



RAPID TEST

Surface Ag 2019-nCoV



ΓΡΗΓΟΡΟ ΤΕΣΤ ΕΠΙΦΑΝΕΙΩΝ ΓΙΑ ΤΟΝ COVID-19



- Ανιχνεύστε σε λίγα βήματα την παρουσία του ιού σε συσκευασίες τροφίμων, κοινές επιφάνειες και αντικείμενα
- Άμεσα αποτελέσματα σε 10 λεπτά
- Απλή μέθοδος, δεν απαιτείται εργαστηριακός εξοπλισμός

**Εντοπίστε εύκολα
και άμεσα
πιθανές εστίες
μόλυνσης!**

ΕΦΑΡΜΟΓΕΣ ΤΟΥ ΤΕΣΤ

Βιομηχανία Τροφίμων | Νοσοκομεία & Κλινικές | Κλάδος HORECA
Λιανεμπόριο | Δημόσιοι χώροι



PROGNOSIS
BIOTECH

ACCURACY THROUGH INNOVATION

www.prognosis-biotech.com | info@prognosis-biotech.com



• Ν. ΤΣΑΚΝΗΣ (THE BUTLER APP) Η ΕΦΑΡΜΟΓΗ MARKET PLACE ΓΙΑ ΤΙΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ ΕΣΤΙΑΣΗΣ

«Το The Butler App λειτουργεί ουσιαστικά σαν ένα market place, που μπαίνουν επιχειρήσεις HORECA, και οι καταναλωτές μπορούν να παραγγέλνουν μέσα στο κατάστημα που βρίσκονται ηλεκτρονικά, έχοντας στην οθόνη του κινητού τους το μενού. Βοηθά, πέρα από την εξυπηρέτηση των πελατών, μέσω της παραγγελιοληψίας και τον ηλεκτρονικό τιμοκατάλογο κάθε συμβεβλημένης επιχείρησης, στο να γνωρίσει η επιχείρηση καλύτερα τον πελάτη της. Τη στιγμή, που εξαιτίας της πανδημίας του κορωνοϊού όλα γίνονται απομακρυσμένα, δίνεται η δυνατότητα στην επιχείρηση να καταλάβει το προφίλ των πελατών της, όσον αφορά στις καταναλωτικές του συνήθειες και την πιστότητα του. Όταν ανοίξει η εστίαση θα είναι ένα χρήσιμο εργαλείο, για τις συμβεβλημένες επιχειρήσεις και τους καταναλωτές, οι οποίοι μπορούν να παραγγέλνουν χωρίς επαφή με τους υπαλλήλους, μέσω του app», δηλώνει στο Horeca Open, ο Νίκος Τσακνής, COO της The Butler App.

«ΕΠΕΚΤΑΣΗ ΣΤΗΝ ΑΘΗΝΑ»

«Έχουμε συνάψει συνεργασίες με καταστήματα εστίασης στη Θεσσαλονίκη και ξενοδοχεία. Έχουμε πελατολόγιο στην Εύ-

βοια, στη Χαλκιδική και στην Αθήνα, όπου δίνουμε μεγάλη έμφαση», αναφέρει ο Νίκος Τσακνής.

ΠΩΣ ΛΕΙΤΟΥΡΓΕΙ

Η εφαρμογή είναι διαθέσιμη σε iOS και Android. Ο καταναλωτής ανοίγει την εφαρμογή και βλέπει όλες τις επιχειρήσεις, που βρίσκονται κοντά του. Επιλέγει μια επιχείρηση, βλέπει το μενού και τον τιμοκατάλογο της και προσθέτει τα προϊόντα στο καλάθι. Η παραγγελία στέλνεται στο κατάστημα, όπου ένας υπάλληλος την ετοιμάζει και τη φέρνει στη θέση που κάθεται ο καταναλωτής μέσα στο κατάστημα. Σημειώνεται, πως το app παρέχει τις υπηρεσίες του στους καταναλωτές, δωρεάν.

ΕΥΝΟΕΙ Ο ΚΟΡΩΝΟΪΟΣ

Η πανδημία του κορωνοϊού ευνοεί την ανάπτυξη του app, καθώς πλέον όλο και περισσότερες επιχειρήσεις θέλουν να έχουν σε ηλεκτρονική μορφή τον κατάλογο και το μενού τους, ενώ η επαφή μεταξύ του προσωπικού μιας επιχείρησης και των καταναλωτών είναι μειωμένη, καθώς όπως αναφέρει ο κ. Τσακνής, «οι καταναλωτές φοβούνται την εξάπλωση του κορωνοϊού».

