

Νοστιμιά...αγα Τκρέκα!



Τομάτα Γκρέκα,

Η νέα ολοκληρωμένη σειρά προϊόντων τομάτας από τον εύφορο κάμπο των Σερρών “συμπυκνώνει” τη φρεσκάδα, τη νοστιμιά, και το άρωμα που έχει η τομάτα τη στιγμή της συγκομιδής. Είναι η σειρά προϊόντων τομάτας, που απευθύνεται στους επαγγελματίες που αναζητούν την απόλυτη νοστιμιά, δίνοντας φρεσκάδα, άρωμα, γεύση και ποιότητα στις δημιουργίες.

Μάθετε περισσότερα στο www.kore.gr/horeca-products



ΕΝΑ ΠΡΟΪΟΝ



ΠΟΥ ΣΕΒΕΤΑΙ ΤΟΝ ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΙΑ

• DICKEY'S BARBECUE PIT ΛΑΝΣΑΡΕΙ 460 ΝΕΑ ΨΗΦΙΑΚΑ... ΕΣΤΙΑΤΟΡΙΑ

Η Dickey's Barbecue Pit στοχεύει στην ανάπτυξη εστιατορίων, των γνωστών ως "virtual chicken wings". Στόχος της εταιρείας είναι να αναπτύξει 460 εστιατόρια που θα παρέχουν, αποκλειστικά και μόνο, υπηρεσίες delivery του νέου concept για φτερούγες κοτόπουλου.

TAKE AWAY

Το νέο concept καταστημάτων, που προβλέπεται να ξεδιπλώσει η εταιρεία μέσα στο έτος, αναμένεται να έχει υπηρεσίες take away. Ειδικότερα, μέσω ψηφιακών πινάκων παραγγελιοληψίας, οι καταναλωτές θα μπορούν να παραγγέλνουν και να πληρώνουν ανέπαφα, χωρίς καμία επαφή με τους εργαζόμενους στα εστιατόρια.

DRIVE THROUGH

Η εταιρεία περιλαμβάνει στο νέο concept και υπηρεσίες drive through, όπου οι παραγγελίες θα γίνονται μέσω ειδικής συσκευής παραγγελιοληψίας με ηχητικό τρόπο. Επίσης, οι καταναλωτές θα μπορούν να ρωτούν για το μενού των εστιατορίων και να τους παρέχονται λε-

πομέρειες για τα συστατικά και το περιεχόμενό του.

ΑΝΑΝΕΩΣΗ ΜΕΝΟΥ

Στον ευρύτερο σχεδιασμό της εταιρείας εντάσσονται η ανανέωση του μενού και η αναμόρφωση του marketing. Έτσι λοιπόν, αναμένεται να λανσαριστεί μενού με νέες γεύσεις, ενώ το marketing θα εστιάσει κυρίως στον ψηφιακό κλάδο, με διαφημίσεις που θα διακινούνται στο internet, στα social media και στις πλατφόρμες παραγγελιοληψίας.

ΓΙΑΤΙ ΓΙΝΟΝΤΑΙ ΟΙ ΑΛΛΑΓΕΣ

Το προσεχές χρονικό διάστημα, η Διοίκηση της εταιρείας αναμένει ανάπτυξη των πωλήσεων των ηλεκτρονικών παραγγελιών και αύξηση των drive through παραγγελιών. Παράλληλα, εκτιμάται πως όταν υποχωρήσει η πανδημία του κορωνοϊού, θα αφήσει πίσω της νέες καταναλωτικές συμπεριφορές, με τις ανέπαφες συναλλαγές να βρίσκονται στο επίκεντρο του ενδιαφέροντος των καταναλωτών.



EDITORIAL

Λουκέτα και επενδύσεις

Στις αρχές της εβδομάδας, δύο από τα πλέον ιστορικά εστιατόρια της Βαρκελώνης, το Agut και το Can Soteras, ανακοίνωσαν ότι κλείνουν οριστικά. Νωρίτερα, μία εβδομάδα πριν, το ίδιο συνέβη με άλλες τρεις παραδοσιακές επιχειρήσεις εστίασης της πόλης. Άλλες δύο παλεύουν να επιβιώσουν μέσω delivery και take away. Οι Καταλανοί εστιάτορες κατηγορούν τα περιοριστικά μέτρα, που έχει επιβάλει η τοπική κυβέρνηση για το γεγονός ότι το 30% των επιχειρήσεων Horeca δεν θα ανοίξει πάλι.

