

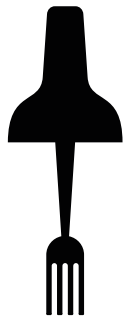
A scenic autumn forest with a stream and hikers. Two hikers with backpacks are walking on a rocky path covered in fallen leaves. A large tree with yellowing leaves stands prominently. A sign in the foreground reads: ΕΙΝΑΙ Ο ΑΝΘΡΩΠΟΣ ΝΕΡΟ ΚΑΙ ΜΟΙΑΖΕΙ ΤΟΣΟ ΦΥΣΙΚΟ ΤΟ ΝΑ ΚΥΛΑΜΕ.

ΕΙΝΑΙ Ο ΑΝΘΡΩΠΟΣ ΝΕΡΟ  
ΚΑΙ ΜΟΙΑΖΕΙ ΤΟΣΟ ΦΥΣΙΚΟ  
ΤΟ ΝΑ ΚΥΛΑΜΕ



ΔΥΝΑΜΗ ΜΑΣ, Η ΡΟΗ ΜΑΣ.

water.gr



# HORECA. OPEN

Powered by  
FnB Daily

ΤΟ ΑΠΟΛΥΤΟ NEWSLETTER  
ΓΙΑ ΤΟΝ ΚΛΑΔΟ HORECA.



Με την υποστήριξη της πρωτοβουλίας ΕΛΛΑ-ΔΙΚΑ ΜΑΣ

Παρασκευή 8 Ιανουαρίου 2020 ΤΕΥΧΟΣ #24

## • BAR-RESTAURANT

### ΠΤΩΣΗ ΚΑΤΑΝΑΛΩΣΗΣ 80% ΤΗΝ ΕΟΡΤΑΣΤΙΚΗ ΠΕΡΙΟΔΟ



Η νέα έξαρση της πανδημίας του κορονοϊού, οδήγησε σε χαμηλές πτήσεις τις πωλήσεις των bars και των εστιατορίων τη φετινή εορταστική περίοδο. Η κίνηση ήταν μειωμένη 80%, με την κατανάλωση τροφίμων από τα σημεία εστίασης να καταγράφει πτώση 68% και ποτών 84%, συγκριτικά με την αντίστοιχη περυσινή εορταστική περίοδο. Σύμφωνα με τα ίδια στοιχεία που έφερε στο φως της δημοσιότητας η S4Labour, συγκρίνοντας τα στοιχεία από 2.000 σημεία εστίασης, το ρεβηγιόν της Πρωτοχρονιάς κατέγραψε ακόμη πιο χαμηλή κατανάλωση, συγκριτικά με το ρεβηγιόν της παραμονής και της ημέρας των Χριστουγέννων. Πιο συγκεκριμένα, στο ρεβηγιόν της Πρωτοχρονιάς, οι πωλήσεις τροφίμων και ποτών από τα σημεία εστίασης κατέγραψαν πτώση περίπου 90%.

#### ΠΤΩΣΗ £650 ΕΚΑΤ.

Την ίδια στιγμή, SOS εκπέμπει η αγορά των pubs στη Μεγάλη Βρετανία, μέσω του επίσημου συνδέσμου της, προειδο-

ποιώντας για απώλειες χιλιάδων θέσεων εργασίας, ενώ αναμένεται πτώση στα συνολικά έσοδα του 2020, περίπου £650 εκατ. Πρόκειται για ένα μεγάλο οικονομικό χτύπημα για την αγορά, στην οποία απασχολούνται περισσότεροι από 650.000 εργαζόμενοι στη Μεγάλη Βρετανία, ενώ ακόμη μεγαλύτερες απώλειες αναμένουν τα εστιατόρια της χώρας.