EDITORIAL

Προβλήματα και επενδύσεις μέσα στην κρίση

Η κατακόρυφη αύξηση των παραγγελιών μέσω delivery και take-out δεν είναι παροδικό φαινόμενο.

Ακόμα και σε αγορές, όπως των Ηνωμένων Πολιτειών, όπου τα εστιατόρια παραμένουν ανοιχτά και για dine in.

Και η τάση αυτή δεν φαίνεται να επιβραδύνεται.

Ήδη, στην άλλη πλευρά του Ατλαντικού, η ολοένα και υψηλότερη ζήτηση για γεύματα εκτός των εγκαταστάσεων των επιχειρήσεων εστίασης, έχει προκαλέσει προβλήματα στην εφοδιαστική αλυσίδα και στα αποθέματα των εστιατορίων.

Αποτέλεσμα;

Αυξημένα κόστη και διακυμάνσεις τιμών.

Πώς πρέπει να αντιδράσουν οι επιχειρηματίες;

Είτε πρόκειται για γάντια και προμήθειες υγιεινής, είτε για τη σωστή συσκευασία, που θα υποστηρίξει μια νέα εμπειρία για take-out και delivery, μπορούν να μειώσουν άλλου είδους δαπάνες και να κλείδωσουν τιμές σε αναγκαία αγαθά.

Προσοχή, όμως!

Η ποιότητα της συσκευασίας, που επιλέγετε, πρέπει να αντιστοιχεί στην ποιότητα του φαγητού, που πουλάτε.

Επενδύοντας σε υψηλότερης και πιο premium ποιότητας συσκευασία, σημαίνει ότι θα μπορέσετε να κάνετε τη διαφορά. Η σωστή συσκευασία μπορεί να σημαίνει τη διαφορά μεταξύ τραγανής και πανιασμένης τηγανητής πατάτας, μεταξύ ζεστού και κρύου φαγητού.

Το ζητούμενο, από την άλλη, είναι σε ποιο βαθμό οι πελάτες το αναγνωρίζουν όλο αυτό.

Όταν η αγορά στο delivery είναι σε μεγάλο βαθμό price driven, τότε και οι επιχειρηματίες δυσκολεύονται να επενδύσουν, ώστε να κάνουν τη διαφορά.

Από την άλλη, όμως, πλευρά, η επένδυση αυτή, συνοδευόμενη από το κατάλληλο marketing, θα προσελκύσει κοινό, το οποίο αναζητά και μπορεί να πληρώσει το ποιοτικό προϊόν.

Ειδικά μέσα στην κρίση, αν δεν επενδύσεις, δεν επιβιώνεις.

Νεκτάριος Β. Νώτης
nectarios@notice.gr



• **ΕΣΤΙΑΣΗ**

ΕΝΙΣΧΥΕΤΑΙ Η ΣΤΗΡΙΞΗ ΣΤΟΝ ΚΛΑΔΟ. ΤΑ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΑ ΠΟΥ ΕΡΧΟΝΤΑΙ ΚΑΙ ΤΑ ΣΧΕΔΙΑ ΤΟΥ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΟΥ ΕΠΙΤΕΛΕΙΟΥ

Ακόμα περισσότερη στήριξη στους κλάδους της αγοράς, οι οποίοι παραμένουν κλειστοί, μεταξύ των οποίων και η εστίαση, σχεδιάζει να δώσει το οικονομικό επιτελείο της κυβέρνησης.

Στα όσα έχει ήδη προαναγγείλει ο υπουργός Οικονομικών, Χρήστος Σταϊκούρας, έρχονται να προστεθούν απόλυτα ασφαλείς πληροφορίες του HORECA OPEN, σύμφωνα με τις οποίες αναμένονται προσαρμογές στα κριτήρια υπαγωγής στον πέμπτο κύκλο επιστρεπτέας προκαταβολής, ειδικά για τις επιχειρήσεις που παραμένουν κλειστές. Στόχος είναι να πάρουν μεγαλύτερες ενισχύσεις αυτή την περίοδο, ώστε να αποφευχθούν στο μέγιστο δυνατό βαθμό λουκέτα στον κλάδο.

Οι ίδιες πληροφορίες αναφέρουν ότι μέσα στην επόμενη εβδομάδα θα αρχίσει η διαδικασία των πληρωμών των δικαιούχων.