Την ίδια στιγμή, στην Μεγάλη Βρετανία, οι εκεί επιχειρήσεις κατακλύζονται από έναν πρωτοφανή αριθμό κρατήσεων, εν όψη του ανοίγματος των εξωτερικών χώρων της εστίασης, την Δευτέρα, αν δεν αλλάξει κάποιο δεδομένο με την πανδημία.

Κάποια καταστήματα έχουν επενδύσει σημαντικά ποσά για να φιλοξενήσουν πελάτες σε εξωτερικούς χώρους. Όπως η αλυσίδα PUNCH PUBS, που ξόδεψε ένα εκατομμύριο στερλίνες!

Δύο θέματα εδώ:

Πρώτον, εκφράζονται αμφιβολίες για το πόσο κερδοφόρα θα είναι η λειτουργία κάποιων εξ αυτών των επιχειρήσεων.

Δεύτερον, όλοι έχουν λάβει υπόψη τους το ενδεχόμενο να υπάρχουν ταυτόχρονες κρατήσεις από τα ίδια πρόσωπα σε πολλά εστιατόρια, ώστε να διασφαλίσουν ένα τραπέζι κάπου.

Συμπέρασμα:

Απώλειες στον κλάδο Horeca θα υπάρξουν. Είναι δεδομένο. Και είναι ευκαιρία να ξεκαθαρίσει η ήρα από το στάρι.

Όπως, επίσης, δεδομένο είναι ότι στην κρίση επενδύεις ως επιχείρηση, για να δηλώσεις "παρών" στο όποιο νέο τοπίο.

Νεκτάριος Β. Νώτης
nectarios@notice.gr

• **DINE BRANDS GLOBAL**

ΚΟΤΟΠΟΥΛΟ ΜΟΝΟ ΓΙΑ DELIVERY ΜΕΣΩ ΣΥΝΕΡΓΑΣΙΑΣ ΜΕ ΤΑ... APPLEBEE'S

Η Dine Brands Global είναι ένα από τα πρώτα brands που λανσάρουν τη λεγόμενη ψηφιακή κουζίνα. Ειδικότερα, η εταιρεία ειδικεύεται στην παροχή υπηρεσιών delivery προϊόντων που μαγειρεύονται στην κουζίνα της. Μάλιστα, προχωρά στο λανσάρισμα νέων μπουκιών κοτόπουλου και φτερούγων, τα οποία είναι μαριναρισμένα με καλαμποκέλαιο, σε ιδιαίτερα προνομιακές τιμές.

Η εταιρεία συνεργάζεται με την Applebee's, και ειδικότερα με τα 1.300 καταστήματα της γνωστής αλυσίδας με την επωνυμία "Neighborhood Grill & Bar". Μάλιστα, η εταιρεία συνεργάζεται και με την Uber Eats για την παράδοση των προϊόντων της.

ΜΟΝΟ ΜΕΣΩ DELIVERY

Οι υπηρεσίες της Dine Brands Global είναι διαθέσιμες μόνο μέσω delivery και μάλιστα σε αποκλειστική συνεργασία με την Uber Eats. Η εταιρεία εκτιμά πως η πανδημία του κορωνοϊού έχει αλλάξει τις καταναλωτικές συνήθειες και ο κλάδος του delivery θα συνεχίσει να αναπτύσσεται τα επόμενα χρόνια, για αυτό και προβαίνει σε

αυτές τις συνεργασίες με το concept της ψηφιακής κουζίνας.

ΧΩΡΙΣ ΚΟΣΤΟΣ ΠΑΡΑΔΟΣΗΣ

Το μενού είναι διαθέσιμο από την χαμηλή τιμή των \$15, με στόχο την αύξηση των παραγγελιών και την προτίμηση των καταναλωτών. Επίσης, μία ακόμη προσφορά που κάνει η εταιρεία έχει να κάνει με το κόστος μεταφοράς των παραγγελιών, το οποίο είναι δωρεάν, καθώς επιβαρύνει μόνο την ίδια.

ΧΑΜΗΛΑ ΚΟΣΤΗ, ΥΨΗΛΟ ΠΕΡΙΘΩΡΙΟ ΚΕΡΔΟΥΣ

Σύμφωνα με την εταιρεία, το νέο concept δεν έχει υψηλά λειτουργικά κόστη, καθώς αυτά εντοπίζονται μόνο στη λειτουργία της κουζίνας και στη διαχείριση των παραγγελιών. Το γεγονός αυτό, κάνει την εταιρεία να εκτιμά πως υπάρχουν μεγάλα περιθώρια κέρδους. Εφόσον υπάρξει θετική ανταπόκριση από τους καταναλωτές, τότε τα κέρδη αναμένεται να είναι μεγαλύτερα, συγκριτικά με τη λειτουργία ενός φυσικού καταστήματος.



