



workforce effectiveness

σύγχρονες λύσεις πωλήσεων
για υψηλές επιδόσεις


Ολοκληρωμένες Mobile λύσεις για:

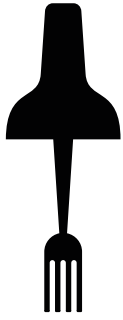
- Αυτοματοποίηση Πωλήσεων (SFA)
- Merchandising, Competition & Sell Out
- Φορητή Τιμολόγηση (EXVAN)
- Διαχείριση Παγίων (Asset Tracking)
- Last Mile Proof-of-Delivery

 regate

Πάνω από **7,000** χρήστες χρησιμοποιούν ικανοποιημένοι τις λύσεις μας!

www.regate.gr

 Τηλ.: Αθήνα : 215-55.17.050, Θεσσαλονίκη : 2312-201.555



HO.RE.CA. OPEN

Powered by
FnB Daily

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



Με την υποστήριξη της πρωτοβουλίας ΕΛΛΑ-ΔΙΚΑ ΜΑΣ

Παρασκευή 16 Απριλίου 2021 ΤΕΥΧΟΣ #38

• ΦΟΙΤΗΤΗΣ ΣΤΑΔΙΑΚΗ ΕΠΑΝΑΦΟΡΑ ΓΙΑ ΤΟΥΣ ΜΙΚΡΟΜΕΣΑΙΟΥΣ

Η πανδημία του κορωνοϊού έχει πλήξει περισσότερο τις μικρομεσαίες επιχειρήσεις. Όπως αναφέρει ο Γιώργος Παπανικολάου του εστιατορίου Φοιτητής, "οι πόροι έχουν εξαντληθεί και η στήριξη του κράτους αν και σημαντική δεν μπορεί να κρατήσει για πάντα. Ωστόσο όσοι μπόρεσαν και είχαν στη φιλοσοφία τους το delivery, θεωρώ πως διατήρησαν ένα μέρος του κύκλου εργασιών τους. Ειδικότερα, εμείς καταφέραμε και αυξήσαμε τις παραδόσεις μέσω delivery, κάτι που είναι σημαντικό και μας κράτησε στην πανδημία".

ΣΤΑΔΙΑΚΗ ΑΝΑΚΑΜΨΗ

"Η αγορά φαίνεται πως μετά το Πάσχα θα ανοίξει. Για τους εξωτερικού χώρους, ωστόσο είναι σημαντικό και αυτό το άνοιγμα, καθώς ο καιρός πλέον επιτρέπει την κατανάλωση έξω. Ωστόσο είναι καίριας σημα-

σίας να μην κλείσει ξανά η εστίαση, γιατί τα πισωγυρίσματα μόνο κακό κάνουν στις επιχειρήσεις. Θεωρώ πως δεν θα δούμε μεγάλη αύξηση της κατανάλωσης, δηλαδή έκρηξη. Η επαναφορά θα γίνει σταδιακά και πιστεύω ότι καλώς εχόντων των πραγμάτων, έως τέλος του έτους θα ανοίξει ο κλάδος πλήρως. Σε κάθε περίπτωση για να φτάσουμε τις πωλήσεις του 2019 θα πρέπει να κοιτάξουμε από τα μέσα του 2022 πιστεύω", δηλώνει ο ίδιος.

ΑΥΣΤΗΡΗ ΤΗΡΗΣΗ ΤΩΝ ΜΕΤΡΩΝ

Τέλος, ο ίδιος σημειώνει πως, "ο κλάδος της εστίασης στην πλειονότητά του τηρούσε τα μέτρα για την εξάπλωση της πανδημίας και κατά τη διάρκεια αυτής. Θα συνεχίσουμε να τα τηρούμε και να προσέχουμε. Το άνοιγμα που θα γίνει πρέπει να είναι με συνέπεια και υπευθυνότητα".



EDITORIAL

Business, as usual...

Είμαι από τους ανθρώπους, που πιστεύουν ότι οι αριθμοί λένε πάντα την αλήθεια.

Δείτε, λοιπόν, δύο ενδιαφέροντα στατιστικά από την αγορά Horeca των Ηνωμένων Πολιτειών της Αμερικής, που έχουν τη σημασία τους:

Ενώ από την έναρξη της πανδημίας έως και σήμερα έχουν κλείσει το 10% των εστιατορίων στη χώρα, τα λουκέτα στα food trucks - που είναι πάρα πολύ διαδεδομένα στην άλλη πλευρά του Ατλαντικού - είναι υπερδιπλάσια: 22,5%.