ΤΑ ΧΡΗΜΑΤΟΔΟΤΙΚΑ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΑ

Ταυτόχρονα, το οικονομικό επιτελείο εκτιμά ότι το αργότερα έως τα τέλη Φεβρουαρίου θα είναι σε θέση να τρέξει -σε συνεργασία με τον τραπεζικό τομέα- το νέο εργαλείο χρηματοδότησης, που θα απευθύνεται σε μικρές και πολύ μικρές επιχειρήσεις. Πρόκειται για δάνειο, που θα εγγυάται το ελληνικό Δημόσιο σε ποσοστό 90%. Ακριβώς λόγω της υψηλής εγγύησης, που εξασφαλίζει το κράτος, εκτιμάται ότι θα μπορέσει να αξιοποιηθεί από τουλάχιστον 9.000 πληττόμενες επιχειρήσεις, εάν το ανώτατο όριο χορηγήσεων ανέλθει σε €50 χιλ. Ο αριθμός των δικαιούχων θα ξεπεράσει τους 15.000, αν το όριο περιοριστεί στα €30 χιλ.

ΣΤΟ ΕΠΙΚΕΝΤΡΟ Η ΕΣΤΙΑΣΗ

Η εστίαση αναμένεται να είναι μεταξύ των επιλέξιμων ΚΑΔ, ακόμη όμως δεν έχουν καθοριστεί οι ακριβείς όροι για τη συμμετοχή στο νέο χρηματοδοτικό εργαλείο. Οι επιχειρήσεις εστίασης μπορούν ήδη να καταθέσουν αίτηση για την ένταξή τους σε κάποιο από τα τρία προγράμματα του Αναπτυξιακού Νόμου, που βρίσκονται σε εξέλιξη. Ειδικότερα:

Γενική Επιχειρηματικότητα, το οποίο απευθύνεται σε επιχειρήσεις κάθε νομικής μορφής, ανεξαρτήτως μεγέθους. Το ελάχιστον επιλέξιμο ύψος χρηματοδότησης ορίζεται μεταξύ €50-€500 χιλ. Το πρόγραμμα λήγει 31 Μαρτίου.

Επιχειρηματικότητα Μικρών και Πολύ Μικρών Επιχειρήσεων, με προϋπολογισμό €205 εκατ. Απευθύνεται σε επιχειρήσεις, που απασχολούν λιγότερους από 50 εργαζομένους και ο τζίρος τους δεν υπερβαίνει τα €10 εκατ. Το ελάχιστο επιλέξιμο ύψος είναι €100 -€150 χιλ. και η προθεσμία λήγει στις 31 Μαρτίου.

Ενισχύσεις Μηχανολογικού Εξοπλισμού, που αφορά σε αρχική επένδυση. Η προθεσμία λήγει στις 30 Σεπτεμβρίου.

HORECAOPINION

State Aid

Στο εξωτερικό υπάρχει ο όρος State aid. Δηλαδή η παρέμβαση του κράτους σε έκτακτες περιπτώσεις, είτε φτώχειας, είτε ύφεσης, είτε χρηματοδότησης projects. Στη χώρα μας ονομάζεται κρατική παρέμβαση και είναι απαραίτητη σε συνθήκες ακραίας ύφεσης και απορρύθμισης της αγοράς. Εν ολίγοις, η κρατική παρέμβαση είναι απαραίτητη στις δύσκολες στιγμές που ζούμε, για να στηρίξει τους κλάδους, που υφίστανται την μεγαλύτερη πίεση. Ένας τέτοιος κλάδος είναι η εστίαση, η οποία έχει πληγεί περισσότερο από κάθε άλλον κλάδο εξαιτίας του παρατεταμένου λουκέτου. Ναι, το κράτος στηρίζει μέσω διάφορων προγραμμάτων, όπως είναι η επιστρεπτέα προκαταβολή, η μείωση του ενοικίου και τα δάνεια του ΤΕΠΙΧ. Ωστόσο, αυτές οι παρεμβάσεις στοχεύουν στο παρόν. Στο μέλλον; Ο κλάδος αλλάζει και θα ανοίξει σε μία νέα πραγματικότητα. Πού είναι λοιπόν τα επιδοτούμενα προγράμματα, για ενίσχυση των ψηφιακών δυνατοτήτων επιχειρηματιών και εργαζομένων; Γιατί το κράτος δεν στηρίζει την διαρκή εκπαίδευση, για το νέο marketing που ξεκινά στην ηλεκτρονική εποχή, στη διαχείριση των e-shops και εν γένει τον ψηφιακό μετασχηματισμό των επιχειρήσεων του κλάδου; Αυτό το κενό έρχεται να καλύψει ο ιδιωτικός τομέας και η Coca Cola αποτελεί ένα τέτοιο παράδειγμα. Στο εξωτερικό η PepsiCo και η Starbucks ενισχύουν επίσης την αγορά μέσω προγραμμάτων κοινωνικής ευθύνης, που «τρέχουν». Είναι επαρκή αυτά τα προγράμματα σε Ελλάδα και εξωτερικό; Η απάντηση είναι πως είναι μια καλή αρχή, ωστόσο το κράτος πρέπει να ακολουθήσει....