#### 5 ΕΚΑΤ. ΛΙΓΟΤΕΡΑ ΓΕΥΜΑΤΑ

Η British Beer and Pub Association (BBPA), αναφέρει πως, σύμφωνα με τις πρώτες εκτιμήσεις, οι pubs σέρβιραν περίπου 5 εκατ. λιγότερα Χριστουγεννιάτικα γεύματα και επίσης 39 εκατ. λιγότερα ποτά, συγκριτικά με την περυσινή εορταστική περίοδο. Ωστόσο, η Ένωση αναφέρει, πως αναμένει καλύτερες μέρες από το δεύτερο εξάμηνο του 2021 και έπειτα, καθώς τότε υπολογίζεται πως ο ιός θα έχει περιοριστεί σημαντικά, δεδομένου ότι ένα σημαντικό μέρος του πληθυσμού θα έχει εμβολιαστεί.

## EDITORIAL

### Δημιουργικός προβληματισμός

Η έρευνα του Euromonitor International, για τις επιπτώσεις της πανδημίας στην εστίαση παγκοσμίως, που παρουσιάζει σήμερα το HORECA OPEN, δείχνει και το μέγεθος της ζημιάς, και τις νέες τάσεις των καταναλωτών, αλλά και την απαισιοδοξία πολλών επιχειρηματιών του κλάδου.

Απαισιοδοξία, η οποία οφείλεται στο γεγονός της κακής ψυχολογίας και της έλλειψης ψυχραιμίας, που αυτή προκαλεί.

Δικαιολογημένη;

Ναι, θα απαντούσε κάποιος αυθόρμητα.

Όχι, θα πω εγώ.

Όταν παίρνεις την απόφαση να τρέξεις μια επιχείρηση, τότε πρέπει - επιβάλλεται - να διαθέτεις και την απαιτούμενη ψυχραιμία και κυνισμό για να αντιμετωπίζεις τις όποιες δυσκολίες και εμπόδια βρεθούν μπροστά σου.

Ο Δημήτρης, για παράδειγμα, με τον οποίο συζητούσα την Τετάρτη, είναι ιδιοκτήτης ενός cafe στην Αθήνα.

Κρατά ανοιχτή την επιχείρησή του, ώστε και να κάνει τον όποιο τζίρο, αλλά - και κυρίως - να διατηρεί την επαφή με τους πελάτες του.

Ο ίδιος δήλωσε προβληματισμένος.

Όχι λόγω απαισιοδοξίας.

Αλλά δημιουργικά.

«Πρέπει να δω τι παραπάνω πρέπει να κάνω στο μαγαζί, ώστε μόλις ανοίξει κανονικά η εστίαση, να είμαι έτοιμος για να πάρω μεγαλύτερη πελατεία από τον ανταγωνισμό», μου είπε.

Κι έχει απόλυτο δίκιο.

Αυτό πρέπει να κάνουν όλοι.

Αν επαληθευθεί το βασικό σενάριο και τα πράγματα πάνε καλά με τον εμβολιασμό, τότε ο κλάδος HORECA θα ζήσει ένα super καλοκαίρι.

Τι σημαίνει αυτό;

Σχεδιασμός, προγραμματισμός, επενδύσεις.

Με άλλα λόγια, δημιουργικός προβληματισμός.

Νεκτάριος Β. Νώτης  
[nectarios@notice.gr](mailto:nectarios@notice.gr)



## • HORECA FUTURE ΕΜΒΟΛΙΟ...ΑΙΣΙΟΔΟΞΙΑΣ

*\* Του Richard Hartley, επικεφαλής του S4 Labour*

Το 2020 ανήκει πλέον στο παρελθόν. Πρόκειται για μία απρόβλεπτη χρονιά, και τη χειρότερη, για την εστίαση τα τελευταία πολλά χρόνια. Ο κορονοϊός μετέβαλλε τις καταναλωτικές συνήθειες, τον τρόπο με τον οποίο δαπανούν οι καταναλωτές και την ιεραρχία των προτεραιοτήτων τους. Η πτώση της κατανάλωσης, όπως αποτυπώνεται στις έρευνές μας, είναι μεγάλη και αγγίζει το 80%.