Για ποιο λόγο;

Διότι πρόκειται για υπηρεσία grab-and-go. Συνεπώς, μπορεί να μην είχαν τους περιορισμούς στον αριθμό των ατόμων, όπως τα εστιατόρια, το γεγονός, όμως, ότι σπρίζουν την πελατεία τους σε στελέχη και εργαζομένους, οι οποίοι ακόμα και σήμερα δουλεύουν εξ αποστάσεως, σημαίνει πως έχασαν σημαντικό κομμάτι του τζίρου τους από το μεσημεριανό στο πόδι, που όλοι αυτοί οι πελάτες απολάμβαναν.

Από την άλλη πλευρά, τα λουκέτα στα εστιατόρια έχει διπλό και διαρκές αντίκτυπο:

Πρώτον, στα εμπορικά κέντρα. Τόσο, γιατί οι επιχειρήσεις, που τα διαχειρίζονται, χάνουν έναν ενοικιαστή, που στη σημερινή συγκυρία θα δυσκολευτούν να αναπληρώσουν (ή αυτό δεν θα γίνει άμεσα), όσο και γιατί η μείωση των χώρων εστίασης μπορεί να κάνει ένα mall λιγότερο ελκυστικό στους καταναλωτές και τους ενοικιαστές, μειώνοντας την αξία του.

Δεύτερον, οι μικρές επιχειρήσεις, όπως τα εστιατόρια, βοηθούν τις τοπικές κοινότητες να αναπτύσσονται. Όταν κλείνουν, τα οικιστικά και εμπορικά ακίνητα αρχίζουν να χάνουν την αξία τους. Και αυτό είναι κακή εξέλιξη για τους ιδιοκτήτες και τους επενδυτές.

Ο λόγος είναι προφανής:

Σκεφτείτε έναν real estate επενδυτή, που βλέπει τους ενοικιαστές των καταστημάτων του να κλείνουν. Τότε, ο ίδιος θα δυσκολευτεί πιθανότατα να εξασφαλίσει το ίδιο ύψος ενοικίων από τους επόμενους ενοικιαστές.

Business, as usual...

Νεκτάριος Β. Νώτης
nectarios@notice.gr





• MC DONALD'S ΠΤΩΣΗ ΠΩΛΗΣΕΩΝ ΤΟΝ ΜΑΡΤΙΟ ΑΛΛΑ...

Το νέο κύμα της πανδημίας επηρέασε αρνητικά τις πωλήσεις του Μαρτίου της Mc Donald's, καθώς η εταιρεία κατέγραψε πτώση στις πωλήσεις της 22%. Ωστόσο, όπως επισημαίνει η εταιρεία, αναμένει ανάκαμψη από το β' εξάμηνο του έτους και ύστερα, καθώς οι οικονομίες διεθνώς, θα αρχίσουν να ανοίγουν και να επανέρχεται σε μία κανονικότητα η αγορά. Μάλιστα, η εταιρεία που μίλησε για πτώση στα έσοδά της τον Μάρτιο, κάνει λόγο για ανάκαμψη μετά το καλοκαίρι. Τον Μάρτιο μάλιστα στις ΗΠΑ, παρά το κλείσιμο των εστιατορίων εξαιτίας της πανδημίας, η πτώση ήταν μικρή, αναλογική με την πανδημική κρίση και άγγιξε το 13%.

ΤΙ ΕΙΧΕ ΓΙΝΕΙ ΣΤΟ Δ' ΤΡΙΜΗΝΟ

Τα αποτελέσματα που δημοσιοποίησε η εταιρεία για το δ' τρίμηνο του 2020 παρατίθενται παρακάτω, καθώς σε ένα τρίμηνο που διεθνώς τα καταστήματά της ήταν κλειστά, η πτώση ήταν μόλις 7,4%. Σύμφωνα με την αλυσίδα, η μείωση οφείλεται στο δεύτερο κύμα lockdown σε ευρωπαϊκές αγορές, κυρίως στην Γαλλία, την Γερμανία, την Ιταλία και την Ισπανία, όπου η υγειονομική κρίση είναι πιο έντονη, αλλά και σε όσες δεν διαθέτουν εκτεταμένο δίκτυο drive-thru.

Αξίζει να αναφερθεί ότι οι συγκρίσιμες πωλήσεις της αλυσίδας στις ΗΠΑ κατέγραψαν αύξηση 5,5%, παρουσιάζοντας βελτίωση σε σύγκριση με το προηγούμενο τρίμηνο, ξεπερνώντας τις εκτιμήσεις για αύξηση 5,15%.