Νικόλας Ταμπακόπουλος

nicolas@notice.gr

• **STARBUCKS**

ΕΠΕΝΔΥΕΙ \$100 ΕΚΑΤ. ΓΙΑ ΝΑ ΣΤΗΡΙΞΕΙ ΜΙΚΡΟΜΕΣΑΙΟΥΣ ΕΣΤΙΑΤΟΡΕΣ



Η Starbucks ανακοίνωσε πρόγραμμα εταιρικής κοινωνικής ευθύνης \$100 εκατ. Το πρόγραμμα αυτό εντάσσεται στο Starbucks Community Resilience Fund, το οποίο έχει στόχο να στηρίξει μικρές επιχειρήσεις στον κλάδο Horeca, καθώς επίσης και να ολοκληρώσει projects στις γειτονίες της ΒΙΡΟC. Πρόκειται για μία υποβαθμισμένη περιοχή, η οποία αποτελείται από 12 δήμους ανάμεσα σε πόλεις, όπως:

- Νέα Υόρκη
- Ατλάντα
- Νέα Ορλεάνη
- Λος Άτζελες
- Ουάσιγκτον

Η επένδυση αυτή αφορά στην ολοκλήρωση projects, που έχουν ξεκινήσει οι τοπικές αρχές, για τους άστεγους, στην ανανέωση των κοινωνικών δομών, αλλά κυρίως στην ενίσχυση των μικρομεσαίων επιχειρήσεων, που έχουν πληγεί από τον κορωνοϊό. Έχει καθεί περίπου το 60% του τζίρου των εστιατορίων, και μέσω αυτής της ενέργειας παρέχεται funding σε αυτές τις επιχειρήσεις, καθώς επίσης και παροχή συμβουλευτικών υπηρεσιών στον κλάδο, που αφορούν στις:

- Πωλήσεις
- Ψηφιακή μετάβαση
- Ηλεκτρονικές πωλήσεις
- Υγιεινή και ασφάλεια



«Τα Starbucks πάντα ήταν και θα είναι μια εταιρεία, που θέλει να συνεισφέρει στο κοινωνικό σύνολο. Μέσω της στήριξης του κλάδου HORECA και άλλων μικρομεσαίων επιχειρήσεων, στοχεύουμε στην ανάπτυξη του κλάδου σε αυτές τις δύσκολες στιγμές, που περνά εξαιτίας της πανδημίας του κορωνοϊού», δήλωσε σχετικά ο Kevin Johnson, Πρόεδρος και CEO της Starbucks.

ΠΩΣ ΘΑ ΛΕΙΤΟΥΡΓΗΣΕΙ

Η Starbucks προκειμένου να υλοποιήσει το φιλόδοξο πρόγραμμά της, θα συνεργαστεί με την Community Development Finance Institutions (CDFIs), η οποία διαχρονικά στηρίζει κοινότητες υποβαθμισμένες και επιχειρήσεις, που ανήκουν σε έγχρωμους ανθρώπους. Μέσω αυτού του σχήματος θα διοχετευτούν χρήματα στην αγορά, για τη στήριξη μικρομεσαίων επιχειρήσεων διαφόρων κλάδων, ανάμεσά στους οποίους είναι αυτοί της εστίασης και του κλάδου Horeca.

• HORECA OPINION

ΕΤΑΙΡΙΚΗ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗ ΕΥΘΥΝΗ ΚΑΙ ΨΗΦΙΑΚΟΣ ΜΕΤΑΣΧΗΜΑΤΙΣΜΟΣ

Του Παναγιώτη Καραλίβανου*

Στη χώρα μας δεν είναι πολλές οι εταιρείες που έχουν προχωρήσει σε έμπρακτη στήριξη του κλάδου Horeca. Ο κλάδος χρειάζεται τεχνογνωσία και κατευθύνσεις σε μία πολύ δύσκολη συγκυρία για αυτόν. Το πρόγραμμα της Coca Cola είναι ένα πρόγραμμα, που είναι ιδιαιτέρως χρήσιμο, για τους επιχειρηματίες και τους εργαζόμενους στον κλάδο της εστίασης. Η κρίση του κορωνοϊού δημιουργεί μια εντελώς διαφορετική εικόνα στην αγορά, με τον ψηφιακό μετασχηματισμό να επιταχύνεται. Όσες επιχειρήσεις εστίασης θέλουν να είναι ανταγωνιστικές είναι απαραίτητο να μετεξελιχθούν ψηφιακά, κάτι που πρωτοβουλίες, όπως αυτή της Coca Cola, συμβάλλουν στον μετασχημα-