Τα στοιχεία που διαθέτουμε είναι από 2.000 συνεργαζόμενες επιχειρήσεις εστίασης, και το δυσοίωνα μέλλον έγκειται στο γεγονός, πως δεν ξέρουμε ακόμη πότε οι καταναλωτές θα αισθανθούν ασφάλεια για να μπορέσουν να βγουν και να διασκεδάσουν. Ωστόσο, γνωρίζουμε πως στη μετά κορονοϊού εποχή, η εστίαση θα πρέπει να βάλει σε πρώτο πλάνο την ασφάλεια των πελατών και την ευλαβική τήρηση των υγειονομικών μέτρων.

Μέτρα, που θα μείνουν, και θα φύγουν μετά από μεγάλο χρονικό διάστημα, αν ποτέ αποτελέσουν παρελθόν. Το αισιόδοξο, όμως, μήνυμα των ημερών, δεν μπορεί να αλλοιωθεί.

Το 2020, ήταν η χειρότερη χρονιά, το 2021 όμως θα αποτελέσει την αρχή της ανόδου του κλάδου. Το εμβόλιο δημιουργεί βάσιμες ελπίδες, ότι από το δεύτερο εξάμηνο του έτους, θα αρχίσει να κινείται ξανά ο κόσμος, καθώς θα έχει εμβολιαστεί ένα μεγάλο μέρος του πληθυσμού. Αυτό, σε συνδυασμό με την έλλειψη διασκέδασης το 2020, ίσως οδηγήσει σε έκρηξη πωλήσεων, οι οποίες όμως θεωρώ πως δεν θα έχουν σχέση με του 2019. Θα είναι αισθητά ανεβασμένες συγκριτικά με το 2020, αλλά χρειάζεται χρόνος για να επιστρέψουμε στο 2019.

Στην εποχή, δηλαδή, πριν τον κορονοϊό.

## HORECAOPINION

### Future (is) Loading

Το σημερινό Horeca Open είναι κομίστης ενός χαρμόσунου μηνύματος. Οι εορταστικές ημέρες, αλλά κυρίως η έναρξη των εμβολιασμών, δημιουργούν αισιοδοξία. Πλέον, οι επιχειρήσεις στον κλάδο του Horeca, μπορούν να βλέπουν φως στην άκρη του τούνελ. Ο δρόμος που πρέπει ακόμη να διανυθεί είναι μακρύς, όμως πρώτη φορά ο προορισμός είναι ορατός: η επιστροφή στην κανονικότητα. Το σημερινό τεύχος αναδεικνύει μια σημαντική δράση της Coca-Cola και του Ιδρύματος Μποδοσάκη, το Future Loading, υποστηρικτής της οποίας είναι η Notice Content and Services και το HORECA OPEN. Μια πρωτοβουλία που απευθύνεται στον κλάδο του Horeca, και είναι τόσο επίκαιρη, όσο ποτέ. Όπως αναδεικνύει και το σημερινό ρεπορτάζ, οι επιχειρηματίες του κλάδου σχεδιάζουν σιγά σιγά τη λειτουργία της επιχειρησής τους, μετά τον κορονοϊό, και όχι...μέσα σε αυτόν. Δείχνουν να έχουν αντίληψη πού πηγαίνει η αγορά. Έτσι, ο ένας επιχειρηματίας θα δώσει έμφαση στο φαγητό, ο άλλος στον εναλλακτικό τουρισμό και όλοι μαζί στην πιστή τήρηση των υγειονομικών μέτρων. Ο κόσμος, άλλωστε, όπως οι ίδιοι παρατηρούν, δεν θα είναι ποτέ ξανά ίδιος σε σχέση με την προ-κορονοϊού εποχή. Η ασφάλεια και η υγιεινή παίρνουν τη σκυτάλη από την τιμή, και η ποιότητα γίνεται και πάλι το κορυφαίο ζήτημα. Το μέλλον είναι ήδη εδώ. Οι επιχειρηματίες σχεδιάζουν το αύριο, σε μια νέα αγορά. Η αισιοδοξία, υπάρχει. Future (is) loading...

