



# 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 13 Νοεμβρίου 2020 ΤΕΥΧΟΣ #18



## • 100% HOTEL SHOW

### ΠΑΝΩ ΑΠΟ 30 ΠΑΡΟΥΣΙΑΣΕΙΣ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑΚΩΝ ΛΥΣΕΩΝ

Μια εβδομάδα πριν την Online Edition του 100% Hotel Show, οι εταιρείες/εκθέτες παρουσιάζουν ζωντανά τις λύσεις τους μέσω των social media της Έκθεσης, δίνοντας την ευκαιρία στους Ξενοδόχους να γνωρίσουν καινοτόμες ιδέες και να οργανώσουν τα ραντεβού τους, για την εβδομάδα των Online Συναντήσεων On Camera.

#### ΑΠΟ ΣΗΜΕΡΑ ΟΙ ΠΑΡΟΥΣΙΑΣΕΙΣ

Από σήμερα και για πάνω από 10 ημέρες, οι εταιρείες που συμμετέχουν στο 100% Hotel Show | The Online Edition, θα παρουσιάσουν τις λύσεις τους μέσω ζωντανών συνδέσεων στο facebook, δημιουργώντας ένα πρωτότυπο live event που θα αποτελέσει σημείο αναφοράς για την έρευνα αγοράς για το 2021. Σκοπός της ενέργειας είναι να ενημερωθούν οι Ξενοδόχοι για νέες λύσεις και να λάβουν όλες τις απαραίτητες πληροφορίες έτσι ώστε να προγραμματίσουν τα ραντεβού τους για την εβδομάδα 23-27 Νοεμβρίου, που θα είναι η εβδομάδα των Online συναντή-

σεων On Camera. Κατά τη διάρκεια των παρουσιάσεων, οι εταιρείες θα μιλήσουν και για νέες λύσεις που έχουν προκύψει λόγω του Covid-19, ενώ το κοινό θα ενημερωθεί και για το πώς θα λειτουργήσει η εβδομάδα των συναντήσεων μέσω Camera.

Οι Live Παρουσιάσεις Λύσεων ξεκινούν σήμερα με τα τρία Lives:

- 11:30-12:00 - Η υπεραξία του σύγχρονου design - Bobotis+Bobotis - Λουκάς Μπομπότης - Δηλώστε Συμμετοχή
- 14:00-14:30 - Οι νέες τάσεις στην μελέτη σήμανσης ξενοδοχείων - bratti hotel signage - Ιωάννης Μπράτης- Δηλώστε Συμμετοχή
- 16:00-16:30 - Τα νέα trends για τη κουζίνα, την σκίαση και τα υφάσματα επίπλωσης - Delli Contract Textile - Ελένη Δελή - Δηλώστε Συμμετοχή

**Το συνολικό πρόγραμμα θα ανακοινωθεί την Κυριακή 15 Νοεμβρίου, με ειδικό Newsletter σε όλο το κοινό.**

## EDITORIAL

### Ετοιμότητα προσαρμογής

Διάβαζα μια πολύ ενδιαφέρουσα έρευνα σχετικά με το πώς έχουν διαμορφωθεί παγκοσμίως, εν μέσω της πανδημίας, οι αναζητήσεις στο Google για την εστίαση.

Τα στοιχεία για το τρίτο τρίμηνο της χρονιάς δείχνουν ότι, ενώ τα searches για dine-in εστιατόρια έχουν υποχωρήσει τόσο σε impressions (16%), όσο και σε clicks (30%), έχουν αυξηθεί κατακόρυφα για takeaway και delivery (128% σε impressions και 74% σε clicks).

Στην ουσία, τα στοιχεία αυτά μας λένε ότι χρειαζόμαστε να ξέρουμε γύρω από το τι πρέπει να κάνουν οι επιχειρήσεις στην εστίαση μέσα στην κρίση:

Πρώτον, το dine-in δεν είναι ένα βιώσιμο μοντέλο μέσα στην αβεβαιότητα του Covid-19, αλλά υπάρχει σχετική σταθερότητα στις υπηρεσίες takeaway και delivery. Οι επιχειρήσεις πρέπει να αντιδρούν στις μεταβαλλόμενες καταναλωτικές απαιτήσεις και τα καλά νέα για αυτές είναι ότι παραμένουν αναγκαίες μέσα στην πανδημία. Πολλοί κλάδοι παλεύουν να βρουν την κατάλληλη στρατηγική επιβίωσης και δεν τα καταφέρνουν. Κάποιες, όμως, επιχειρήσεις τροφίμων και ποτών ευδοκίμουν, χάρη στην αυξανόμενη ζήτηση για διανομή φαγητού.

