



Μαγειρεύουμε

à la minute

**με ζυμαρικά γρήγορου βρασμού
*espressi***



Πέννες ριγέ
έτοιμες σε
4 λεπτά

Spaghetti
έτοιμα σε λιγότερο
από **2 λεπτά**



Φρεσκομαγειρεμένη μακαρονάδα! Δώστε στους πελάτες σας το πιάτο που πραγματικά τους αξίζει μέσα σε λίγα μόλις λεπτά.

Πείτε τέλος στα προβρασμένα ζυμαρικά και επιλέξτε τα **ζυμαρικά γρήγορου βρασμού *espressi* ΗΛΙΟΣ**. Χάρη στο πάχος και το σχήμα τους, τα *espressi* απορροφούν αποτελεσματικότερα το νερό κατά το μαγείρεμα με αποτέλεσμα τα spaghetti να είναι έτοιμα σε λιγότερο από 2 λεπτά και οι πέννες σε μόνο 4 λεπτά.

Εμπλουτίστε τις επιλογές στον κατάλόγό σας με τα **βραβευμένα με δύο αστέρια ανώτερης γεύσης βιολογικά spaghetti *espressi*** και απογειώστε τις συνταγές σας χωρίς εκπτώσεις στην ποιότητα, δίχως να χρειάζεται να κάνετε προετοιμασίες από την προηγούμενη.



ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΑ ΖΥΜΑΡΙΚΩΝ

Τηλ: (+30) 210 2840140 - 7 | E-mail: welcome@heliospasta.gr
www.heliospasta.gr | [f/heliospasta](https://www.facebook.com/heliospasta)





HORECA. OPEN

Powered by
FnB Daily

ΤΟ ΑΠΟΛΥΤΟ NEWSLETTER
ΓΙΑ ΤΟΝ ΚΛΑΔΟ HORECA.



Με την υποστήριξη της πρωτοβουλίας ΕΛΛΑ-ΔΙΚΑ ΜΑΣ

Παρασκευή 29 Ιανουαρίου 2020 ΤΕΥΧΟΣ #27



• POLLO CAMPERO

ΛΑΝΣΑΡΕΙ ΤΟ... «ΨΗΦΙΑΚΟ ΤΡΑΠΕΖΙ» ΑΝΑΒΑΘΜΙΖΟΝΤΑΣ ΤΟ DINE-IN

Η γνωστή αλυσίδα στις ΗΠΑ με τα περίφημα κοτόπουλα, Pollo Campero, ανανεώνει την εμπειρία των καταναλωτών στον εσωτερικό της χώρο, με έναν σχεδιασμό, που αναμένεται να ολοκληρωθεί έως το τέλος του πρώτου τριμήνου του 2021. Η πανδημία του κορωνοϊού έχει αλλάξει τις καταναλωτικές συνήθειες, με τους καταναλωτές να επιθυμούν όσο το δυνατόν λιγότερη φυσική επαφή με τους υπαλλήλους των καταστημάτων. Η απάντηση στη νέα αυτή τάση είναι ο ψηφιακός μετασχηματισμός, που για να τον πετύχουν οι μεγάλες επιχειρήσεις εστίασης, δαπανούν μεγάλα ποσά.

ΠΩΣ ΛΕΙΤΟΥΡΓΕΙ

Η Pollo Campero, μέσω του «ψηφιακού τραπέζιού» που λανσάρει, προσφέρει στους καταναλωτές έναν νέο τρόπο παραγγελιοληψίας, χωρίς επαφή. Οι καταναλωτές παραγγέλνουν ψηφιακά από το τραπέζι που κάθονται και το φαγητό το παραλαμβάνουν από το ταμείο, χωρίς καμία επαφή. «Πρόκειται για μία υπηρεσία που

προσφέρεται, προκειμένου να ενισχυθεί το αίσθημα ασφάλειας και προστασίας της υγείας. Οι καταναλωτές πιστεύουμε ότι θα αγκαλιάσουν την προσπάθεια», σημειώνει η εταιρεία σε ανακοίνωσή της.