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

## • EUROMONITOR INTERNATIONAL Η ΝΕΑ ΤΑΣΗ ΤΟΥ DRIVE THROUGH ΚΑΙ Η ΑΠΑΙΣΙΟΔΟΞΙΑ ΤΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΩΝ ΕΣΤΙΑΣΗΣ

Η πανδημία του κορονοϊού καθόρισε τις εξελίξεις στην αγορά εστίασης το 2020, καθώς κυριάρχησε ο φόβος των καταναλωτών στο να καταναλώσουν εντός καταστημάτων, ενώ σε πολλές χώρες της Ευρωπαϊκής Ένωσης υπήρξε καραντίνα, ή περιοριστικά μέτρα, οδηγώντας τον τζίρο των καταστημάτων εστίασης σε ιστορικά χαμηλά. Σύμφωνα με έρευνα του Euromonitor International, την οποία παρουσιάζει το σημερινό Horeca Open, η αγορά της εστίασης γενικότερα κατέγραψε πτώση 17% και ειδικότερα:

- Τα full service restaurant 20%
- Τα καφέ και τα bars 15%
- Τα limited service restaurants 15%
- Τα street Tails 12%
- Οι full service καφετέριες 22%

Σημειώνεται ότι τα στοιχεία αυτά αφορούν τον μέσο τζίρο σε παγκόσμιο επίπεδο, στις χώρες που το Euromonitor κάνει μετρήσεις, και καταγράφουν μόνο τις περιπτώσεις εστιατορίων, που είναι ανοιχτά με κάθε τρόπο (σάλα, take away, delivery). Δεν συμπεριλαμβάνουν, δηλαδή, τις κλειστές επιχειρήσεις.

### ΜΕΙΩΣΗ ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΙΚΗΣ ΔΑΠΑΝΗΣ ΚΑΙ ΑΠΑΙΣΙΟΔΟΞΙΑ

Μία ακόμη επίπτωση του κορονοϊού είναι η πτώση της καταναλωτικής δαπάνης. Οι καταναλωτές δεν μείωσαν μόνον την κατανάλωσή τους ποσοτικά, αλλά δαπάνησαν και λιγότερα χρήματα συγκριτικά με το 2019. Η μεγαλύτερη πτώση δαπάνης, που παρατηρήθηκε, είναι στις Self Service Καφετέριες, με την πτώση να αγγίζει το 70%, ενώ στα full service εστιατόρια έφτασε το 60%. Μάλιστα, με βάση αυτά τα στοιχεία, οι επιχειρηματίες του κλάδου εμφανίζονται απαισιόδοξοι και για τη συνέχεια, εκτιμώντας ανάλογη πτώση στο μέλλον.

### ΘΕΡΜΟΜΕΤΡΗΣΗ ΚΑΙ ΜΑΣΚΑ ΤΑ ΜΕΤΡΑ

Η διατήρηση των μέτρων προστασίας και η υγιεινή αποτελούν από τις κορυφαίες προτεραιότητες των επιχειρήσεων, που δραστηριοποιούνται στα τρόφιμα και επομένως και της εστίασης. Οι περισσότεροι επιχειρηματίες αναμένουν και το τρέχον έτος να παίξει σημαντικό ρόλο η τήρηση των μέτρων ασφαλείας στα καταστήματά τους, καθώς μέσω αυτών οι καταναλωτές αισθάνονται ασφάλεια. Σύμφωνα με την έρευνα, οι επιχειρήσεις λαμβάνουν τα παρακάτω μέτρα:

- Οι υπάλληλοι φορούν μάσκα
- Θερμομέτρηση προσωπικού
- Αύξηση του delivery
- Προστατευτικό στα ταμεία

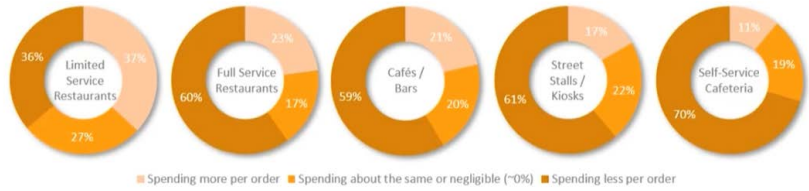
### ΦΟΒΟΣ ΓΙΑ ΤΑ ΜΕΡΗ ΣΥΝΩΣΤΙΣΜΟΥ

Οι καταναλωτές αισθάνονται περισσότερο φόβο στα κλειστά καταστήματα και στα malls, παρά στα τουριστικά μέρη.