Το μάθημα από αυτή την περιπέτεια είναι να ακούμε το τι ζητάει ο καταναλωτής και να παρακολουθούμε σταθερά τα στοιχεία ερευνών για να βλέπουμε πώς εξελίσσονται τα πράγματα.

Όσο δύσκολα και αν είναι τα πράγματα με το υποχρεωτικό λουκέτο, οι επιχειρήσεις του κλάδου, που προσαρμόζονται στο τρέχον κλίμα, θα βγουν από την κρίση στην ισχυρότερη θέση.

Τι σημαίνει αυτό πρακτικά;

Παροχή υπηρεσιών takeaway και delivery, επίδειξη στους πελάτες των μέτρων, που λαμβάνουν για να διατηρήσουν ασφαλείς τους ίδιους και το προσωπικό (όταν τους επιτρέπεται να λειτουργούν) και θέση σε ετοιμότητα να καλωσορίσουν πελάτες, όταν αυτό είναι ασφαλές να συμβεί.

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

## • Δ. ΡΑΚΑΛΟΣ (HASHIKO) ΟΙ ΣΥΝΕΡΓΕΙΕΣ ΜΕΤΑΞΥ ΚΑΤΑΣΤΗΜΑΤΩΝ ΑΥΞΑΝΟΥΝ ΤΗΝ ΚΑΤΑΝΑΛΩΣΗ



«Όπως παρατηρήσαμε πριν το lockdown και νομίζω θα παρατηρηθεί και μετά την άρση του, οι συνέργειες μεταξύ μαγαζιών εστίασης, που παρέχουν διαφορετικές υπηρεσίες, είναι μια λύση στην αύξηση της κατανάλωσης. Εμείς συνεργαζόμαστε με το μαγαζί, που βρίσκεται ακριβώς δίπλα μας στο Ψυχικό, το Finca Vigia, το οποίο είναι premium bar. Πολλοί πελάτες θέλουν να παραγγείλουν cocktail, επομένως το καταναλώνουν στο μαγαζί αυτό με τα δικά μας sushi», δηλώνει στο Horeca Open ο Δημήτρης Ράκαλος, υπεύθυνος του Hashiko στο Ψυχικό.

### ΑΥΞΗΣΗ ΚΙΝΗΣΗΣ ΣΤΟ E-SHOP

«Η κίνηση στο ηλεκτρονικό μας κατάστημα κάθε μέρα αυξάνεται. Η νέα πραγματικότητα, που επιτάσσει η κρίση του κορονοϊού, φέρνει στο προσκήνιο τις ηλεκτρονικές παραγγελίες. Μόνο έτσι μπορεί να διατηρηθεί η κατανάλωση σε ένα ικανοποιητικό επίπεδο, καθώς οι καταναλωτές πλέον έχουν εκπαιδευτεί να καταναλώνουν περισσότερο στο σπίτι, παρά στα μαγαζιά. Τώρα, που υπάρχει lockdown δε, η μόνη λύση να διατηρηθεί η κατανάλωση είναι το takeaway, το delivery και οι ηλεκτρονικές πωλήσεις. Είμαστε τυχεροί στο Hashiko, γιατί δεν έχουμε πτώση

της κατανάλωσης συγκριτικά με τα προ lockdown επίπεδα», αναφέρει ο ίδιος.

### ΜΕ ΙΔΙΑ ΜΕΣΑ ΤΟ DELIVERY

Ο κ. Ράκαλος σημειώνει πως «το delivery μέσω πλατφορμών είναι ασύμφορο, καθώς χρεώνουν μεγάλες προμήθειες. Εμείς έχουμε αναπτύξει τον δικό μας στόλο delivery και το αποτέλεσμα, που έχουμε δει, είναι πράγματι εντυπωσιακό, καθώς αποτελεί μια επικερδή λύση».