ΜΕ QR CODE

Οι επισκέπτες των εστιατορίων θα σαρώσουν τον κωδικό QR του τραπέζιού τους και θα δουν το μενού ηλεκτρονικά. Έπειτα υποβάλλουν την παραγγελία τους στο διαδίκτυο και επιλέγουν το φαγητό. «Η πανδημία μας ώθησε να σχεδιάσουμε ξανά την εμπειρία φαγητού των επισκεπτών μας, και η τεχνολογία, όπως τα μενού QR χωρίς χαρτί, αποδείχτηκε ότι ήταν ο τρόπος αντιμετώπισης πολλών ανησυχιών των καταναλωτών», δήλωσε ο CEO και COO της Campero USA, Luis Javier Rodas. Η εταιρεία ιδρύθηκε στη Γουατεμάλα το 1971 με την επωνυμία Pollo Campero, η οποία προσέφερε (και συνεχίζει να προσφέρει) φρέσκο κοτόπουλο. Πλέον, έχει περισσότερα από 350 εστιατόρια σε όλο τον κόσμο.

EDITORIAL

Ανοιχτά και ψηφιακά

Οι ψηφιακές αλλαγές είναι δεδομένες και στην εστίαση.

Όπως δεδομένο είναι και το γεγονός ότι έχουμε ακόμα δρόμο για να μπορέσει ο κλάδος HORECA να λειτουργήσει πλήρως. Τι σημαίνει αυτό;

Ότι οι ψηφιακές επενδύσεις είναι μονόδρομος για όλες τις επιχειρήσεις του κλάδου. Για αυτό και εμείς, στο HORECA OPEN, επιχειρούμε να συμβάλλουμε προς τη συγκεκριμένη κατεύθυνση, μέσα από case studies του εξωτερικού και διατηρώντας ζωντανό τον διάλογο με την επιχειρηματική κοινότητα.

Διότι πρέπει όλοι να είναι έτοιμοι και σωστά προετοιμασμένοι, ώστε και να λειτουργήσουν με τις κατάλληλες προσαρμογές, όταν ανοίξει ο κλάδος, αλλά και να αυξάνουν τον τζίρο τους μέσα στο lockdown.

Προσοχή!

Το HORECA OPEN απευθύνεται στους υγιείς εκείνους επιχειρηματίες, οι οποίοι και εφαρμόζουν τα μέτρα, όταν λειτουργούν με τους γνωστούς περιορισμούς, και επιδιώκουν να ανοίξουν ξανά, όταν το επιτρέψουν οι συνθήκες.

Σε όσους, δηλαδή, ξέρουν ότι πρέπει διαρκώς να προσαρμόζονται στα δεδομένα του περιβάλλοντός τους και κάνουν ό,τι είναι δυνατό για να μαζέψουν και το τελευταίο ευρώ.

Το HORECA OPEN ΔΕΝ απευθύνεται στους «επιχειρηματίες», οι οποίοι θέλουν και να μη χάσουν τα μαγαζιά τους, και να συνεχίσει το κράτος να τους στηρίζει (που ορθώς αυτό συμβαίνει όταν τους επιβάλλεται το λουκέτο), αλλά και να αυξάνεται αυτή η στήριξη, χωρίς αυτοί να κάνουν το παραμικρό για να κρατούν την επιχείρησή τους ζωντανή, σύγχρονη και βιώσιμη.