τισμό της αγοράς. Βλέπουμε πως οι ηλεκτρονικές πωλήσεις, μέσω εφαρμογών ή e-shops, αποτελούν το μέλλον και το παρόν του κλάδου. Μόνο όσες επιχειρήσεις κάνουν χρήση των προγραμμάτων εταιρικής κοινωνικής ευθύνης και εκπαιδεύουν στη νέα πραγματικότητα, θα μπορέσουν να ανταποκριθούν στο νέο σύγχρονο και ανταγωνιστικό περιβάλλον του κλάδου της εστίασης. Στο εξωτερικό μεγάλες επιχειρήσεις, όπως αναδεικνύεται στο Horeca Open, έχουν ήδη προχωρήσει σε σημαντικές πρωτοβουλίες, που στοχεύουν στην ενίσχυση του κλάδου.



* CEO της Nheris

• PEPSICO

ΡΙΧΝΕΙ \$50 ΕΚΑΤ. ΓΙΑ ΤΗ ΣΤΗΡΙΞΗ ΤΟΥ ΚΛΑΔΟΥ HORECA

Εκτός από την Starbucks, μία ακόμη εταιρεία επενδύει στη στήριξη του κλάδου Horeca, προκειμένου αυτός να μετριάσει τις έντονες οικονομικές συνέπειες της πανδημίας του κορωνοϊού. Η PepsiCo διαθέτει πάνω από \$50 εκατ. λανσάροντας τέσσερα προγράμματα, που αποσκοπούν στη στήριξη των εστιατορίων και μικρομεσαίων επιχειρήσεων, που έχουν να αντιμετωπίσουν σημαντική πτώση των πωλήσεων εξαιτίας της COVID-19. Τα τέσσερα αυτά νέα προγράμματα αφορούν στα ακόλουθα:

- Συμβουλευτική σε επιχειρηματίες εστίασης
- Εκπαίδευση εργαζομένων
- Ενίσχυση του marketing
- Εκπαίδευση για τις διαδικτυακές πωλήσεις

Μέχρι σήμερα, περίπου 8 εκατ. εργαζόμενοι στον κλάδο της εστίασης έχουν μείνει χωρίς δουλειά, εξαιτίας των οικονομικών επιπτώσεων του κορωνοϊού. Σημειώνεται, πως ήδη στις ΗΠΑ περίπου 40 χιλ. καταστήματα έχουν ανακοινώσει, πως κατέβασαν μόνιμα ρολά, ενώ περίπου 1 στις 3 επιχειρήσεις υπάρχει κίνδυνος να κλείσει. Ο Scott Finlow, marketing officer της PepsiCo, δηλώνει πως, «η PepsiCo



στοχεύει στην ενίσχυση του χειμαζόμενου κλάδου της εστίασης. Σε αυτό το πλαίσιο επενδύουμε \$50 εκατ., καθώς ο κλάδος θα κάνει καιρό να συνέλθει από τις οικονομικές συνέπειες του κορωνοϊού. Η ανεργία αναμένεται να εκτιναχθεί στο μέλλον, ενώ αρκετές επιχειρήσεις βρίσκονται αντιμέτωπες με το φάσμα του λουκέτου. Μέσω των ενεργειών μας στοχεύουμε να συμβουλευόμαστε τους επιχειρηματίες, για το πως θα μπορέσουν να αντιμετωπίσουν τις οικονομικές συνέπειες του κορωνοϊού, καθώς επίσης και να αναπτυχθούν παρά την πανδημία. Άλλωστε στις δύσκολες καταστάσεις κρύβονται ευκαιρίες. Το ηλεκτρονικό εμπόριο, το marketing και η εφοδιαστική αλυσίδα, αποτελούν κλάδους, που μπορούν να προσφέρουν προστιθέμενη αξία στους επιχειρηματίες εστίασης και να τους βοηθήσουν να αναπτύξουν τις δραστηριότητές τους».

• 100% BROADCASTING ΤΑ ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ ΑΠΟ ΤΙΣ ΤΡΕΙΣ ΕΚΠΟΜΠΕΣ

Η Web TV, που δημιούργησε το 100% Hotel Show, ολοκλήρωσε το πρώτο εβδομαδιαίο 100% Broadcasting, συστήνοντας στο κοινό τις τρεις εκπομπές με τις οποίες προσφέρει εξειδικευμένο ενημερωτικό περιεχόμενο στους επαγγελματίες του τουρισμού.