### Η ΣΗΜΑΣΙΑ ΤΗΡΗΣΗΣ ΤΩΝ ΜΕΤΡΩΝ

«Το μυστικό είναι να λαμβάνεις περισσότερα μέτρα από όσα ορίζει ο νομοθέτης. Μόνο έτσι αισθάνονται ασφάλεια οι καταναλωτές και ο επιχειρηματίας θα μπορέσει να αυξήσει την κατανάλωση εντός του καταστήματος. Εμείς, στο Hashiko, πριν το lockdown, εφαρμόζαμε περισσότερα μέτρα υγιεινής, όπως:

- Γάντια
- Μάσκες
- Ατομικά απολυμαντικά
- Αντισηπτικά σε όλους τους χώρους
- Σουπλά μιας χρήσης για το menu
- Απολύμανση συχνή εσωτερικών και εξωτερικών χώρων».

## HORECAOPINION

### Καλύτεροι

Στις ΗΠΑ υπάρχει ένα ρητό: «Ο ανταγωνισμός μας κάνει πιο γρήγορους, η συνεργασία όμως καλύτερους». Αυτό το ρητό ακολουθεί και ο κλάδος της εστίασης, ο οποίος συνεχίζει να πλήττεται από τις συνέπειες της πανδημίας του κορονοϊού. Ένας κλάδος, που στοχοποιήθηκε, παρά το γεγονός πως τηρούσε ευλαβικά τα μέτρα, ενώ και το θολό τοπίο με αντικρουόμενες δηλώσεις κυβερνητικών αξιωματούχων σχετικά με τη λειτουργία του delivery και του takeaway, δημιουργεί σύγχυση στους καταναλωτές και εν τέλει πλήττει τον κλάδο. Όπως διαβάζετε στο σημερινό Horeca Open, η εστίαση ψάχνει εναγωνίως λύσεις να ανταποκριθεί στην κρίση. Σε αυτό το πλαίσιο, σε Ελλάδα και εξωτερικό υπάρχουν συνέργειες μεταξύ ιδιοκτητών εστιατορίων, προκειμένου να προσφέρουν στον τελικό καταναλωτή μια ευρεία γκάμα προϊόντων. Έτσι, από ένα κατάστημα fine dining, κάποιος μπορεί να παραγγείλει και πιάτα casual dining, ενώ ένας πελάτης, που θέλει να απολαύσει το πιάτο του με ποτό, μπορεί να το κάνει σε χώρο bar. Πρόκειται για την επιτομή της εφευρετικότητας του κλάδου, που καταδεικνύει τη θέληση των επιχειρηματιών να κολυμπήσουν και να επιβιώσουν στα παγωμένα και βαθιά νερά της ύφεσης και της μείωσης της κατανάλωσης. Ο ανταγωνισμός, λοιπόν, επιταχύνει τις συνέργειες και τα αντανακλαστικά του κλάδου αποδεικνύονται γρήγορα. Η συνεργασία μεταξύ των επιχειρηματιών του κλάδου, είναι αυτή, που κάνει καλύτερες τις υπηρεσίες, αυξάνει τις πωλήσεις και εν τέλει τους κάνει... καλύτερους.

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

## • Μ. ΝΟΥΡΛΟΓΛΟΥ (E.CHEF) ΕΥΝΟΟΥΝΤΑΙ ΟΙ ΣΥΝΕΡΓΑΣΙΕΣ ΜΕΤΑΞΥ ΕΣΤΙΑΤΟΡΙΩΝ

«Τόσο μέσα στο lockdown, αλλά πολύ περισσότερο πριν και μετά από αυτό, παρατηρείται η τάση εστιατόρια να έρχονται σε συνεργασία, είτε μεταξύ τους, είτε με bars, είτε με άλλα μαγαζιά, που παρέχουν άλλες υπηρεσίες. Στόχος αυτών των συνεργειών είναι να παρέχονται περισσότερα προϊόντα στους καταναλωτές και με αυτό τον τρόπο να αυξάνεται η κατανάλωση. Πριν το lockdown, η τάση αυτή ήταν κυρίαρχη στην αγορά, ωστόσο έχει περιοριστεί εξαιτίας της καραντίνας», αναφέρει στο Horeca Open ο Μιχάλης Νουρλόγλου, Executive Chef στο Premiere.

### «ΑΝΑΠΡΟΣΑΡΜΟΓΗ ΣΤΟ MENU»

«Η ενδυνάμωση του menu των εστιατορίων πριν την καραντίνα, αλλά και μετά από αυτήν, αποτελεί μονόδρομο. Αποτελεί μία από τις αρχές μου να προστίθενται συνε-

χώς νέες γεύσεις στον κατάλογο, καθώς με αυτό τον τρόπο κρατάς ικανοποιημένους τους πελάτες του εστιατορίου, ενώ μπορείς να προσελκύσεις νέους. Είναι πολύ σημαντικό να υπάρχει κινητικότητα στο menu», σημειώνει ο ίδιος.