Νεκτάριος Β. Νώτης
nectarios@notice.gr

• **FOOD TECH STORIES**

Ο ΨΗΦΙΑΚΟΣ ΜΕΤΑΣΧΗΜΑΤΙΣΜΟΣ ΤΗΣ ΕΣΤΙΑΣΗΣ

Του Νίκου Δαδίτσιου*

«Η μη έγκαιρη ενσωμάτωση στην ψηφιακή οικονομία», είναι ο κύριος λόγος, για τον οποίο, σχεδόν οι μισές εταιρείες του Fortune 500 εξαφανίστηκαν από το 2000. Σήμερα περισσότερο από ποτέ, η ψηφιοποίηση της επιχείρησής σας είναι μια θεμελιώδης και επείγουσα αναγκαιότητα, προκειμένου να της δώσετε πηγές εισοδήματος και νέες ευκαιρίες δημιουργίας αξίας. Ο τεχνολογικός μετασχηματισμός ακούγεται όλο και πιο συχνά ως φράση-κλειδί στο χώρο των επιχειρήσεων και για τους μεγαλύτερους σε ηλικία ιδιοκτήτες, οι οποίοι έχουν συνηθίσει να διευθύνουν την επιχείρησή τους με παλιομοδίτικο τρόπο, ηχεί παράξενα. Όμως αν γίνει σωστά, η ψηφιοποίηση μπορεί να βοηθήσει στη βελτίωση όλων των διαδικασιών λειτουργίας της επιχείρησής σας, στη βελτίωση της ποιότητας των παρεχόμενων υπηρεσιών της και στην προώθηση της συνέπειας.

ΧΡΟΝΟΣ, ΕΠΕΝΔΥΣΕΙΣ, ΥΠΟΜΟΝΗ

Ορισμένες εταιρείες θεωρούν τον ψηφιακό μετασχηματισμό μια δαπανηρή και περιττή αλλαγή. Και δεν μπορείτε να τους κατηγορήσετε για αυτό, καθώς η διαδικασία απαιτεί χρόνο, επένδυση και υπομονή. Ειδικά οι ιδιοκτήτες εστιατορίων είναι συχνά απρόθυμοι να το κάνουν. Αλλά ποτέ δεν έκαναν περισσότερο λάθος. Τα εστιατόρια δεν μπορούν και δεν πρέπει να αγνοήσουν την ψηφιακή οικονομία. Για αυτούς, η ψηφιακή μετάβαση σημαίνει να ανοίξουν έναν κόσμο ατελείωτων επιχειρηματικών ευκαιριών και να αλλάξουν ολόκληρη την επιχειρηματική λογική τους. Μεταξύ των πιο αποτελεσματικών ψηφιακών εργαλείων, είναι οι υπηρεσίες παράδοσης, τα κοινωνικά μέσα και η αναδυόμενη τεχνολογία.



ΟΙ ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ DELIVERY

Έτσι, οι υπηρεσίες παράδοσης ή αλλιώς Delivery όπως συνηθίζουμε να τις αποκαλούμε, όπως η Wolt και το E-food, είναι το πιο προφανές και απαραίτητο βήμα, εάν θέλετε να ζωντανέψετε την επιχείρησή σας, μιας και σας βοηθούν να προσελκύσετε το κοινό-στόχο σας και να συνδεθείτε με νέους επισκέπτες. Ενωώ, σε ποιον δεν αρέσει να χαλαρώνει σε έναν καναπέ με υπέροχο φαγητό, που παραδίδεται απευθείας στο κατώφλι του;

Η ΚΟΙΝΩΝΙΚΗ ΔΙΚΤΥΩΣΗ

Όσον αφορά στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης, δεν είναι καν επιλογή τώρα. Αποτελεί πρωταρχικό μέρος της στρατηγικής μάρκετινγκ της επιχείρησής σας σήμερα. Τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης είναι ένας μεσάζων, που σας συνδέει με τους πελάτες σας και ενισχύει την προβολή σας. Ωστόσο, αυτά δεν είναι τα κύρια προνόμια της ψηφιακής προσέγγισης. Η ψηφιακή οικονομία δεν αφορά μόνο πλατφόρμες, κοινωνικά μέσα και αναδυόμενες τεχνολογίες. Μας επιτρέπει να μετατρέψουμε την επιχείρησή μας από ένα εστιατόριο σε ένα οικοσύστημα.

Ως οικοσύστημα, μπορούμε να προσφέρουμε στους επισκέπτες μας μια αξέχαστη εμπειρία. Οι άνθρωποι δεν πηγαίνουν σε εστιατόρια μόνο για να πάρουν κάτι να φάνε. Φυσικά, το φαγητό και τα πιάτα παραμένουν απαραίτητα, αλλά η συνολική εμπειρία, οι ιστορίες πίσω από τις συνταγές, έχουν γίνει πολύ πιο κρίσιμα τα τελευταία δύο χρόνια.