DATA – Δ' ΤΡΙΜΗΝΟ

(σε \$ εκατ.)

Έσοδα	Λειτουργικά έσοδα
2020: 5,313.2	2020: 2,142.9
2019: 5,428.2	2019: 2,292.6
Μεταβολή: 2,21%	Μεταβολή: (6,55%)
Καθαρά έσοδα	
2020: 1,377.2	
2019: 1,572.2	
Μεταβολή: (12,10%)	

ΤΟ ΠΑΡΑΔΕΙΓΜΑ ΤΗΣ ΑΥΣΤΡΑΛΙΑΣ

Ο Πρόεδρος και Διευθύνων Σύμβουλος της McDonald's, Chris Kempczinski, αναφέρθηκε στην Αυστραλία, λέγοντας ότι, θα μπορούσε να προσφέρει ένα καλό μοντέλο για την επιχείρηση μετά την πανδημία, καθώς αποφεύγει αποτελεσματικά την αύξηση νέων κρουσμάτων κατά το φθινόπωρο και τον χειμώνα, προσθέτοντας ότι, τα εστιατόρια στην Αυστραλία εξακολουθούν να αναφέρουν υψηλότερες πωλήσεις στο online κανάλι.

ΤΟ ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑ

Η πτώση του Μαρτίου, σε συνδυασμό με τα τελευταία αποτελέσματα που δημοσιοποίησε η Mc Donald's, δείχνουν πως η πανδημία του κορωνοϊού επηρεάζει τις πωλήσεις. Ωστόσο υπάρχει ανθεκτικότητα και σε συνδυασμό με την σταδιακή επάνοδο στην κανονικότητα, η ανάκαμψη από το β' εξάμηνο του έτους και ύστερα είναι ορατή. Εν ολίγοις, υπάρχει φως στην άκρη του τούνελ...

HORECAOPINION

Η αλήθεια των αριθμών

Σήμερα το Horeca Open αναδεικνύει την "αλήθεια" γύρω από την πραγματική εικόνα της εστίασης. Αναλύει τους ισολογισμούς εταιρειών στην Ελλάδα και στο εξωτερικό, εντοπίζοντας τα κοινά στοιχεία τους, την πορεία των εταιρειών κατά τη διάρκεια της πανδημίας και εν τέλει την τάση για ανάκαμψη που παρατηρείται. Το πρώτο στοιχείο που πρέπει να κρατήσουμε είναι πως στο εξωτερικό η εστίαση έχει αρχίσει ήδη να ανακάμπτει. Το γεγονός αυτό φαίνεται και στις πωλήσεις των εταιρειών, αλλά αντανακλάται κυρίως στο άνοιγμα των επιχειρήσεων εστίασης και στην τάση που υπάρχει για επιστροφή, έστω σταδιακά, στην κανονικότητα. Αντιθέτως, στη χώρα μας η εστίαση παραμένει κλειστή, με το άνοιγμά της να παραπέμπεται για μετά το Πάσχα. Δεύτερον, η χώρα μας παρουσιάζει μια ευκαιρία που στο εξωτερικό δεν υπάρχει. Αυτή είναι η άνοδος του τουρισμού, οι καλές κλιματολογικές συνθήκες και κυρίως το γεγονός πως οι καταναλωτές στην Ελλάδα, όπως φαίνεται και από τις δηλώσεις του Λευτέρη Κιοσέ, σκοπεύουν να δαπανήσουν αρκετά χρήματα στην εστίαση, μόλις αυτή ανοίξει. Φαίνεται πως η εστίαση θα καταγράψει ανοδική τάση, το φως στην άκρη του τούνελ φαίνεται και αυτή τη φορά δεν είναι το τρένο...

Νικόλας Ταμπακόπουλος
nicolas@notice.gr



• POSIST-ΕΡΕΥΝΑ ΤΟ 75% ΤΩΝ ΕΣΤΙΑΤΟΡΙΩΝ ΕΚΤΙΜΑ ΟΤΙ ΘΑ ΦΤΑΣΕΙ ΤΑ ΠΡΟ ΠΑΝΔΗΜΙΑΣ ΕΣΟΔΑ

Η POSist σε συνεργασία με την Dubai Restaurants ανακοίνωσε τα αποτελέσματα της έρευνας που διεξήγαγε στα Ηνωμένα Αραβικά Εμιράτα (ΗΑΕ) με την ονομασία "PRIME".