### «ΖΟΥΝ ΑΠΟ ΤΟ DELIVERY»

Ο κ. Νουρλόγλου σημειώνει πως «τα εστιατόρια πλέον ζουν από το takeaway και το delivery. Ωστόσο, υπάρχουν δύο σημεία, που χρειάζονται προσοχή. Πρώτον, ότι ποτέ δεν θα καλύψουν το σύνολο της κατανάλωσης, που είχαν πριν το lockdown, και δεύτερον οι προμήθειες. Οι προμήθειες, που χρεώνουν οι πλατφόρμες είναι μεγάλες και αυτό συνιστά απαγορευτική επιλογή για ορισμένους ιδιοκτήτες εστιατορίων».



Μιχάλης Νουρλόγλου, Executive Chef, Premiere

## • CHIPOTLE ΠΑΡΟΥΣΙΑΣΕ ΤΟ ΠΡΩΤΟ DIGITAL ΚΑΤΑΣΤΗΜΑ ΓΙΑ PICK-UP ΚΑΙ DELIVERY

Η Chipotle Mexican Grill ανακοίνωσε χθες το άνοιγμα του πρώτου της αμιγώς ψηφιακού καταστήματός της, το οποίο ονομάζεται, Chipotle Digital Kitchen. Το νέο κατάστημα βρίσκεται έξω από τη στρατιωτική ακαδημία του Highland Falls, και ανοίγει αύριο μόνο για:

- delivery
- pick-up

Το νέο είδος καταστήματος επιτρέπει στη γνωστή αλυσίδα εστίασης να μπει στα αστικά κέντρα και στις γειτονιές, μέρη που δεν θα μπορούσε να εισέλθει εξαιτίας του μεγέθους των εστιατορίων της.

### Η ΨΗΦΙΑΚΗ ΚΟΥΖΙΝΑ ΚΑΙ ΤΟ DESIGN

Το νέο αυτό concept επικεντρώνεται στην επιτάχυνση της ψηφιοποίησης των υπηρεσιών της εταιρείας και είναι μοναδικό καθώς:

- Δεν περιέχει dining room
- Δεν έχει front service

Οι καταναλωτές πρέπει να παραγγείλουν online στο site της εταιρείας και μετά να πάνε στο κατάστημα

Η παραλαβή της παραγγελίας γίνεται σε



ένα ειδικά διαμορφωμένο lobby

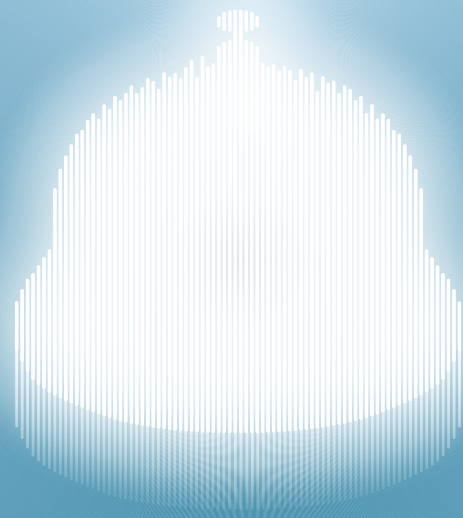
«Η Digital Kitchen ενσωματώνει καινοτόμες υπηρεσίες και επιταχύνει την ψηφιακή επέκταση του brand μας, καθώς παρέχει ψηφιακές υπηρεσίες, που είναι εύκολες στη χρήση τους από τους καταναλωτές. Με τις digital πωλήσεις να έχουν τριπλασιαστεί συγκριτικά με πέρυσι, οι καταναλωτές απαιτούν μεγαλύτερη πρόσβαση σε ψηφιακά μέσα», ανέφερε ο Curt Garnet, CTO της Chipotle.

### ΤΟ ΚΕΝΤΡΟ ΚΑΙΝΟΤΟΜΙΑΣ

Το νέο design, το concept και το καινοτόμο menu του ψηφιακού καταστήματος διαμορφώθηκαν από το Κέντρο Καινοτομίας της εταιρείας, με έδρα στο Irvine της Καλιφόρνια, το οποίο βρίσκεται σε κοντινή απόσταση από τα κεντρικά γραφεία της εταιρείας. Τα γραφεία αυτά είναι 22 χιλ. τ.μ. και έχουν χαμηλό περιβαλλοντικό αποτύπωμα, είναι φιλικά προς το περιβάλλον και υψηλής αισθητικής.