Το 100% Broadcasting κάλυψε εξειδικευμένη θεματολογία και δημιουργική ανταλλαγή απόψεων, ενώ κατά τη διάρκεια των τριών πρώτων εκπομπών του, διερευνήθηκαν ζητήματα και προέκυψαν αξιόλογα και χρήσιμα συμπεράσματα, για τα ξενοδοχεία και την προετοιμασία τους, για την επερχόμενη τουριστική σεζόν.

100% TRENDS & INNOVATIONS

Το θέμα του πρώτου session ήταν, "Πώς επηρεάζεται η Αρχιτεκτονική και το Design των Χώρων Φιλοξενίας από τα νέα δεδομένα που δημιουργεί η πανδημία", και φιλοξένησε τους:

- Λουκά Μπομπότη (Bobotis+Bobotis Architects)
- Μαίρη Σφυράκη (ATN Constructions)
- Βασίλη Καραβά (Airtec)

Κατά τη διάρκειά του, δόθηκαν απαντήσεις στο γιατί πρέπει τα ξενοδοχεία να επενδύσουν σε μια ανακαίνιση και στο πώς μπορεί να γίνει αυτό, ιδιαίτερα εν μέσω των επιπτώσεων που δημιουργεί η COVID-19, προκειμένου να εξασφαλιστεί η ασφάλεια των επισκεπτών χωρίς να χαθεί η αίσθηση της φιλοξενίας και η χαρούμενη διάθεση, που (πρέπει να) συνοδεύει τις διακοπές.

100% HOSPITALITY PERSON

Καλεσμένος στο δεύτερο session ήταν ο Μιχάλης Τοανόγλου, Καθηγητής Τουρισμού SIHOM στο Πανεπιστήμιο Woosong στη Νότια Κορέα. Η εκπομπή ασχολήθηκε με την πολυδιάστατη επαγγελματική του διαδρομή στον χώρο του τουρισμού και διερεύνησε τον ρόλο, που αυτή διαδραμάτισε στις σημερινές του απόψεις, για τρέχοντα ζητήματα, που επηρεάζουν το εγχώριο τουριστικό προϊόν, όπως το Destination Management Organization (DMO) και η τουριστική εκπαίδευση στην Ελλάδα.

100% TOURISM DESTINATIONS

Οι οικοδεσπότες του τρίτου session, Δημήτρης Αντωνάκος (Demand Fairs & Media) και Δημήτρης Βασιλείου (Flatod-19), υποδέχθηκαν την Πρόεδρο



του ΕΟΤ, Αντζελα Γκερέκου, η οποία περιέγραψε όσα έχουν ήδη γίνει και όσα σχεδιάζονται για τον ελληνικό τουρισμό και τη διαχείριση προορισμών, τονίζοντας την ανάγκη για προετοιμασία του κλάδου, για τη νέα χρονιά με θετική ματιά, καθώς και τον Πρόεδρο της ΠΟΞ, Γρηγόρη Τάσιο, που αναφέρθηκε στα πρακτικά ζητήματα, που προκύπτουν στον κλάδο της ξενοδοχίας λόγω του COVID-19 και στο πώς μπορούν να αντιμετωπιστούν, ενώ ενημέρωσε το κοινό, για τις σκέψεις της κυβέρνησης, που αφορούν στην εξειδικευμένη εκπαίδευση του προσωπικού ξενοδοχείων.

• COCA-COLA ΤΡΙΑ ΈΨΙΛΟΝ ΟΙ ΔΡΑΣΕΙΣ ΤΗΣ ΕΤΑΙΡΕΙΑΣ ΓΙΑ ΣΤΗΡΙΞΗ ΤΗΣ ΕΣΤΙΑΣΗΣ

Τα δεδομένα που διαμόρφωσε η πανδημία έδωσαν στην πολιτεία, τις εταιρείες και τους πολίτες την ευκαιρία να ενωθούν, για ένα κοινό σκοπό και ανέδειξαν σημαντικές αρετές και αξίες, που μας επιτρέπουν να αισιοδοξούμε για ένα καλύτερο μέλλον.

«Στην Coca-Cola Τρία Έψιλον βρισκόμαστε στο επίκεντρο ενός οικοσυστήματος εταιρειών με σημαντικό αποτύπωμα, με χιλιάδες προμηθευτές, συνεργάτες και πελάτες, υποστηρίζοντας άμεσα και έμμεσα πάνω 40.000 θέσεις εργασίας. Από την πρώτη στιγμή της κρίσης λοιπόν, το βλέμμα μας υπήρξε σταθερά στραμμένο στην υποστήριξη της αγοράς και του κλάδου HoReCa και το χτίσιμο της «επόμενης ημέρας», για τη χώρα και την οικονομία γενικότερα», δηλώνουν πηγές της εταιρείας στο Horeca Open.