HORECAOPINION

Ανάσα

Το σημερινό Horeca Open αναδεικνύει τρία σημαντικά ζητήματα σε ένα τεύχος. Πρώτον, την προσπάθεια που γίνεται διεθνώς για τον ψηφιακό μετασχηματισμό των καταστημάτων. Δεύτερον, τις προσπάθειες που καταβάλλουν οι μικρομεσαίοι εστιάτορες για να ακολουθήσουν τη σύγχρονη εποχή των ραγδαίων τεχνολογικών αλλαγών. Και τρίτον, τον ρόλο του νέου ΕΣΠΑ για την εστίαση. Τα τρία θέματα έχουν άμεση σχέση. Ας αναλύσουμε το κάθε ένα ξεχωριστά. Διεθνώς παρατηρείται η τάση για ψηφιακές κουζίνες και τεχνολογικό μετασχηματισμό. Στόχος είναι η εστίαση να βρεθεί στο προσκήνιο και να πιάσει το νόημα της εποχής, καλύπτοντας τις καταναλωτικές ανάγκες. Οι μεγαλύτερες εταιρείες στη χώρα μας, Goody's, Everest, Γρηγόρης, έχουν ήδη προχωρήσει σε νέο τρόπο παραγγελιοληψίας και αναβάθμισης των υπηρεσιών που παρέχουν. Αυτό άλλωστε, έχει ήδη αναλυθεί σε προηγούμενο τεύχος του Horeca Open. Σήμερα όμως, βλέπουμε πως και οι μικρομεσαίες επιχειρήσεις στοχεύουν να αναβαθμιστούν και να κάνουν χρήση των χρηματοοικονομικών εργαλείων που έχουν στη διάθεσή τους. Και εδώ ταιριάζει το ΕΣΠΑ, όπου όσοι ενταχθούν θα βοηθηθούν να συμβαδίσουν με τις τεχνολογικές εξελίξεις. Οι δυνάμεις που διαθέτει η αγορά δεν είναι πολλές. Είναι όμως αρκετές.

Νικόλας Ταμπακόπουλος
nicolas@notice.gr

• ΚΛΗΜΑΤΑΡΙΑ

ΑΝΑΓΚΑΙΟΣ Ο ΨΗΦΙΑΚΟΣ ΜΕΤΑΣΧΗΜΑΤΙΣΜΟΣ ΤΩΝ ΕΣΤΙΑΤΟΡΙΩΝ

Την αναγκαιότητα ψηφιακού μετασχηματισμού των μικρομεσαίων επιχειρήσεων εστίασης τονίζει με δηλώσεις της στο Horeca Open η Ευδοκία Καράμπελου, ιδιοκτήτρια του εστιατορίου "Κληματαριά" στο Ψυχικό. Όπως σημειώνει η ίδια, "οι καταναλωτές πλέον ζητούν ευκολία στην παραγγελία, αμεσότητα, αποφεύγουν την ανθρώπινη επαφή και μαθαίνουν τα νέα των εστιατορίων μέσω του διαδικτύου". Τι σημαίνει αυτό για τις επιχειρήσεις; Όπως τονίζει η ίδια, "αυτό συνεπάγεται αυξημένα έξοδα. Όμως είναι αναγκαίο, καθώς όποιος δεν εκσυγχρονιστεί, δεν θα μπορέσει να επιβιώσει μακροπρόθεσμα".

ΤΙ ΑΛΛΑΓΕΣ ΜΠΟΡΟΥΝ ΝΑ ΓΙΝΟΥΝ

"Τα μικρομεσαία καταστήματα εστίασης είναι και τα περισσότερα στην Ελλάδα. Αυτά δεν διαθέτουν αυτή τη στιγμή πρόσβαση σε



κεφάλαια, ούτε διαθέτουν ρευστότητα. Αντίθετα, τα μεγαλύτερα καταστήματα, οι αλυσίδες, μπορούν να υποστηρίξουν πιο εύκολα τον ψηφιακό μετασχηματισμό. Όμως και για εμάς είναι αναγκαίο να προχωρήσουμε σε αυτόν. Το πρόγραμμα του ΕΣΠΑ παρουσιάζει