# 100% HOTEL SHOW

23>27  
NOEMBPIOY  
2020



# THE ONLINE EDITION

ΔΙΟΡΓΑΝΩΣΗ  
DEMAND  
FAIRS & MEDIA

Μέλος • Member **SETE**

[www.hotelshow.gr](http://www.hotelshow.gr)

• **ΕΣΤΙΑΤΟΡΙΑ**

**ΣΥΝΔΥΑΣΜΟΣ FINE, CASUAL DINING ΜΕ TAKEAWAY.  
 ΕΝΩΝΟΥΝ ΔΥΝΑΜΕΙΣ**

Η κρίση, που διέρχεται η εστίαση, με το lockdown να επιστρέφει σε πολλές χώρες, σίγουρα δεν είναι μια ευχάριστη εξέλιξη για τους ιδιοκτήτες εστιατορίων. Η πλειονότητα αυτών σκέφτονται σοβαρά να κλείσουν επ' αόριστον, καθώς τα κλιμακωτά lockdown ίσως αποτελέσουν μια νέα πραγματικότητα, μέχρι να βρεθεί το εμβόλιο και κυρίως να εμβολιαστεί το μεγαλύτερο τμήμα του πληθυσμού. Άλλοι πάλι κάνουν προσπάθειες να διατηρήσουν ένα μερίδιο της πελατείας τους, ενισχύοντας το delivery τους. Ωστόσο, η κρίση αυτή έχει δημιουργήσει εκείνες τις προϋποθέσεις για έναν εκσυγχρονισμό της εστίασης και μια νέα κανονικότητα, που θα διαμορφωθεί μετά την άρση του lockdown.



**ΣΥΝΕΡΓΕΙΕΣ ΜΕΤΑΞΥ  
 ΕΣΤΙΑΤΟΡΙΩΝ**

Η κρίση μέσα στο lockdown, αλλά και πριν από αυτό, έχει οδηγήσει αρκετά εστιατόρια να ενώσουν τις δυνάμεις τους. Έτσι, λοιπόν, βλέπουμε μια τάση, σε μικρό ποσοστό ακόμη, να αναδεικνύεται. Εστιατόρια Fine Dining, συνεργάζονται με bars ή Casual Dining εστιατόρια, και προσφέρουν ένα σύνολο υπηρεσιών στο delivery. Έτσι, λοιπόν, κάποιος μπορεί να παραγγείλει από δύο ή τρία μαγαζιά το γεύμα του, το ποτό του και με αυτό τον τρόπο, μέσα στο lockdown, διατηρείται το ενδιαφέρον των καταναλωτών. Βέβαια, αυτή η τάση θα έχει ακόμη μεγαλύτερη σημασία, όταν αρθεί το lockdown, γιατί είναι μια πρωτότυπη υπηρεσία.

**ΔΗΜΙΟΥΡΓΙΑ ΕΞΩΤΕΡΙΚΩΝ  
 ΧΩΡΩΝ**

Όπως φαίνεται, μετά την άρση του lockdown, θα περάσει ένα μεγάλο χρονικό διάστημα, όπου η κατανάλωση εκτός του μαγαζιού θα είναι το νέο trend. Αυτό θα συμβεί, καθώς με αυτό τον τρόπο αποφεύγεται ο συνωσιτισμός και οι πελάτες αισθάνονται πιο άνετα. Επομένως, περνάμε από το μοντέλο των σύγχρονων εσωτερικών χώρων, στη διαμόρφωση ζεστών και μοντέρνων εξωτερικών.

**ΕΥΕΛΙΞΙΑ MENU ΚΑΙ ΥΠΗΡΕΣΙΩΝ**

Μία ακόμη τάση, που αναδεικνύεται εξαιτίας του κορονοϊού, είναι αυτή της ευελιξίας των παρεχόμενων υπηρεσιών. Έτσι, λοιπόν, ένα

bar μπορεί κάλλιστα να λειτουργεί το βράδυ, προσφέροντας ποτά, αλλά την ημέρα να προσφέρει takeaway καφέ και άλλα προϊόντα, που θα κινήσουν το ενδιαφέρον των καταναλωτών. Περνάμε εν ολίγοις σε μία κατάσταση χώρων εστίασης «πολυεργαλείων».

