρκετά από τα δημοφιλή πιάτα για take away από το κύριο εστιατόριο της στο Raleigh, ενώ έχει κλείσει οριστικά το κατάστημα της με τα burger, Chuck's.

«Χρειάζονται περίπου 10 και 15 μέρες για να ανοίξει ξανά κάθε εστιατόριο, όσον αφορά την επανεκπαίδευση του προσωπικού, την απολύμανση των πραγμάτων, τη δοκιμή και την επανεξέταση του μενού», λέει η Kaitlyn Goalen, επικεφαλής στην AC Restaurants.

● **DOG HAUS**

**ΑΝΟΙΞΕ ΝΕΑ VIRTUAL ΚΑΤΑΣΤΗΜΑΤΑ\_**



Η Dog Haus άνοιξε νέα virtual καταστήματα στις ΗΠΑ και πιο συγκεκριμένα:

- Στο Hollywood
- Στο Chicago
- Στην Pasadena
- Στο Illinois

Πρόκειται για καταστήματα, οι κουζίνες των οποίων είναι virtual, δηλαδή διαχειρίζονται μέσω του i-cloud και android, με την εταιρεία να σχεδιάζει να επεκτείνει το μοντέλο αυτό διαχείρισης κουζίνας στις πόλεις:

- Los Angeles
- Manhattan

«Οι virtual κουζίνες των καταστημάτων είναι μια πρώτη ευκαιρία για την εταιρεία να φέρει

μια καινοτομία στον χώρο της εστίασης, με παραλαβή παραγγελιών online, όπου μπορούν να πουν στον chef πώς θέλουν να φτιάξει το γεύμα τους», σημειώνει ο Andre Vener, Partner της εταιρείας, και προσθέτει πως «το delivery τροφίμων εκτοξεύεται και αυτό σφειλεται εν μέρει και στον κορονοϊό». Ο ίδιος συμπληρώνει πως «πιστεύουμε πως μια αλυσίδα εστίασης πρέπει να είναι ευέλικτη και να ανταποκρίνεται στις αλλαγές, που γίνονται στην αγορά». Στην ουσία, μέσω των virtual κουζινών των καταστημάτων εστίασης, διαδικτυακά διαχειρίζονται:

- Οι παραγγελίες
- Ο τρόπος παρασκευής των γευμάτων
- Η λειτουργία της κουζίνας

● ΣΕΑΟΠ

## ΣΤΟ -70% ΟΙ ΠΑΡΑΓΓΕΛΙΕΣ - ΠΩΣ ΣΤΗΡΙΖΟΥΝ ΤΟΝ ΚΛΑΔΟ HORECA



Ορατές είναι οι επιπτώσεις της κρίσης του κορονοϊού στον τομέα των αποσταγμάτων και των αλκοολούχων ποτών, σημειώνει η Αναστασία Γεωργαντά, γενική διευθύντρια του Συνδέσμου Ελλήνων Παραγωγών Αποσταγμάτων Αλκοολούχων Ποτών (ΣΕΑΟΠ) στο Fnb Daily. Όπως η ίδια επισημαίνει «η κρίση έχει εντονότερες συνέπειες από ό,τι περιμέναμε» και προσθέτει πως ο σύνδεσμος θα

τρέξει έρευνα (που θα δημοσιευθεί τον Σεπτέμβριο) σχετικά με τις επιπτώσεις της κρίσης του κορονοϊού στον κλάδο.

### «ΣΤΟ -70% Η ΚΙΝΗΣΗ»

Όπως αναφέρει η Αναστασία Γεωργαντά «η κίνηση στον κλάδο τον πρώτο καιρό μετά την καραντίνα βρίσκεται στο -70%», ενώ οι εκτιμήσεις έκαναν λόγο για -50%. «Πρόκειται για μία πολύ δύσκολη κατάσταση η οποία έχει να κάνει και με το εξωτερικό και με το εσωτερικό» υπογραμμίζει η κα. Γεωργαντά συμπληρώνοντας πως «δεν είναι μόνο ο εγχώριος κλάδος HoReCa που δεν κινείται ουσιαστικά, αλλά και στο εξωτερικό επικρατεί η ίδια εικόνα, καθώς το 70% της παραγωγής των εταιρειών του συνδέσμου κατευθύνεται στο εξωτερικό».