### DRIVE THROUGH Η ΝΕΑ ΤΑΣΗ

Τα περιοριστικά μέτρα, καθώς επίσης και τα τοπικά lockdown, έχουν αναδείξει διεθνώς την τάση του drive through, όπως επίσης και του delivery. Σε ορισμένες περιοχές του κόσμου οι καταναλωτές προτιμούν το drive through και το take away, ενώ δεν είναι λίγοι που προτιμούν το dine in, όπου αυτό είναι εφικτό.

Are consumers spending more per order?



Source: Euromonitor International Voice of the Industry: Consumer Foodservice survey (September 2020)

Which of the following measures is your company taking to address public health concerns due to COVID-19?



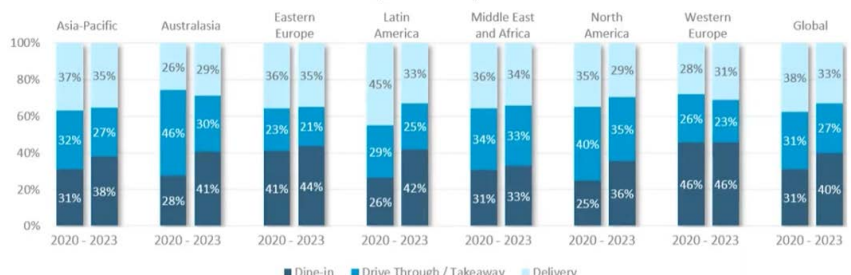
Source: Euromonitor International Voice of the Industry

Drivers Impacting Total Consumer Foodservice



Source: Euromonitor International Voice of the Industry

Percentage split for 'Dine-in' vs 'Drive Through / Takeaway' vs 'Delivery' per region



Source: Euromonitor International Voice of the Industry: Consumer Foodservice survey (September 2020)

• HORECA

## ΤΑ ΣΧΕΔΙΑ ΓΙΑ ΤΗΝ ΜΕΤΑ COVID-19 ΕΠΟΧΗ

Το Horeca Open, ως υποστηρικτής του Future Loading της Coca-Cola και του Ιδρύματος Μποδοσάκη, έδωσε τη δυνατότητα στις επιχειρήσεις που εντάσσονται στο πρόγραμμα να παρακολουθήσουν ειδικό webinar, πάνω στην επικοινωνία των επιχειρήσεων τους, με:

- τους πελάτες τους
- τους προμηθευτές τους

Τα επιτυχημένα webinars οργανώθηκαν και διεξήχθησαν δωρεάν από την Notice Content and Services, και αφορούσαν στις επιχειρήσεις του κλάδου Horeca, που είτε μένουν ανοιχτές με υπηρεσίες Take Away και Delivery, είτε είναι κλειστές. Το Horeca Open παρουσίασε τις επιδράσεις της πανδημίας του κορονοϊού στις επιχειρήσεις, καθώς επίσης και τον τρόπο με τον οποίο οι επιχειρήσεις αντέδρασαν στις συνθήκες που διαμόρφωσε ο Covid-19.

### BARRIO: ΣΤΡΟΦΗ ΣΤΟ FINE DRINKING & DINING

«Μετά τον κορονοϊό, στόχος μας είναι να εξελιχθούμε στο κομμάτι της παροχής υπηρεσιών, και κυρίως του fine drinking και του fine dining, με αναβάθμιση του χώρου καθώς και του εξοπλισμού, προσβλέποντας σε συνεργασίες με ανθρώπους αναγνωρισμένης αξίας στο χώρο των premium αποσταγμάτων, του γαστρονομικού χαρτι της Ελλάδας», δηλώνει η Μαρία Μπαραχάνου, ιδιοκτήτρια του Barrio της Χαλκιδικής. Άλλωστε, το γνωστό bar, προσφέρει premium αποστάγματα και ποικιλίες καφέ στους πελάτες του.