**ΤΗΡΗΣΗ ΑΠΟΣΤΑΣΕΩΝ ΜΕ...  
 ΣΤΥΛ**

Τα περισσότερα εστιατόρια και πριν την καραντίνα τηρούσαν τα μέτρα ασφαλείας και τις αποστάσεις στους εσωτερικούς τους χώρους. Ωστόσο, λίγα είναι αυτά, που αναδιαμόρφωσαν τους εσωτερικούς τους χώρους, προκειμένου να είναι πιο σύγχρονοι και μοντέρνοι, και εν τέλει να ταιριάζουν με τη νέα αυτή κανονικότητα.



## ΑΥΞΗΣΗ 300% ΤΟΥ DIGITILIZATION...

Όπως αναφέρουν τελευταίες έρευνες, η ψηφιοποίηση έχει μπει για τα καλά στην αγορά εστίασης. Το 2019, πριν την έξαρση του κορονοϊού, είχε αυξηθεί 300% συγκριτικά με το 2015, με έρευνες να μιλούν για αύξηση πάνω από 900% το 2020 (συγκριτικά με το 2015), εξαιτίας της κρίσης του κορονοϊού. Όταν γίνεται λόγος για ψηφιοποίηση, δεν πρέπει οι ιδιοκτήτες των εστιατορίων να σκέφτονται μόνο το ψηφιακό menu και το delivery. Πλέον, η σύγχρονη τάση κάνει λόγο για απόλυτη ψηφιοποίηση, που περιλαμβάνει:

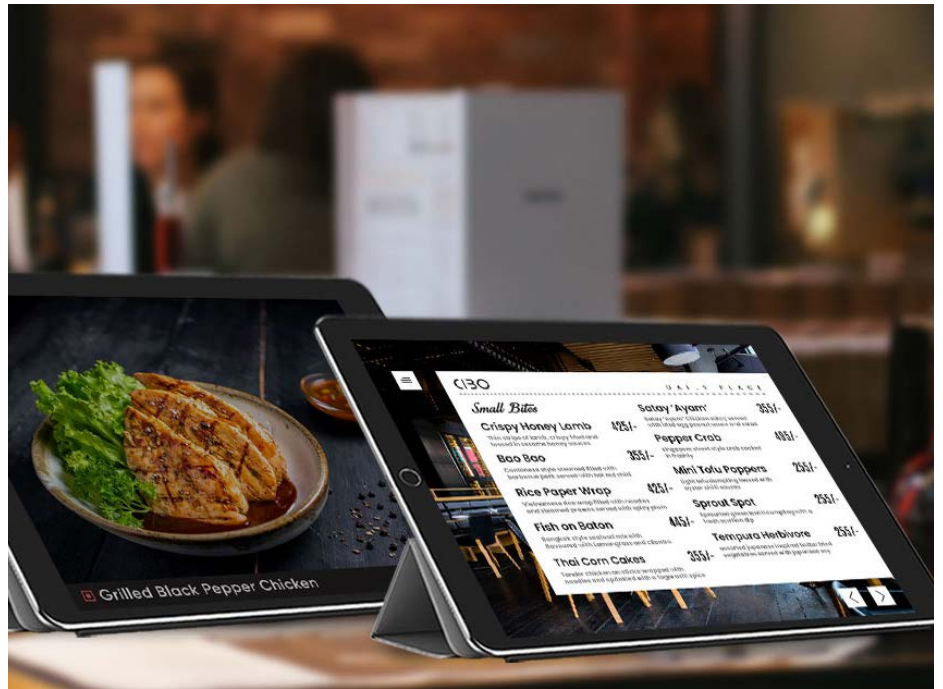
- Αυτοματοποιημένα συστήματα στην κουζίνα
- Ψηφιακές παραγγελίες, είτε από έξω, είτε μέσα στο εστιατόριο
- Application, που αναφέρουν τα συστατικά των πιάτων ενός εστιατορίου
- Αυτόματοι πωλητές, όταν το προϊόν το επιτρέπει

## ΒΑΣΗ ΣΤΗΝ ΥΓΙΕΙΝΗ

Ο κορονοϊός έχει αλλάξει όμως και τις προμήθειες των εστιατορίων. Κατά τη διάρκεια λειτουργίας ενός καταστήματος εστίασης θεωρούνται πλέον δεδομένα:

- Η μάσκα
- Τα γάντια
- Απολύμανση κουζίνας
- Απολύμανση εσωτερικού και εξωτερικού χώρου
- Απολυμαντικά
- Αντισηπτικά