Στόχος της έρευνας, την οποία παρουσιάζει το Horeca Open, είναι να αναδείξει τις τάσεις στην εστίαση στα ΗΑΕ και να καταγράψει τις εκτιμήσεις της αγοράς.

ΥΠΑΡΧΕΙ ΑΙΣΙΟΔΟΞΙΑ

Σύμφωνα με την έρευνα, υπάρχει αισιοδοξία από τους ιδιοκτήτες επιχειρήσεων εστίασης, καθώς το 75% πιστεύει πως έως το τέλος του καλοκαιριού τα έσοδα που θα υπάρξουν στην εστίαση θα φτάσουν τα προ πανδημίας επίπεδα. Αυτό συμβαίνει γιατί:

- Οι καταναλωτές έχουν συσσωρεύσει χρήματα από το lockdown και θέλουν να δαπανήσουν στην εστίαση και στη διασκέδαση
- Οι καταναλωτές πιστεύουν πως στην εστίαση τηρούνται όλα τα απαραίτητα μέτρα προστασίας και υγιεινής
- Επειδή οι καταστηματαρχές κάνουν σημαντικές προσφορές στα προϊόντα τους προκειμένου να προσελκύσουν καταναλωτές

ΠΩΣ ΚΙΝΟΥΝΤΑΙ ΟΙ ΠΩΛΗΣΕΙΣ

Σήμερα το ένα τρίτο των εστιατορίων στα ΗΑΕ δηλώνει πως λειτουργεί με το 60% των εσόδων που κατέγραφαν πριν την πανδημία, ενώ περίπου τα δύο τρίτα καταγράφουν έως και το 50% των εσόδων τους, συγκριτικά με τα προ πανδημίας επίπεδα.

ΑΛΛΑΓΗ ΣΤΟ ΜΕΙΓΜΑ ΤΩΝ ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΩΝ

Πριν την πανδημία, ένα σημαντικό μέρος των εσόδων των εστιατορίων έρχονταν από το dine-in και το delivery και λειτουργούσε συμπληρωματικά στους τζίρους των εστιατορίων. Ωστόσο μετά την πανδημία του κορωνοϊού άλλαξαν οι καταναλωτικές συνήθειες. Έτσι λοιπόν, μετά την πανδημική κρίση, εκτιμάται πως περίπου το 60% του τζίρου των επιχειρήσεων το 2021 θα προέλθει από το delivery, όταν πριν την πανδημία το ποσοστό αυτό ήταν 10%.

ΣΤΑΔΙΑΚΗ ΕΠΙΣΤΡΟΦΗ ΣΤΗΝ ΚΑΝΟΝΙΚΟΤΗΤΑ

Η τάση αυτή αναμένεται να συνεχιστεί και φέτος και το 2022, ωστόσο το 70% των ερωτηθέντων επιχειρηματιών εκτιμά πως σταδιακά, από το φθινόπωρο του τρέχοντος έτους, θα αυξάνεται η κατανάλωση στα φυσικά καταστήματα και θα ατονεί αυτή του delivery.

FN|USA

**NEWS, TRENDS,
COMPLIANCE**



**ΕΒΔΟΜΑΔΙΑΙΟ
NEWSLETTER
ΓΙΑ ΤΗΝ ΑΓΟΡΑ
ΤΩΝ Η.Π.Α.**

Κάθε Δευτέρα, με το

FNB
SERVED
DAILY.

Powered by

Elementals
Accelerating Products in Global Markets



Λευτέρης Κιοσές,
Γενικός Διευθυντής,
ΙΕΛΚΑ

• Λ. ΚΙΟΣΕΣ (ΙΕΛΚΑ) ΣΤΑΔΙΑΚΗ ΑΝΑΚΑΜΨΗ ΤΗΣ ΕΣΤΙΑΣΗΣ - ΤΟ 2022 ΕΠΙΣΤΡΟΦΗ ΣΤΟ... 2019

Το Horeca Open απευθύνθηκε στον Λευτέρη Κιοσέ, προκειμένου να σκιαγραφήσει την επόμενη μέρα της εστίασης στη χώρα μας. Ο ίδιος, ως Γενικός Διευθυντής του ΙΕΛΚΑ, έχει άμεση εικόνα της αγοράς, καθώς το ΙΕΛΚΑ καταγράφει τις τάσεις στο εμπόριο σε μηνιαία βάση. Όπως τόνισε ο κ. Κιοσές, "η εστίαση δέχθηκε καίριο πλήγμα από την πανδημία. Πρόκειται για πρωτοφανή κρίση, καθώς οι πωλήσεις συρρικνώθηκαν δραματικά κατά τη διάρκεια της πανδημίας".