### «ΗΜΙΤΕΛΗ ΤΑ ΣΧΕΔΙΑ»

Σε ό,τι αφορά τις αλλαγές, που έχει επιφέρει ο κορονοϊός, η ίδια σημειώνει πως «η πιο δύσκολη στιγμή επιχειρηματικά είναι η περίοδος του δεύτερου lockdown, όπου τα σχέδια για ανανέωση, ανακαίνιση και εξέλιξη έμειναν ημιτελή». Σε ό,τι αφορά στο πρόγραμμα Future Loading, η ίδια σημειώνει πως «βοηθά σημαντικά, γιατί μας προσφέρει πολύτιμες γνώσεις και προσδίδει ένα συγκριτικό πλεονέκτημα στην επιχείρησή μας».



### ΤΗΛΕΜΑΧΟΣ LE BISTROT: ΒΑΡΥΤΗΤΑ ΣΤΟ ΦΑΓΗΤΟ

«Η κρίση του κορονοϊού άλλαξε τις επιχειρηματικές προτεραιότητες στο εστιατόριο. Όταν με το καλό περάσει η κρίση αυτή, θα δώσουμε περισσότερη βαρύτητα στο φαγητό και στην πιο στοχευμένη εξωστρέφεια, ενώ θα επενδύσουμε περισσότερο στον εξωτερικό μας χώρο», σημειώνει ο Τηλέμαχος Νικολετάτος, ιδιοκτήτης του Thelamachos Le Bistrot στην Καισαριανή.

### «ΝΑ ΦΕΡΟΥΜΕ ΤΗΝ ΠΑΛΙΑ ΚΟΥΛΤΟΥΡΑ»

«Στόχος μας, ως επιχείρηση, είναι να ξαναέρθει στο προσκήνιο μία παλιά κουλτούρα με παλιές κλασικές μουσικές και γεύσεις. Θέλουμε να επεκταθούμε, έχοντας όμως στο επίκεντρο, τη φιλοσοφία μας», αναφέρει ο ίδιος.

### «ΤΡΟΦΗ ΓΙΑ ΣΚΕΨΗ»

Ο ίδιος σημειώνει πως το πρόγραμμα Future Loading, «είναι μια καλή καλή τροφή για σκέψη».



### LA CANEA: ΑΝΟΙΞΕ ΜΕΣΑ ΣΤΗΝ ΚΡΙΣΗ

«Το καλοκαίρι του 2020, ήταν έτοιμη η πρώτη κατοικία, και δυστυχώς συνέπεσε με την κρίση του κορονοϊού. Η πανδημία έφερε πολύ λίγα έσοδα για τις επιχειρήσεις, καθώς επίσης και καθυστερήσεις σε όλα τα επίπεδα, από την ανάπτυξη των καταλυμάτων, έως την οργάνωσή τους», δηλώνει η Χριστίνη Σπανουδάκη, ιδιοκτήτρια του La Canea. Το ξενοδοχείο έχει ως στόχο τη δημιουργία ενός χώρου, στην καρδιά της παλιάς πόλης των Χανίων, με τα αρχιτεκτονικά χαρακτηριστικά των παρελθόντων ετών, προσφέροντας σύγχρονες παροχές. Η ίδια, σημείωσε πως «η συμμετοχή μου στο Future Loading κρίνω πως μου δίνει κάποιες πληροφορίες, ιδέες, γνώσεις για την αγορά που δραστηριοποιούμαι και που ομολογώ πως δεν γνωρίζω καλά».