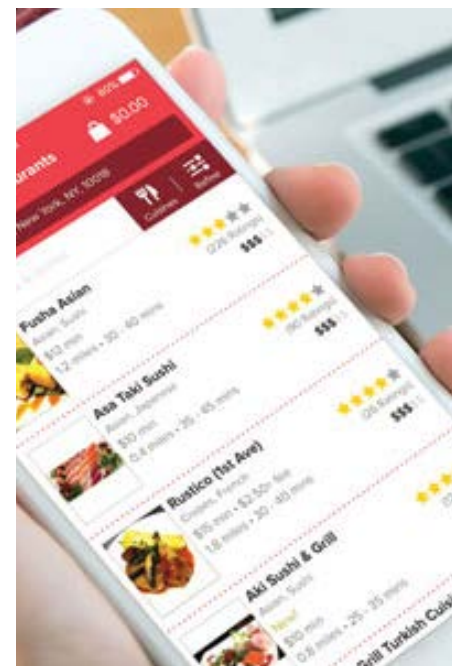
Όμως, πλέον, το ζητούμενο είναι να προμηθεύονται τα εστιατόρια τα καλύτερα προϊόντα. Τα αντιβακτηριακά και τα αντικαταλυμαντικά έχουν μεγάλο κόστος (όταν πρόκειται για ποιοτικά προϊόντα) και οι καταναλωτές εκτιμούν να βλέπουν πως το εστιατόριο χρησιμοποιεί τα καλύτερα



προστατευτικά της αγοράς. Επομένως, η προμήθεια των ποιοτικών αυτών υλικών, που θα επιτρέψουν την καλύτερη εξυπηρέτηση του καταναλωτή, αποτελεί έναν ακόμη τομέα, που μπορεί να κάνει τη διαφορά. Μάλιστα, μεγάλες αλυσίδες εστίασης έχουν προβλέψει ειδικές θέσεις εργασίας για την προμήθεια των κατάλληλων απολυμαντικών προϊόντων.

## ΕΡΕΥΝΑ ΑΓΟΡΑΣ...DELIVERY

Τέλος, κάτι που αναμένεται να αυξήσει τα έσοδα για τους επιχειρηματίες εστίασης είναι η αναζήτηση της καταλληλότερης και πιο οικονομικής πλατφόρμας delivery. Οι περισσότερες πλατφόρμες χρεώνουν υψηλές προμήθειες, ωστόσο υπάρχουν αρκετές μικρομεσαίες πλατφόρμες, που μπορούν να έχουν την ίδια ποιότητα υπηρεσιών με τις μεγαλύτερες, και πολύ χαμηλότερες προμήθειες.



• **CONSULTING**

# ΝΕΑ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΑ ΜΕΤΡΑ ΣΤΗΡΙΞΗΣ ΓΙΑ ΤΟ «LOCKDOWN» ΣΕ ΕΣΤΙΑΣΗ

\*Των Έλλη Μάντσε, Διευθύντρια Επενδύσεων Νηρήϊς, σε συνεργασία με Θανάση Ευσταθίου, Χρηματοοικονομικό Αναλυτή

Πρωτοβουλίες για την ενίσχυση εργαζόμενων και επιχειρήσεων και την άμβλυση των οικονομικών επιπτώσεων μετά τα νέα μέτρα για την πανδημία και τον νέο χάρτη υγειονομικής ασφάλειας και προστασίας. Τα μέτρα αυτά είναι άμεσης εφαρμογής και αφορούν την εστίαση.

Συγκεκριμένα, το πακέτο των μέτρων έχει ως εξής:

Οι εργαζόμενοι επιχειρήσεων, που πλήττονται σύμφωνα με τη διευρυμένη λίστα ΚΑΔ Απριλίου, δύνανται να τεθούν σε προσωρινή αναστολή σύμβασης εργασίας. Συνεπώς είναι δικαιούχοι αποζημίωσης ειδικού σκοπού, αναλογικά με το διάστημα που τίθενται σε αναστολή, υπολογιζόμενης επί ποσού 534 ευρώ μηνιαίως. Για το ανωτέρω χρονικό διάστημα καλύπτονται από τον κρατικό προϋπολογισμό αναλογικά και οι πλήρεις ασφαλιστικές εισφορές, υπολογιζόμενες επί του ονομαστικού μισθού.