Και αυτό κάνει την επιχείρηση εστιατορίου μια εξαιρετική εμπειρία για μένα.

*Ο Νίκος Δαδίτσιος είναι Founder & CEO της Square 22 Ltd

HORECAOPINION

Δύο κόσμοι

Το σημερινό Horeca Open αναδεικνύει ένα θέμα επίκαιρο, που σχετίζεται άμεσα με το μέλλον του κλάδου της εστίασης. Αυτό δεν είναι άλλο από τον ψηφιακό μετασχηματισμό. Στο εξωτερικό μεγάλες αλυσίδες εστίασης έχουν μπει δυναμικά στις τεχνολογικές εξελίξεις. Έτσι λοιπόν, ηλεκτρονική παραγγελιοληψία, digital menu, software για τη διαχείριση των οικονομικών μιας επιχείρησης και αυτοματοποιημένα συστήματα στην κουζίνα, αποτελούν το παρόν και το μέλλον του κλάδου. Ο ένας κόσμος αποτελείται από επιχειρηματίες μεγάλων αλυσίδων, που δεν φοβούνται να πάρουν το ρίσκο και να επενδύσουν στη νέα τάση. Άλλωστε, θα αποζημιωθούν από τους καταναλωτές και μακροπρόθεσμα έχουν μόνο να κερδίσουν από αυτήν τους την επένδυση. Αυτός είναι ο ένας κόσμος. Ο άλλος κόσμος, που αφορά και στους περισσότερους επιχειρηματίες εστίασης στη χώρα μας, είναι πιο «σκοτεινός». Η θέληση υπάρχει για να επιταχυνθεί ο ψηφιακός μετασχηματισμός. Τα κεφάλαια όμως; Μπορούν οι μικρομεσαίες επιχειρήσεις να ακολουθήσουν τις εξελίξεις, την ίδια στιγμή που παλεύουν για την επιβίωσή τους; Η απάντηση είναι αρνητική. Και αυτό είναι κάτι που πρέπει να προβληματίσει την πολιτική ηγεσία. Απαιτούνται γενναίες αποφάσεις για επιδοτήσεις, προκειμένου να γίνει το ψηφιακό άλμα. Και σίγουρα, τα €5 χιλ. για e-shop, είναι μία βοήθεια. Αρκούν όμως; Σε ποιόν κόσμο θέλουμε ως χώρα να ανήκουμε;

Νικόλας Ταμπακόπουλος
nicolas@notice.gr

• **A. ΣΤΑΥΡΟΥ (KASTELORIZO GROUP)**

ΣΚΕΨΕΙΣ ΓΙΑ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΗ ΠΑΡΑΓΓΕΛΙΟΛΗΨΙΑ - ΑΥΞΗΣΗ DELIVERY

Το σημερινό Horeca Open αναδεικνύει το ζήτημα του ψηφιακού μετασχηματισμού, με γνωστές αλυσίδες του εξωτερικού να πρωταγωνιστούν, καθώς εγχώριες μικρομεσαίες επιχειρήσεις (που αποτελούν την πλειονότητα των εστιατορίων στη χώρα μας) αδυνατούν να ακολουθήσουν τη διεθνή τάση. Αντιθέτως, μεγάλες εταιρείες εστίασης, όπως η KastelORIZO Group, αναπτύσσονται και υιοθετούν τις διεθνείς τάσεις.

ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΗ ΠΑΡΑΓΓΕΛΙΟΛΗΨΙΑ

«Η αγορά διέρχεται κρίση. Εκτιμώ ότι, αρκετά καταστήματα εστίασης δεν θα ανοίξουν ποτέ, κάτι που μακροπρόθεσμα θα ευνοήσει όσους παραμείνουν ανοικτοί. Εμείς στην KastelORIZO Group, έχουμε επενδύσει στον ψηφιακό μετασχηματισμό. Ήδη, υπάρχει ηλεκτρονικό μενού που λειτουργεί με barcode, ενώ έχουμε e-shop, όπου αναλαμβάνουμε οι ίδιοι το delivery. Υπάρχουν σκέψεις να λανσάρουμε ηλεκτρονική παραγγελιοληψία, αλλά διστά-

ζουμε γιατί η επαφή του σερβιτόρου με τον πελάτη είναι απαραίτητη για τις παραγγελίες φαριών, καθώς ο κάθε πελάτης έχει τις δικές του προτιμήσεις», δηλώνει στο Horeca Open, ο ιδιοκτήτης της KastelORIZO Group, Αντώνης Σταύρου.