### HOTEL OLYMPUS: «ΣΤΟ ΕΠΙΚΕΝΤΡΟ Η ΥΓΕΙΟΝΟΜΙΚΗ ΑΣΦΑΛΕΙΑ»

«Η κρίση του κορονοϊού ανέτρεψε τα δεδομένα στην εστίαση και στην φιλοξενία, όπου δραστηριοποιούμαι. Πιστεύω πως, στο επίκεντρο της μετά-κορονοϊού εποχής, θα βρίσκεται η παροχή ποιοτικών υπηρεσιών, σε συνδυασμό με την υγειονομική ασφάλεια και την υιοθέτηση πράσινων πολιτικών», αναφέρει ο ιδιοκτήτης του Hotel Olympus, Θανάσης Κατέλας.

### «Η ΠΙΟ ΔΥΣΚΟΛΗ ΠΕΡΙΟΔΟΣ»

Σε ό,τι αφορά στις επιπτώσεις της πανδημίας στη λειτουργία του ξενοδοχείου, ο ίδιος σχολιάζει πως «είναι η πιο δύσκολη στιγμή στην επιχειρηματική μου πορεία, καθώς μετά από 10 χρόνια συνεχούς λειτουργίας, έκλεισε».



### «ΜΑΘΑΙΝΩ ΠΡΑΣΙΝΕΣ ΠΟΛΙΤΙΚΕΣ»

Αναφερόμενος στο πρόγραμμα Future Loading, ο κ. Κατέλας υπογραμμίζει πως «πρόκειται για ένα σημαντικό πρόγραμμα και είναι ευκαιρία για εμένα, προκειμένου

να μάθω τρόπους εφαρμογής πράσινων πολιτικών στην επιχείρησή μου».

### NINEMIA: ΘΕΜΑΤΙΚΟ ΠΑΡΚΟ ΔΙΠΛΑ ΣΤΟ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΟ

Στις εναλλακτικές μορφές τουρισμού, επενδύει το συγκρότημα Ninemia Hotel στο Καρπενήσι. «Το Καρπενήσι είναι μια

αργά αναπτυσσόμενη τουριστική αγορά, υπάρχει χειμερινός τουρισμός, λόγω του χιονοδρομικού κέντρου, με την μορφολογία της περιοχής να την καθιστά ιδανική, για μια ήπια ανάπτυξη, εναλλακτικών μορφών τουρισμού.

Το σχέδιο περιλαμβάνει μια μικρή οικογενειακή μονάδα, με υψηλής ποιότητας παρεχόμενες υπηρεσίες, οικολογική, με προδιαγραφές ΑΜΕΑ, με δραστηριότητες στην φύση, για όλη την οικογένεια και προτροπή για άσκηση και επικοινωνία», αναφέρει η διοίκηση της Ninemia.

#### INFO-ΠΑΡΟΧΕΣ

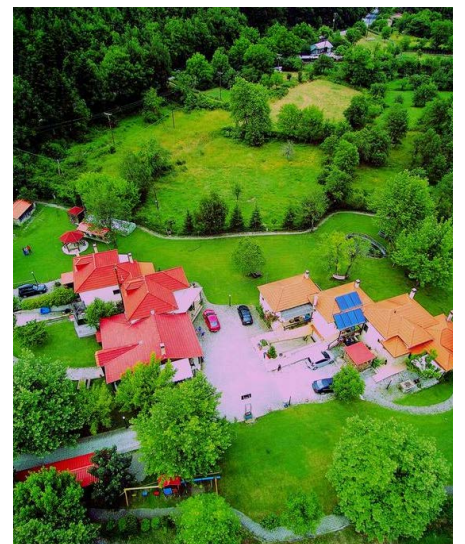
Κατοικίες  
Παιδότοπος  
Κήπος  
Παιδικές δραστηριότητες  
Καφετέρια  
Ξυλόφουρνο  
Παιδικές χαρές  
Τραμπολίνο  
Εγκαταστάσεις BBQ

### «ΘΕΜΑΤΙΚΟ ΠΑΡΚΟ...»

Η εταιρεία σχεδιάζει τα επόμενα βήματά της, βαδίζοντας στο δρόμο του παρελθόντος. Πρόσφατα, εγκαινιάστηκε το «The Newton Park», ένα καινοτόμο Edutainment concept, ακριβώς δίπλα στο ξενοδοχείο, σε ειδικά διαμορφωμένο χώρο, που έχει ως θέμα την επιστήμη της Φυσικής, με επιστημονικά διαδραστικά εκθέματα, παιχνίδια δεξιοτήτας αλλά και ψυχαγωγικά παιχνίδια για μικρούς και μεγάλους.