YOUTH EMPOWERED

«Καθώς ο κλάδος του HoReCa δέχεται ένα ισχυρό πλήγμα με τα ποσοστά ανεργίας να αυξάνονται, ιδιαίτερα ανάμεσα στους νεότερους ηλικιακά επαγγελματίες, θέλαμε να τους στηρίξουμε και να τους να δώσουμε περισσότερες μελλοντικές επιλογές. Στο πλαίσιο αυτό, το 2020 διευρύνουμε και αναπροσαρμόσαμε το πρόγραμμα απασχολησιμότητας Youth Empowered με την προσθήκη της ενότητας HoReCa Edition που σχεδιάστηκε ειδικά, για να ενδυναμώσει τους επαγγελματίες του κλάδου, προσφέροντάς τους νέες, διευρυμένες δεξιότητες, μέσω upskilling & reskilling», σημειώνουν οι ίδιες πηγές.

Η ΣΥΜΜΕΤΟΧΗ

«Η πρώτη ενότητα εκπαιδεύσεων του προγράμματος υλοποιήθηκε με δωρεάν συμμετοχή, για 560 νέους από τον κλάδο του HoReCa, που είχαν την ευκαιρία να ζήσουν ένα τριήμερο με πλούσιο περιεχόμενο, σύγχρονες θεματικές, διαδραστικά workshops και ενδιαφέρουσες συζητήσεις, ενώ έμπειρα στελέχη από την αγορά εργασίας ήταν εκεί, ως μέντορες, για να τους καθοδηγήσουν. Τα digital σεμινάρια πραγματοποιήθηκαν με στρατηγικό συνεργάτη την Worklathon, που εξειδικεύεται στην απασχόληση στον κλάδο του τουρισμού και της εστίασης, και την υποστήριξη του Foundation. Στόχος ήταν να προσφέρουν στους συμμετέχοντες νέες δεξιότητες, μέσω upskilling και reskilling, ώστε να κάνουν το επόμενο επαγγελματικό τους βήμα στον κλάδο του HoReCa, ή σε όποιον άλλο κλάδο τους ενδιαφέρει.

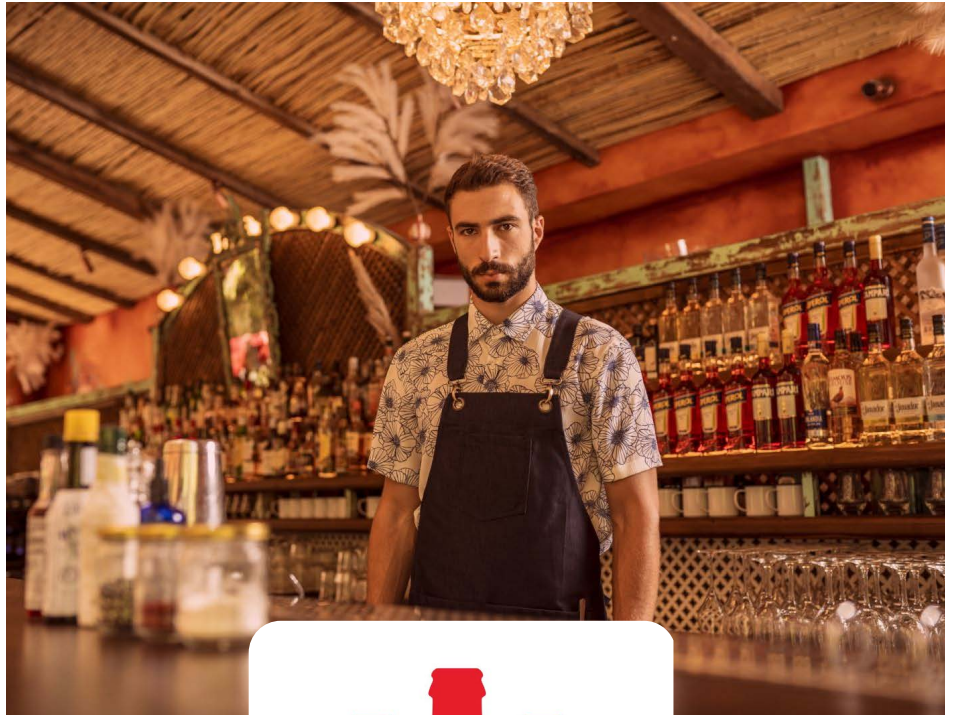
Επιπλέον των σεμιναρίων, το Youth Empowered: The HoReCa Edition, πρόσφερε:

- 10 υποτροφίες Bartending από την Barphilosophy, για τους νέους που θέλουν να ασχοληθούν με τον κλάδο και τους bartenders, που θέλουν να βελτιώσουν τις ικανότητες τους
- 2 υποτροφίες για Front-End Software Development από το εκπαιδευτικό πρόγραμμα Tech Academy του Foundation, για τους νέους που επιθυμούν να εργαστούν στον τομέα της πληροφορικής»,

συμπληρώνουν οι ίδιες πηγές.