«ΑΥΞΗΣΗ DELIVERY»

«Το κανάλι του delivery έχει αυξητικές τάσεις. Οι παραγγελίες που λαμβάνουμε συνεχώς αυξάνονται, ενώ δεν περίμενα, τα καταστήματα στα αστικά κέντρα, να είχαν τόση δουλειά. Ωστόσο, η πώση αγγίζει το 70%. Μόνο 20-30% του συνολικού τζίρου, που θα πραγματοποιήσουν τα φυσικά καταστήματα, αντισταθμίζεται από το ηλεκτρονικό κανάλι πωλήσεων», εκτιμά ο κ.Σταύρου.

ΝΕΑ ΨΗΤΟΠΩΛΕΙΑ

Στα σχέδια της διοίκησης της εταιρείας ήταν και παραμένει η επέκταση των δραστηριοτήτων της με την ίδρυση νέων καταστημάτων. Ωστόσο, η πανδημία του κορωνοϊού έχει παγώσει-προς ώρας- τα σχέδια της.



INFO – KASTELORIZO GROUP

Καστελόριζο, Κηφισιά
Καστελόριζο Βάρκιζα
Ορίζοντες, Λυκαβηττός
Όμικρον, Κηφισιά
Ρακί Μεζέ, Καλλιθέα
Κ. Grill, Τζιτζιφιές
Mezze, Γλυφάδα
Ramino, Γλυφάδα
Κ. Grill, Βούλα
Ζουμπουρλού, Ψυρρή
Omnivore, Πλ. Αγίας Ειρήνης

• **N.ΚΟΥΤΟΥΖΗΣ**

(ΡΟΔΑΚΑΣ)

ΤΑ ΑΓΚΑΘΙΑ ΓΙΑ ΤΗΝ ΨΗΦΙΟΠΟΙΗΣΗ ΤΩΝ ΕΛΛΗΝΙΚΩΝ ΕΣΤΙΑΤΟΡΙΩΝ

Με αφορμή σημερινό ρεπορτάζ του Horeca Open, για τον ψηφιακό μετασχηματισμό που επιχειρείται σε αλυσίδες εστίασης, επικοινωνήσαμε με μικρομεσαία εστιατόρια. «Ο ψηφιακός μετασχηματισμός είναι απαραίτητος για τη νέα πραγματικότητα που ανατέλλει στην εστίαση. Πράγματι, μεγάλες επιχειρήσεις στο εξωτερικό προχωρούν με ηλεκτρονικούς πίνακες παραγγελιοληψίας και ηλεκτρονικά μενού. Κάτι που συμβαίνει και με μεγάλες αλυσίδες εστίασης στη χώρα μας, ωστόσο για το 90% των εστιατορίων, που είναι μικρομεσαίες επιχειρήσεις, δεν γίνεται να πραγματοποιηθεί ο εν λόγω μετασχηματισμός», σημειώνει στο Horeca Open, ο Νίκος Κουτουζής, ιδιοκτήτης του Ρόδακα.

«ΠΟΛΛΑ ΤΑ ΕΞΟΔΑ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗΣ»

«Αυτή τη στιγμή η συντριπτική πλειονότητα των εστιατορίων παλεύει για την επιβίωσή της. Αυτό έχει ως αποτέλεσμα να μην



υπάρχουν διαθέσιμα χρήματα για τον ψηφιακό μετασχηματισμό. Και αν θεωρήσουμε, πως ένα μικρομεσαίο εστιατόριο προχωρά σε ηλεκτρονικά μενού και ηλεκτρονική παραγγελιοληψία, τότε στα χρήματα που πρέπει να επενδύσει πρέπει να υπολογιστεί και το μεγάλο κόστος διαχείρισης των νέων αυτών τεχνολογιών», αναφέρει ο Νίκος Κουτουζής.