### ΓΙΑ ΤΟ FUTURE LOADING

«Το Future Loading είναι για μας, ο δρόμος. Τόσα χρόνια περιπλανιόμαστε σε άγνωστα μονοπάτια, που πολλές φορές ανοίγαμε μόνοι μας, μη γνωρίζοντας αν θα μας οδηγήσουν κάπου. Και τώρα, φτάσαμε σε ένα δρόμο που ανοίγεται πρεσβεύοντας όλα αυτά που πιστεύουμε, που τελικά υπάρχουν και άλλοι συνοδοιπόροι, και επιβραβεύεται η επιλογή μας να ακολουθήσουμε αυτή τη ζωή ! Γιατί η οικολογία είναι τρόπος ζωής», υπογραμμίζει η διοίκηση της εταιρείας.



• ΗΠΑ

## ΠΡΟΤΕΡΑΙΟΤΗΤΑ ΕΜΒΟΛΙΑΣΜΟΥ ΣΤΟ ΠΡΟΣΩΠΙΚΟ ΤΗΣ ΕΣΤΙΑΣΗΣ



Η εστίαση, αποτελεί έναν από τους κλάδους που έχουν περάσει την μεγαλύτερη κρίση, εξαιτίας της πανδημίας του κορονοϊού. Οι καταναλωτές φοβούνται να καταναλώσουν στα φυσικά καταστήματα, τα οποία μετρούν απώλειες τζίρου έως και 65%, συγκριτικά με το 2019. Ωστόσο, η εύρεση του εμβολίου έχει δημιουργήσει ένα κύμα αισιοδοξίας στους ιδιοκτήτες των επιχειρήσεων εστίασης, οι οποίοι θεωρούν, πως αργά αλλά σταδιακά, θα υπάρξει ανάκαμψη στον κλάδο. Τη σημασία ανάκαμψης του κλάδου της εστίασης, έχουν αναγνωρίσει σημαντικοί

πολιτειακοί παράγοντες των ΗΠΑ, ενώ η κυβέρνηση έθεσε σε «κατηγορία προτεραιότητας» τους εργαζόμενους στον κλάδο της εστίασης. Η κατάταξη στον πίνακα προτεραιότητας για το εμβόλιο κατά του Covid-19 που έχουν οι εργαζόμενοι στην εστίαση είναι 1c, ενώ αντίστοιχα:

- 1a, έχουν οι εργαζόμενοι στον κλάδο στο σύστημα υγείας και οι ηλικιωμένοι πάνω από 75 ετών
- 1b, οι εργαζόμενοι στα νοσοκομεία
- 1c, οι βασικοί εργαζόμενοι («essential workers»)

Σύμφωνα με την συμβουλευτική υπη-

ρεσία για τους εμβολιασμούς, στην «κατηγορία προτεραιότητας» εντάσσονται όσοι εργαζόμενοι έχουν άμεση επαφή με αρκετούς πολίτες, επομένως και οι εργαζόμενοι στην εστίαση. Πρόκειται στην ουσία για ικανοποίηση του αιτήματος της Ένωσης Εστιάτορων των ΗΠΑ, («National Restaurant Association»), η οποία είχε ζητήσει να εμβολιαστούν, κατά προτεραιότητα, οι εργαζόμενοι στον κλάδο, ώστε να αισθάνονται πιο ασφαλείς και οι ίδιοι και οι πελάτες των εστιατορίων.

Αμφίδρομη Επικοινωνία με την Αγορά στο [horecaopen@notice.gr](mailto:horecaopen@notice.gr)