μία μοναδική ευκαιρία, που πρέπει να αξιοποιηθεί προς αυτή την κατεύθυνση", αναφέρει η ίδια. Όπως σημειώνει, αυτές οι αλλαγές δεν είναι ανάγκη να είναι μεγάλες, αντίστοιχες με αυτές που κάνουν τα μεγαλύτερα καταστήματα. Ειδικότερα, μπορούν να γίνουν:

- Υιοθέτηση ηλεκτρονικού μενού
- Παραγγελίες χωρίς ανθρώπινη επαφή μέσω app
- Αναβάθμιση της εμπειρίας διαδικτυακών παραγγελιών
- Διαφήμιση στα social media

ΤΙ ΑΝΑΦΕΡΕΙ ΓΙΑ ΤΑ ΜΕΤΡΑ

Τέλος, η ίδια επισημαίνει πως, "τα μέτρα στηρίζουν τη μικρομεσαία επιχειρηματικότητα. Σίγουρα, δεν σημαίνει πως δεν υπάρχουν προβλήματα. Αυτά είναι έντονα και αφορούν σε αρκετούς επιχειρηματίες που παλεύουν για την επιβίωση. Όμως υπάρχει στήριξη, ώστε να αντέξουμε".



workforce effectiveness

σύγχρονες λύσεις πωλήσεων για υψηλές επιδόσεις

«Με την παραγωγικότητα που μας προσφέρει το συγκεκριμένο εργαλείο και με την ευελιξία που μας έχει δείξει ότι διαθέτει η Regate, μπορούμε να ευελπιστούμε σε έναν πολύ ισχυρό σύμμαχο, για να πετύχουμε τους στρατηγικούς μας στόχους ανάπτυξης.»

Βασίλης Μπεγκλής - Sales Manager




Πάνω από **7.000** χρήστες χρησιμοποιούν ικανοποιημένοι τις λύσεις μας!

www.regate.gr Τηλ.: Αθήνα : 215-55.17.050, Θεσσαλονίκη : 2312-201.555

• ΕΣΠΑ

ΑΝΑΛΥΤΙΚΑ ΤΟ ΕΣΠΑ ΓΙΑ ΤΗΝ ΕΣΤΙΑΣΗ ΥΦΟΥΣ €330 ΕΚΑΤ.

Του **Παναγιώτη Καραλίβανου**,
CEO της Νηρήτις

Στο προηγούμενο Horeca Open είχαμε γράψει για το πρόγραμμα ΕΣΠΑ, που τρέχει για την εστίαση. Ωστόσο σήμερα, μπορώ να παρουσιάσω περισσότερες λεπτομέρειες για το νέο αυτό πρόγραμμα, καθώς έχουν αρχίσει να σχηματοποιούνται οι δράσεις του.

ΤΟ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ

Η νέα δράση "Επανεκκίνηση της Εστίασης", με προϋπολογισμό €330 εκατ., παρέχει κεφάλαιο κίνησης στις επιχειρήσεις της εστίασης, με σκοπό την αγορά πρώτων υλών για τους πρώτους μήνες επανεκκίνησης της λειτουργίας τους. Το πρόγραμμα χρηματοδοτείται από το ΕΣΠΑ και εντάσσεται στο προσωρινό πλαίσιο κρατικών ενισχύσεων της Ευρωπαϊκής Ένωσης, ως δράση για την καταπολέμηση των αρνητικών συνεπειών της πανδημίας. Έτσι, η δράση θα φέρει την έγκριση της Ευρωπαϊκής Επιτροπής. Οι αιτήσεις ακόμη δεν έχουν καταληκτική ημερομηνία έναρξης, καθότι αναμένεται η έγκριση του προγράμματος από την Ευρωπαϊκή Ένωση, ωστόσο οι αιτήσεις θα κατατίθενται ηλεκτρονικά έως τις 31/7/2021.

ΑΜΕΣΗ ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ

Η αίτηση θα αξιολογείται άμεσα και το ποσό θα καταβάλλεται αμέσως μετά την ένταξη και



έγκριση της αίτησης. Το ποσό της ενίσχυσης ανέρχεται στο 7% επί του τζίρου του κύριου ΚΑΔ εστίασης ή του ΚΑΔ με τα μεγαλύτερα έσοδα του 2019. Κύρια προϋπόθεση είναι η ανάλωση του κεφαλαίου κίνησης πριν τις 31/12/2021. Ο έλεγχος θα πραγματοποιηθεί με βάση τις περιοδικές δηλώσεις ΦΠΑ και τα δηλωθέντα έξοδα.