ΕΛΛΕΙΨΗ ΕΞΕΙΔΙΚΕΥΣΗΣ

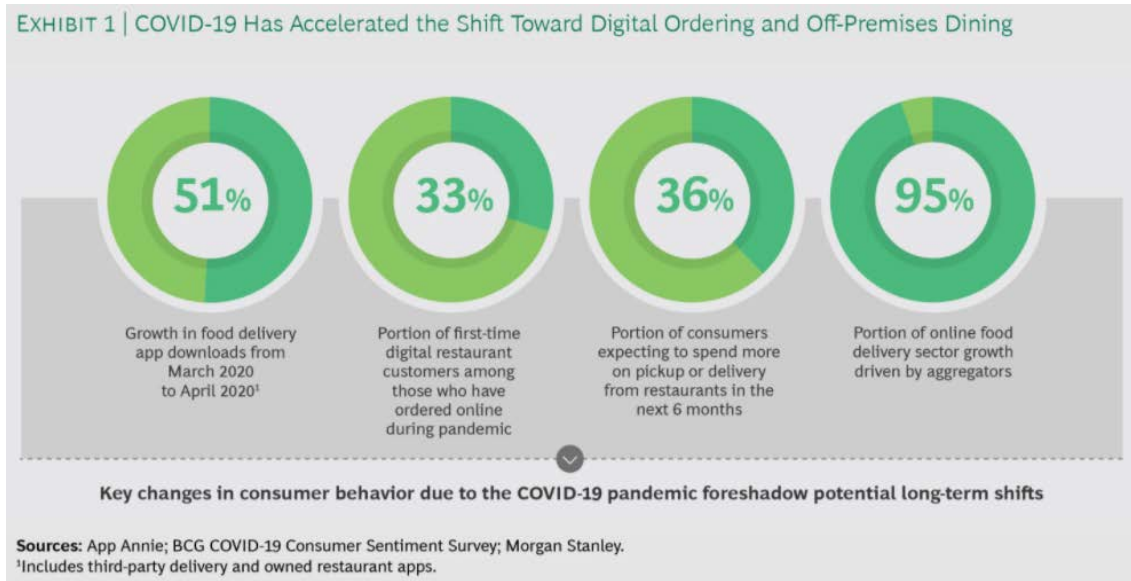
«Εκτός όμως από τα κεφάλαια στη χώρα μας δεν υπάρχει εξειδικευμένο προσωπικό, προκειμένου να προχωρήσει ο ψηφιακός μετασχηματισμός, ενώ όσοι έχουν τις απαραίτητες γνώσεις, εργάζονται για μεγάλες επιχειρήσεις εστίασης. Ο μικρομεσαίος επιχειρηματίας δύσκολα θα μπορέσει να ανταπεξέλθει στη νέα τάση», εκτιμά ο ίδιος.

«ΔΥΣΚΟΛΟ ΤΟ DELIVERY»

«Σε ό,τι αφορά τη σημερινή κατάσταση, αυτή είναι απλώς τραγική. Το delivery δεν καλύπτει τα βασικά έξοδα των περισσότερων επιχειρηματιών. Δεν αντισταθμίζει ούτε το 10% του χαμένου τζίρου, ενώ όσοι καταφεύγουν σε αυτή τη λύση, το κάνουν εξ'ανάγκης, για να διατηρήσουν ένα μέρος του τζίρου τους. Στις δυσκολίες του delivery πρέπει να προστεθεί το γεγονός, πως οι πλατφόρμες χρεώνουν, περίπου, 20% της κάθε παραγγελίας συν τα έξοδα, με βάση τα χιλιόμετρα», εξηγεί ο ίδιος.