### ΦΟΒΟΙ ΓΙΑ ΤΟΝ ΤΟΥΡΙΣΜΟ

Η κα. Γεωργαντά εκφράζει τους

φόβους της για την πορεία του τουρισμού και για το γεγονός πως «μία ενδεχόμενη μεγάλη μείωσή του, δημιουργεί περαιτέρω πρόβλημα στον κλάδο, καθώς δεν θα υπάρχει κατανάλωση στους τουριστικούς προορισμούς, όπως είναι:

- ουζερί • ταβέρνες • ξενοδοχεία
- εστιατόρια • bars

### ΤΑ ΜΕΤΡΑ ΣΤΗΡΙΞΗΣ ΤΟΥ ΚΛΑΔΟΥ

Με τον κορονοϊό να έχει ρίξει κατακόρυφα την κίνηση στον κλάδο της HoReCa, τα μέλη του ΣΕΑΟΠ παίρνουν μέτρα στήριξης του κλάδου. Όπως αναφέρει η Αναστασία Γεωργαντά «είναι θέμα πολιτικής των εταιρειών τα μέτρα στήριξης της HoReCa» και προσθέτει πως «εξ' όσων γνωρίζω όμως υπάρχουν αρκετές εταιρείες που δίνουν πίστωση στα τελικά σημεία πώλησης, λειτουργούν με μεταχρονολογημένες επιταγές και

δίνουν περιθώριο κινήσεων στα ξενοδοχεία, εστιατόρια και bars».

### ΑΝΤΙΔΡΑΣΕΙΣ ΓΙΑ ΤΟΝ ΦΠΑ

Η γενική διευθύντρια του ΣΕΑΟΠ εκφράζει την ανησυχία της για την απουσία ουσιαστικών θετικών μέτρων υπέρ του κλάδου. «Το ότι ανακοινώθηκε μειωμένος ΦΠΑ στον καφέ και τα αναψυκτικά, ενώ το τσίπουρο, το ούζο και το κρασί παραμένουν στο 24%, αποτελεί ένα επιπλέον πρόβλημα» δηλώνει η Αναστασία Γεωργαντά και προσθέτει πως «έπρεπε να υπήρχε αντίστοιχη πρόβλεψη και για τα αλκοολούχα ποτά». Η ίδια επισημαίνει πως «με μη μείωση του ΦΠΑ στα αλκοολούχα ποτά, το τσίπουρο και το ούζο, θα ευνοηθεί το λαθρεμπόριο και το παρεμπόριο αυτών των προϊόντων».

Νικόλας Ταμπακόπουλος  
[nicolas@notice.gr](mailto:nicolas@notice.gr)

● Θ. ΝΤΟΥΓΚΟΣ (ΣΜΟΕ)

## “ΠΕΡΙΜΕΝΑΜΕ ΠΕΡΙΣΣΟΤΕΡΗ ΚΙΝΗΣΗ ΣΤΗΝ ΕΣΤΙΑΣΗ”



Θάνος Ντούγκος, Πρόεδρος Συνδέσμου Μικρών Οινοποιών Ελλάδος

Απογοητευμένος από το πως εξελίσσεται η εικόνα της αγοράς μετά την επαναλειτουργία της εστίασης είναι ο Θάνος Ντούγκος, Πρόεδρος του Συνδέσμου Μικρών Οινοποιών Ελλάδος. “Είναι μουδιασμένη η αγορά και ο κόσμος δείχνει να φοβάται να πάει στα εστιατόρια, δεν θεωρώ ότι είναι οικονομικό το θέμα”, αναφέρει στο Fnb Daily ο κ. Ντούγκος, λέγοντας ότι οι προσδοκίες που είχαν για την πορεία της επαναλειτουργίας είναι τελείως διαφορετική από την πραγματικότητα. “Περιμέναμε ότι μετά από δύο μήνες εγκλεισμού θα ήθελα να πάνε στα αγαπημένα τους στέκια αλλά βλέπουμε ότι κινείται μόνο ο καφές

και πιστεύουμε ότι είναι διστακτικοί για τα εστιατόρια επειδή δεν εμπιστεύονται την παραγωγική διαδικασία του τελικού πιάτου”.