ΣΤΑΔΙΑΚΗ ΑΝΑΚΑΜΨΗ

"Το φαινόμενο του ελατηρίου δεν πρόκειται να το δούμε στην εστίαση. Δηλαδή μαζικές παραγγελίες και πωλήσεις από τα εστιατόρια. Υπάρχει βέβαια ένα κοινό που θέλει να δαπανήσει στην εστίαση με το που ανοίξει. Όμως, σε γενικές γραμμές, πιστεύω πως θα υπάρξει επιστροφή στην κανονικότητα σταδιακά από το καλοκαίρι και έπειτα. Σίγουρα η φετινή χρονιά θα είναι καλύτερη από πέρυσι, όμως τα επίπεδα των πωλήσεων του 2019 θα τα δούμε το 2022, υπό την προϋπόθεση πάντα πως θα επιστρέψουμε σε μία κα-

νονικότητα μετά την πανδημία", σημειώνει ο Λευτέρης Κιοσές.

ΘΑ ΠΑΡΕΙ ΤΖΙΡΟ ΑΠΟ SUPERMARKET

Ο ίδιος εκτιμά πως, "η ανάκαμψη στην εστίαση θα έχει σταδιακό χαρακτήρα και θα στερήσει ένα μέρος, όχι σημαντικό, του τζίρου που πραγματοποιείται στα supermarkets. Αυτό οφείλεται στο γεγονός πως η κατανάλωση στο σπίτι θα υποχωρήσει και θα ανέβει αυτή της εστίασης, άρα τα ψώνια του κόσμου για κατανάλωση στο σπίτι θα αντικατασταθούν σε ένα πολύ μικρό ποσοστό από την εστίαση".

ΑΝΟΔΟΣ ΣΤΑ CASH & CARRY

"Η άνοδος αυτή όμως αναμένεται να αντισταθμιστεί από την αύξηση πωλήσεων στα Cash & Carry. Δηλαδή από τη μία θα χάσουν πωλήσεις τα supermarkets, μικρές, από την άλλη όμως θα υπάρχει κίνηση στα cash & carry από το άνοιγμα της εστίασης", καταλήγει ο κ. Κιοσές.

• HORECA INSIGHT ΤΙ ΝΑ ΠΡΟΣΕΞΕΤΕ ΣΤΟ ΑΝΟΙΓΜΑ ΤΟΥ ΕΣΤΙΑΤΟΡΙΟΥ ΣΑΣ

Του **Paul Sarlas**,
CEO της Savvy IQ

Οι περισσότεροι επιχειρηματίες που δραστηριοποιούνται στην εστίαση, χαίρονται σε διάφορες γωνίες του κόσμου που ανοίγουν ξανά. Σίγουρα έχει αρχίσει να φαίνεται φως στην άκρη του τούνελ για την εστίαση, καθώς ο κορωνοϊός αντιμετωπίζεται με το εμβόλιο. Αν και έχουμε αρκετό δρόμο μπροστά μας, ίσως τα χειρότερα είναι πίσω μας. Όμως χρειάζεται προσοχή στα βήματα που θα γίνουν για το άνοιγμα. Οι επιχειρηματίες δεν θα έχουν τους ίδιους καταναλωτές απέναντί τους. Δηλαδή θα πρέπει πλέον να παρέχουν πιο ποιοτικά τρόφιμα. Δηλαδή θα πρέπει να κάνουν έρευνα αγοράς να δουν τα πιο ποιοτικά τρόφιμα που θα κρατήσουν τους πελάτες τους. Επίσης, θα πρέπει αρκετοί να αλλάξουν προμηθευτές για την κουζίνα τους και να εντάξουν πιο έξυπνα συστήματα διαχείρισης των προμηθευτών, πελατών και βεβαίως νέα συστήματα στην κουζίνα. Επίσης, μεγάλη βαρύτητα θα πρέπει να δοθεί στο ψηφιακό marketing. Καλώς ή κακώς πλέον, το delivery ήρθε για να μείνει και η συνεισφορά του στο σύνολο των πωλήσεων ενός εστιατορίου θα αυξηθεί. Επομένως, να μην το άνοιγμα είναι σημαντικό, αλλά πρέπει να γίνει με συγκεκριμένο τρόπο. Το κοινό δεν είναι το ίδιο με πριν την πανδημία...



Αμφίδρομη Επικοινωνία με την Αγορά στο horecaopen@notice.gr