RE-OPENING ΤΟΥ ΚΛΑΔΟΥ

«Επιπλέον, με στοχευμένες εκπαιδεύσεις και πρακτικές λύσεις, για την επιτυχημένη προσαρμογή των επιχειρήσεων στη νέα πραγματικότητα, το Youth Empowered: The HoReCa Edition, υποστήριξε δυναμικά το πρώτο re-opening του κλάδου το 2020. Από τις πρώτες μέρες της επαναλειτουργίας των καταστημάτων καφεστίασης και των εστιατορίων, διοργανώθηκαν μια σειρά από αποκλειστικά webinars για τους πελάτες της Coca-Cola Τρία Έψιλον σε επίκαιρες θεματικές, όπως η εφαρμογή των νέων πρωτοκόλλων υγιεινής και ασφάλειας, η εξυπηρέτηση πελατών στη



«Νέα Κανονικότητα» και η στρατηγική χρήση των κοινωνικών δικτύων. Από το 2017, η Coca-Cola Τρία Έψιλον στηρίζει τα όνειρα της νέας γενιάς με το YOUTH EMPOWERED, το πιο ευρύ και δωρεάν πρόγραμμα ενίσχυσης απασχολησιμότητας του ιδιωτικού τομέα στην Ελλάδα. Έχοντας βοηθήσει περισσότερους από 20.000 νέους, το πρόγραμμα εξελίσσεται διαρκώς, με στόχο να δώσει στους νέους της χώρας μας ενδυνάμωση, ώθηση και καθοδήγηση, για να κάνουν τη δική τους κίνηση για το μέλλον», επισημαίνουν οι ίδιες πηγές.

ΤΟ FUTURE LOADING

«Το Future Loading αποτελεί μία κοινωνική, συνεργατική πρωτοβουλία, που πραγματοποιεί η Coca-Cola στην Ελλάδα (Coca-Cola Hellas & Coca-Cola Τρία Έψιλον), μαζί με το Ίδρυμα Μποδοσάκη και την υποστήριξη σημαντικών εταιρειών και οργανισμών. Το πρόγραμμα στοχεύει στη στήριξη των μικρών επιχειρήσεων και την ενίσχυση της απασχόλησης στον κλάδο καφεστίασης και φιλοξενίας (Ho.Re.Ca.), προσφέροντας σύγχρονες εκπαιδεύσεις και εργαλεία, που βοηθούν τις μικρές επιχειρήσεις να ανταπεξέλθουν στην τρέχουσα κατάσταση, ενώ παράλληλα κάθε επιχείρηση έχει τη δυνατότητα να επιλέξει εκείνα τα εργαλεία, που ανταπο-

κρίνονται καλύτερα στις ανάγκες της, με βάση το προφίλ και τη δραστηριότητά της.

Πιο συγκεκριμένα, το πρόγραμμα εστιάζει στους παρακάτω τομείς:

- Ενίσχυση του ψηφιακού μετασχηματισμού
- Διαφημιστική προβολή & προσέλκυση πελατών
- Βιώσιμη ανάπτυξη και υιοθέτηση των αρχών Κυκλικής Οικονομίας & Ανακύκλωσης»,

σχολιάζουν οι ίδιες πηγές.

ΤΟ SAVE ONE SEAT

«Στο πλαίσιο της ευρύτερης στήριξης του κλάδου της εστίασης, η εταιρεία συνεργάζεται με τον διεθνή μη κερδοσκοπικό οργανισμό Global Shapers, μία πρωτοβουλία του World Economic Forum και ενισχύει την πλατφόρμα Save One Seat. Στόχος της πλατφόρμας είναι να φέρει κοντά τους καταναλωτές στα αγαπημένα τους εστιατόρια, καφέ και bar, βοηθώντας τους να τα στηρίξουν πρακτικά, και να συμβάλλουν στην ενίσχυση της πληρότητας των καταστημάτων εστίασης και στην άμεση στήριξη της ρευστότητάς τους, επιβραβεύοντας τους πελάτες, που στηρίζουν τα καταστήματα με μοναδικές προσφορές σε προϊόντα της Coca-Cola Τρία Έψιλον», καταλήγουν οι ίδιες πηγές.



Αμφίδρομη Επικοινωνία με την Αγορά στο horecaopen@notice.gr