### ΛΙΓΟΤΕΡΕΣ ΑΠΟ ΤΟ ΑΝΑΜΕΝΟΜΕΝΟ ΟΙ ΠΑΡΕΓΓΕΛΙΕΣ

Σε ό,τι αφορά τις παραγγελίες που καταγράφει ο Σύνδεσμος για την εστίαση ο κ. Ντούγκος επισημαίνει ότι είναι αρκετά λιγότερες από ό,τι περίμεναν. “Σίγουρα δεν περιμέναμε ότι με το που άνοιξαν τα εστιατόρια θα ήταν και ασφυκτικά γεμάτα, αλλά αν εξαιρέσει κανείς τα Σάββατα, τις υπόλοιπες καθημερινές ίσως δεν βγάζουν ούτε τα έξοδά τους.

Στις παραγγελίες των ξενοδοχείων τα πράγματα είναι ακόμα πιο δύσκολα, καθώς οι συνεργάτες του συνδέσμου είναι μεγάλα ξενοδοχεία, πολλά από τα οποία δεν θα λειτουργήσουν σε όλη τους τη δυναμική.

“Εφόσον μεγάλο ποσοστό των ξενοδοχείων δεν ανοίγουν, δεν περιμένουμε και πολλά” υπογραμμίζει.

### ΠΑΡΑΚΙΝΟΥΜΕ ΤΟΝ ΚΟΣΜΟ ΝΑ ΠΑΕΙ ΣΤΑ ΜΑΓΑΖΙΑ

Όπως επισημαίνει ο κ. Ντούγκος ο σύνδεσμος έχει έρθει σε επαφή με την Πολιτεία ζητώντας τη στήριξη της, καθώς οι μικροί οινοποιοί δεν εντάσσονται στα μέτρα στήριξης, στα οποία

εμπήτουν άλλοι κλάδοι.

“Είμαστε απογοητευμένοι γιατί δεν έχουμε λάβει βοήθεια από το κράτος, με αποτέλεσμα να είμαστε σε δεινή θέση, γιατί μας έχουν ξεχάσει. Εμείς παρακινούμε τον κόσμο μέσα από τα social media να πάει στα μαγαζιά και έτσι έμμεσα στηρίζεται και το ελληνικό κρασί. Μόνο να παρακινήσουμε μπορούμε, αλλά βλέπουμε ότι και αυτά είναι αναποτελεσματικά μέτρα”, καταλήγει.

### ΠΟΛΛΑ ΘΑ ΕΞΑΡΤΗΘΟΥΝ ΑΠΟ ΤΟΝ ΤΟΥΡΙΣΜΟ

Σχετικά με το πως θα εξελιχθεί η κατάσταση από εδώ και πέρα ο κ. Ντούγκος αναφέρει ότι δεν μπορεί να γίνει ασφαλής πρόβλεψη. “Μεγάλο ρόλο στην επιδείνωση ή βελτίωση της κατάστασης θα παίξει ο αριθμός και η ποιότητα των εισερχόμενων τουριστών”. Επιπλέον, υπογραμμίζει ότι λόγω της υψηλής ποιότητας των προϊόντων δεν έχουν παρουσία στα all inclusive ξενοδοχεία, που ενδέχεται να κινηθούν φέτος. “Εμείς πουλάμε στην υψηλή ξενοδοχειακή εστίαση γιατί τα προϊόντα μας είναι ακριβότερα και αυτά δεν θα ανοίξουν όπως πρέπει φέτος”.

Στέλλα Αυγουστάκη  
[stella@notice.gr](mailto:stella@notice.gr)