Για τις επιχειρήσεις που κλείνουν με εντολή δημόσιας αρχής, αναστέλλεται υποχρεωτικά η σύμβαση εργασίας των εργαζομένων. Για όσο διάστημα ισχύει η αναστολή, οι απολύσεις είναι άκυρες. Οι επιχειρήσεις, για ισόχρονο διάστημα μετά την άρση της αναστολής, υποχρεούνται να διατηρήσουν τον ίδιο αριθμό εργαζομένων.

Για τις επιχειρήσεις που αναστέλλεται η λειτουργία τους με εντολή δημόσιας αρχής, παρέχεται δυνατότητα αναστολής καταβολής του ΦΠΑ πληρωτέου τον Νοέμβριο, έως τις 30 Απριλίου 2021. Η εν λόγω οφειλή θα αποπληρωθεί σε 12 δόσεις με μηδενικό επιτόκιο ή σε 24 δόσεις με επιτόκιο 2,5%, από τον Μάιο του 2021 και έπειτα.

Για τις επιχειρήσεις που αναστέλλεται η λειτουργία τους με εντολή δημόσιας



αρχής, δίνεται η δυνατότητα αναστολής πληρωμής των δόσεων ρυθμισμένων φορολογικών και ασφαλιστικών οφειλών, πληρωτέων τον Νοέμβριο. Η αποπληρωμή τους μετατίθεται σε αντίστοιχες δόσεις, στο τέλος της ισχύουσας ρύθμισης.

Για τους εργαζόμενους που η σύμβαση εργασίας τους τίθεται σε αναστολή δίνεται η δυνατότητα αναστολής πληρωμής των δόσεων ρυθμισμένων φορολογικών οφειλών που είναι πληρωτέες τον Νοέμβριο, και η αποπληρωμή τους μετατίθεται σε αντίστοιχες δόσεις, στο τέλος της ισχύουσας ρύθμισης.

Συνεχίζεται η αναστολή πληρωμής δόσεων τραπεζικών δανείων, με βάση τη διευρυμένη λίστα ΚΑΔ Απριλίου, σε συνεννόηση με την Ελληνική Ένωση Τραπεζών, έως το τέλος του έτους.

Επεκτείνονται όλα τα επιδόματα ανεργίας που έληξαν και λήγουν τους μήνες Σεπτέμβριο, Οκτώβριο, Νοέμβριο και Δεκέμβριο, κατά δύο μήνες.

Επεκτείνεται η υποχρεωτική τηλεργασία ανά την επικράτεια σε τουλάχιστον 50% του προσωπικού, σε ιδιωτικό και δημόσιο τομέα, με εξαίρεση τις δραστηριότητες στις οποίες υπάρχει αντικειμενική αδυναμία τηλεργασίας. Επεκτείνεται το μέτρο της υποχρεωτικής εφαρμογής ευελιξίας προσέλευσης και αποχώρησης των εργα-



ζομένων του ιδιωτικού τομέα στην εργασία τους, με αντίστοιχη προσαρμογή του ωραρίου τους για τις περιοχές αυξημένου κινδύνου.

Οι επιχειρήσεις που έχουν έδρα σε Περιφερειακή Ενότητα που εντάσσεται στο επίπεδο «Αυξημένου Κινδύνου» για τουλάχιστον 14 ημέρες εντός του μηνός και πλήττονται σημαντικά σύμφωνα με τη διευρυμένη λίστα ΚΑΔ Απριλίου, δικαιούνται υποχρεωτική μείωση ενοικίου κατά 40% στα επαγγελματικά ακίνητά τους.

Το ίδιο ισχύει και για την κύρια κατοικία των εργαζομένων που τίθενται σε αναστολή σύμβασης εργασίας, αλλά και για τη φοιτητική κατοικία των τέκνων τους.

Για τις επιχειρήσεις που εντάσσονται στο επίπεδο «Επιτήρησης», ισχύει προαιρετική μείωση ενοικίου, σύμφωνα με τη διευρυμένη λίστα ΚΑΔ.

Για τους ιδιοκτήτες που εκμισθώνουν ακίνητα στις επιχειρήσεις αυτές και τους ανωτέρω εργαζόμενους, συμπληφίζεται το 1/3 της ζημίας τους με τις φορολογικές τους υποχρεώσεις.

Τα μέτρα αυτά αποτελούν μια κάποια ελάφρυνση για τους επιχειρηματίες της εστίασης, οι οποίοι όμως μπορούν να αιτηθούν και άλλα προγράμματα από το ΕΣΠΑ και επιδοτήσεις που τρέχουν αυτή την περίοδο.

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