• **BCG/ΕΣΤΙΑΣΗ**

\$100 ΔΙΣ. ΣΤΗΝ ΑΓΟΡΑ ΨΗΦΙΑΚΟΥ ΜΕΤΑΣΧΗΜΑΤΙΣΜΟΥ



Η πανδημία του κορωνοϊού έχει δημιουργήσει νέα δεδομένα στον κλάδο της εστίασης. Η πτώση της κατανάλωσης, τα λουκέτα που πολλαπλασιάζονται στην αγορά, η κερηκτική άνοδος του delivery, δημιουργούν νέα δεδομένα στην αγορά. Σύμφωνα με έρευνα της BCG, το 2021 θα είναι έτος ψηφιακού μετασχηματισμού του κλάδου της εστίασης. Περίπου \$100 δισ. θα πέσουν στην αγορά εστίασης, με απώτερο στόχο τον ψηφιακό μετασχηματισμό των αλυσίδων εστίασης. Η πανδημία του κορωνοϊού έχει αλλάξει τις καταναλωτικές συνήθειες, με τους καταναλωτές να αναζητούν τις ανέπαφες συναλλαγές, για λόγους δημόσιας υγείας και ασφάλειας.

ΠΟΣΟ ΘΑ ΑΥΞΗΘΟΥΝ

- Οι ψηφιακές παραγγελίες, σύμφωνα με την BCG, θα αυξηθούν 30% το 2021 και οι εταιρείες θα αναπροσαρμόσουν τη στρατηγική marketing, με στόχο να προσελκύσουν περισσότερους πελάτες. Εκτός, όμως, από το marketing οι τάσεις της αγοράς, για το 2021, σύμφωνα με την έρευνα, έχουν ως εξής:
- Ψηφιακός μετασχηματισμός
- Αυτόματοι σταθμοί παραγγελιοληψίας
- Ενίσχυση εμπειρίας drive through
- Ενδυνάμωση delivery
- Ολικός ανασχεδιασμός των καταστημάτων
- «Εξυπνοι» τρόποι εξυπηρέτησης του κοινού
- Ηλεκτρονικά μενού
- Software για την αυτόματη διαχείριση παραγγελιών και προμηθειών
- Αυτοματοποιημένα συστήματα στην κουζίνα
- Rebranding για πιο σύγχρονα brands

ΕΚΚΛΕΙΣΕ ΤΟ 20% ΤΩΝ ΕΣΤΙΑΤΟΡΙΩΝ

Σύμφωνα με την έρευνα, από τον Σεπτέμβριο του 2020 έχει κλείσει περίπου το 20% των εστιατορίων στις ΗΠΑ, ενώ πριν από τον Σεπτέμβριο έκλεισαν περίπου 100.000 επιχειρήσεις. Ωστόσο, όπως επισημαίνεται στην έρευνα υπάρχει μέλλον στον κλάδο. Γιατί όσοι αντέξουν και δεν κατεβάσουν ρολά, θα έχουν την ευκαιρία να προσεγγίσουν εκ νέου τους καταναλωτές, σε μία πίτα που θα αυξάνεται εξαιτίας των ηλεκτρονικών αγορών, αλλά θα έχει λιγότερες εταιρείες να ανταγωνίζονται, για την προτίμηση των καταναλωτών. Και αυτή η ευκαιρία είναι άμεσα συνυφασμένη με τον ψηφιακό μετασχηματισμό και την ενίσχυση των online αγορών από τους επιχειρηματίες, που δραστηριοποιούνται στην εστίαση.

Αμφίδρομη Επικοινωνία με την Αγορά στο horecaopen@notice.gr



Εκδότης - Διευθυντής:
Αρχισυντάκτης:
Content Manager:
Εμπορική Διεύθυνση:
Digital Art Director:

Νεκτάριος Β. Νύτης
Νικόλας Ταμπακόπουλος
Δέσποινα Βασιλοπούλου
Κλαίρη Στυλιάρη
Ιωάννα Μυλοπούλου

NOTICE
CONTENT & SERVICES

Βαλαωρίτου 9, 106 71 Κολωνάκι, Τηλ.: 210 363 4061
Πληροφορίες: sales@notice.gr Δελτία τύπου: media@notice.gr