Η ΕΝΙΣΧΥΣΗ

Για τις επιχειρήσεις που έχουν συσταθεί εντός του 2019 ή εντός του 2020, το ποσό της ενίσχυσης ορίζεται ως εξής:

- (κύκλος εργασιών 2019 ή 2020)/αριθμός ημερών λειτουργίας]365%
- Η μέγιστη ενίσχυση ορίζεται σε €100 χιλ. ανά ΑΦΜ

ΤΑ ΚΡΙΤΗΡΙΑ

- Μείωση ετήσιου τζίρου 2020, σε σχέση με το 2019 μεγαλύτερη ή ίση του 30%. Για τις

επιχειρήσεις που συστάθηκαν εντός του 2019 για την πώση του τζίρου υπολογίζεται ίσος αριθμός ημερών λειτουργίας.

- Συσταθείσες εντός του 2020 μπαίνουν αυτοδικαίως στη δράση
- Επιχειρήσεις εστίασης που ήταν σε στάδιο κατασκευής το 2019 και ξεκίνησαν να έχουν έσοδα το 2020 αντιμετωπίζονται ως συσταθείσες εντός του 2020
- Επιχειρήσεις εστίασης που είναι υπόχρεες σε υποβολή περιοδικών δηλώσεων ΦΠΑ

ΟΙ ΩΦΕΛΟΥΜΕΝΟΙ:

- Κύριοι ωφελοόμενοι από την δράση αυτή, είναι οι μικρομεσαίες και μεγάλες επιχειρήσεις εστίασης με κύριο ΚΑΔ ή ΚΑΔ με τα μεγαλύτερα έσοδα της εστίασης

ΟΙ ΑΙΤΗΣΕΙΣ:

- Θα υποβάλλονται στο Πληροφοριακό Σύστημα Κρατικών Ενισχύσεων (ΠΣΚΕ) του Υπουργείου Ανάπτυξης και Επενδύσεων ηλεκτρονικά, στη διεύθυνση (www.ependyseis.gr).
- Η έναρξη υποβολής αιτήσεων θα καθορισθεί από την έγκριση του καθεστώτος από την Ευρωπαϊκή Ένωση, ενώ αιτήσεις θα γίνονται δεκτές έως και τις 31 Ιουλίου 2021, προκειμένου να μπορέσουν να ενταθούν και οι εποχιακές επιχειρήσεις

• HORECA INSIGHT

ΓΙΑΤΙ ΤΑ ΨΗΦΙΑΚΑ ΚΑΤΑΣΤΗΜΑΤΑ ΕΙΝΑΙ ΤΟ ΠΑΡΟΝ ΚΑΙ ΤΟ ΜΕΛΛΟΝ

Του **Ricky Lopez**,

Head Chef & Ιδιοκτήτης του Roast Beef

Η πανδημία του κορωνοϊού έχει αλλάξει τις καταναλωτικές συνήθειες και οι αλλαγές αυτές αναμένεται να διαρκέσουν για αρκετά χρόνια ακόμη. Σε αυτό το νέο περιβάλλον, κυριαρχούν οι ηλεκτρονικές παραγγελίες, το drive through και οι ανέπαφες συναλλαγές. Ακόμη και με την ολοκλήρωση του προγράμματος εμβολιασμού και την υποχώρηση της COVID-19, η πανδη-

μία θα μονοπωλεί το ενδιαφέρον. Έτσι λοιπόν, οι επιχειρήσεις εστίασης θα πρέπει να επενδύσουν στα λεγόμενα ψηφιακά καταστήματα. Αλλαγές στην κουζίνα με αυτοματοποιημένα συστήματα, λογισμικά για έλεγχο των αποθεμάτων, των παραγγελιών και των λογιστικών. Σε επίπεδο εξυπηρέτησης πελατών, ανέπαφη παραγγελιοληψία, ενίσχυση του καναλιού των διαδικτυακών παραγγελιών και διαφημιστικά προγράμματα, μέσω του τμήματος marketing των επιχειρήσεων, σε ψηφιακά μέσα θα κυρι-



αρχήσουν στην αγορά. Εμείς, ήδη, έχουμε μετασχηματίσει τη κουζίνα μας, ενισχύουμε τη συνεργασία με πλατφόρμες παραγγελιοληψίας, ενώ έχουμε πρόγραμμα εκσυγχρονισμού των καταστημάτων με επίκεντρο τις ανέπαφες συναλλαγές με τους καταναλωτές. Όποιος δεν ακολουθήσει τις εξελίξεις είναι καταδικασμένος να αποτύχει.

Αμφίδρομη Επικοινωνία με την Αγορά στο horecaopen@notice.gr